

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова»
Факультет психологии

УТВЕРЖДАЮ:
Декан факультета психологии
МГУ имени М.В.Ломоносова,
академик РАО, профессор
_____ Ю.П.Зинченко
«__» _____ 20__ г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

(курс по выбору)

КАЧЕСТВЕННЫЕ МЕТОДЫ ПСИХОЛОГИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ

QUALITATIVE METHODS OF PSYCHOLOGICAL RESEARCH

Специальность: «Психология служебной деятельности»

*Специализация: «Социально – психологическое обеспечение профессиональной
деятельности»*

Общая трудоемкость дисциплины составляет
4 зачетных единицы, 72 академических часов

Квалификация выпускника

СПЕЦИАЛИСТ

Очная форма обучения

Продолжительность обучения – 6 лет

Программа составлена в соответствии с требованиями образовательного стандарта,
самостоятельно устанавливаемого МГУ имени М.В. Ломоносова

г. Москва
2017

КАЧЕСТВЕННЫЕ МЕТОДЫ ПСИХОЛОГИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ

QUALITATIVE METHODS OF PSYCHOLOGICAL RESEARCH

Ключевые слова на РУССКОМ языке:

личные интервью, глубинные интервью, фокус-группа, on-line опрос, экспертные интервью, приемы повышения креативности, качественный анализ вербальных и невербальных данных качественного исследования.

Ключевые слова на АНГЛИЙСКОМ языке:

personal interviews, in-depth interviews, focus-groups, on-line surveys, expert interviews, techniques for enhancing creativity, qualitative analysis of verbal and non-verbal data of qualitative research

Цели учебной дисциплины

- сформировать систематическое представление о качественных методах психологического исследования;
 - дать знания о методологии и процедурных особенностях качественного исследования;
 - обучить основным критериям объективности качественного исследования.
-

Задачи учебной дисциплины

Краткое описание программы учебной дисциплины на русском языке

Курс содержит развернутый обзор основных методов качественного исследования. В рамках блока индивидуальных опросных методов рассматриваются вопросы планирования и организации личных интервью, подготовки вопросника (гайда). Подробно разбираются особенности процедуры глубинных интервью и методических приемов, используемых для повышения эффективности опроса. Особое внимание уделяется специфике этнографического интервью с использованием видеосъемки, аудиозаписи, фотографирования. Рассматриваются также преимущества и ограничения on-line интервью.

В тематическом блоке, посвященном групповым опросным методам, с точки зрения групповой динамики и социально-психологических процессов и феноменов в фокус-группе, рассматриваются особенности метода. Анализируются психологические характеристики участников фокус-группы и их влияние на процесс управления фокус-группой (модерирование). Обсуждаются вопросы дизайна фокус-группового исследования, правила рекрутирования, специфика подготовки топик-гайда.

В рамках этого тематического блока рассматриваются также разные модификации фокус-группы, а также преимущества и недостатки on-line фокус-групп.

Отдельный тематический блок посвящен экспертным опросным методам, в частности, креативным экспертным группам: брейнстормингу, дельфи, синектике. Обсуждаются вопросы формирования экспертных групп, выбора и обоснования исследовательской процедуры, приемов повышения креативности в экспертных опросах.

Значительное внимание уделяется особенностям выборки и анализа данных качественного исследования. Рассматриваются уровни анализа, основные теоретические подходы и практические приемы качественного анализа вербальных и невербальных данных. Представлены основные правила подготовки отчета и презентации результатов исследования

Краткое описание программы учебной дисциплины на английском языке

The course contains a detailed overview of the main methods of qualitative research. Within the individual polling methods deals with planning and organizing personal interview preparation questionnaire (guide). Detail features in-depth interview procedures and methodological techniques used to improve the efficiency of the survey. Special attention is paid to the specificity of the ethnographic interview, using video, audio, photography. Also discusses the advantages and limitations of the on-line interview.

In the thematic cluster on the group polling methods, in terms of group dynamics and socio-psychological processes and phenomena in the focus group, the features of the method are discussed. The psychological characteristics of participants in the focus groups and their impact on the process management of focus-group (moderation) examine. The design focus-group research, recruiting rules, specific training topic-guide are discussed.

Within this cluster examines the various modifications of the focus groups, as well as the advantages and disadvantages of on-line focus groups.

A separate cluster focuses on expert questionnaire methods, in particular, creative expert groups: brainstorming, Delfi, sinektika. Discusses the formation of expert groups, choosing and justifying research procedures, techniques enhance creativity in expert surveys.

Considerable emphasis is placed on characteristics of sampling and data analysis of qualitative research. The levels of analysis, the main theoretical approaches and practical techniques of qualitative analysis of verbal and non-verbal data are discussed. The main rules for the preparation of the report and the presentation of the results of the study are described.

Сравнительный анализ предлагаемой рабочей программы учебной дисциплины с: 1) аналогичными программами Государственного образовательного стандарта второго поколения; 2) с программами по данной дисциплине Федерального государственного образовательного стандарта высшего профессионального образования третьего поколения; 3) с программами, реализуемыми в ведущих зарубежных университетах.

II. Содержание курса

Раздел I. Методологические основы качественного исследования

Тема 1. Методология качественного исследования

Специфика качественной методологии. Сравнительная характеристика количественных и качественных методов исследования. Специфика данных в качественном исследовании. Представление сырых данных в качественном исследовании.

Проблема объективности в качественном исследовании. Критерии объективности данных в качественном исследовании. Виды валидности в эмпирическом исследовании. Приемы повышения валидности качественного исследования. Типы триангуляции. Виды надежности в качественном исследовании. Критерии оценки объективности качественного исследования (Д. Силверман). Проблема адаптации критериев объективности для качественных методов. Обобщение и экстраполяция в качественном исследовании. Репрезентативность и целевая выборка.

Исследовательский потенциал качественных методов. Практические задачи, решаемые с помощью качественных исследований. Предмет качественного психологического исследования: ценности, социальные установки, мотивы, потребности, социальные представления, социальная перцепция.

История развития качественной методологии и современное состояние качественных исследовательских методов.

Раздел II. Методы качественного исследования

Тема 2. Индивидуальные опросные методы

Особенности индивидуальных опросных методов. Планирование и организация личных интервью. Подготовка вопросника (гайда). Вопросы в глубинном интервью. Бриф для интервьюеров. Этика проведения индивидуального интервью.

Характеристики и процедура глубинных интервью. Методические приемы, используемые в глубинном интервью. Особенности анализа полученных данных.

Преимущества и недостатки структурированных и неструктурированных интервью. Особенности проведения и анализа результатов нарративных интервью.

Специфика этнографического интервью с использованием видеосъемки, аудиозаписи, фотографии.

Преимущества и ограничения on-line интервью. Особенности выборки и анализа данных.

Тема 3. Групповые опросные методы

Преимущества и ограничения групповых опросных методов. Групповая динамика и социально-психологические процессы и феномены в фокус-группе. Психологические характеристики участников фокус-группы. Управление фокус-группой (модерирование).

Планирование и организация фокус-группового исследования. Правила рекрутирования. Подготовка топик-гайда.

Модификации фокус-групп: расширенные креативные группы; десантные группы; парти-группы; группы конфликта; номинальные группы. Процедурные особенности, планирование, рекрутирование.

Диады; реет-группы, мини-фокус-группы.

Специфика телефонных и on-line фокус-групп.

Тема 4. Экспертные опросные методы

Отличительные характеристики экспертных опросных методов. Экспертные интервью и фокус-группы, client visits. Планирование, организация, рекрутирование. Процедурные особенности.

Креативные экспертные группы: брейнсторминг, дельфи, синектика. Формирование экспертных групп. Выбор и обоснование исследовательской процедуры. Приемы повышения креативности в экспертных опросах.

Тема 5. Методические приемы и техники качественного исследования

Проективные методические приемы и исследовательские техники.

Зондирующие методы и процедуры выбора. Приемы активизации внимания. Шкалирование. Brand mapping. Группирование и ранжирование.

Ассоциативные методы. Вербальные методики: свободные и направленные ассоциации, персонификация, идеальный продукт, игровые ассоциативные методики. Невербальные методики: образные ассоциации, коллаж.

Процедуры завершения. Завершение предложений, фрустрирующие картинки, незавершенные рисунки, модификация ТАТ.

Процедуры конструкции. Стереотипы, «типичные персонажи», рисунки Bubbles.

Экспрессивные методы. Игровые методики: ролевые игры, моделирование ситуаций. Графические методики: экспрессивный рисунок, «дом», «дерево», РНЖ и др.

Раздел III. Анализ результатов качественного исследования

Тема 6. Анализ и интерпретация качественных данных

Анализ и интерпретация качественных данных. Уровни анализа данных качественного исследования: исходный материал, описание, интерпретация.

Основные подходы к анализу качественных данных: метод матриц М. Майлса и А. Хабермана, метод обосновывающей теории А. Страусса и Дж. Корбин, дискурс анализ.

Анализ и интерпретация результатов проективных методик. Принципы и основные элементы анализа вербальных и невербальных данных.

Раздел IV. Организация качественного исследования

Тема 7. Дизайн качественного исследования

Этапы качественного исследования. Подготовительный этап. Запрос на исследование. Подготовка предложений. Брифинг. Разработка и согласование программы. Обоснование выбора методов, выборки, критериев рекрутирования. Подготовка скринера и топик-гайда.

Этап полевого исследования. Расписание исследовательских процедур. Технологии проведения исследования.

Заключительный этап. Анализ полученных результатов и подготовка отчета. Полный отчет, краткий отчет, отчет модератора, основные выводы, рекомендации. Подготовка и проведение презентации результатов исследования.

Тема 8. Качественные методы исследования в решении практических задач

Характеристика практических задач, решаемых с помощью качественных методов исследования.

Разбор кейсов:

- качественные исследования в СМИ (анализ мотивации выбора информационного канала);
- качественные исследования в Интернете (изучение представлений об Интернете);
- качественные исследования рекламы (тестирование рекламных концепций);
- качественные маркетинговые исследования (изучение отношения потребителей к репозиционированию бренда);
- качественные исследования в политике (аналитическое сопровождение предвыборной компании; анализ мотивации электорального поведения);
- качественные исследования в оргдиагностике (на примере исследования трудовой мотивации);
- качественные исследования в сфере здоровья (на примере исследования отношения к здоровью).

Контрольные вопросы и задания для самостоятельной работы

1. Сравнительный анализ качественных и количественных методов социально-психологического исследования.

2. Сравнительный анализ индивидуальных и групповых качественных методов исследования.

3. История развития качественной методологии.

4. Критерии объективности качественных методов исследования.

5. Современное состояние проблемы качественного анализа.

6. Планирование и дизайн качественного исследования.

7. Классификация задаваемых вопросов и принципы построения топик-гайда.

8. Методические приемы, используемые в качественном исследовании: классификация и возможности применения.

9. Социально-психологические механизмы функционирования фокус-группы

8. Управление фокус-группой. Характеристики модератора фокус-группы.

9. Психологические особенности участников фокус-группы как фактор ее продуктивности

10. Основные этапы и способы интерпретации качественных данных.

Темы рефератов и курсовых работ

1. Исследовательский потенциал качественных методов.

2. Групповая динамика в фокус-группе.

3. Характеристики модератора и участников фокус-группы как фактор ее эффективности.

4. Стратегии и стиль модерирования.

5. Надежность, валидность и достоверность качественных данных.

6. Проективные методики в фокус-группах и глубинных интервью.

7. Качественные исследования он-лайн.

8. Применение качественных методов в решении практических задач.

9. Фокус-группы как оперативный исследовательский инструмент в маркетинге.

10. Метод фокус-групп в исследованиях аудитории СМИ.

11. Применение качественных методов в разработке рекламных концепций.

12. Проективные методики в исследованиях восприятия социальных объектов.

13. Качественные методы в политических исследованиях.
14. Качественные исследования здоровья и болезни.
15. Качественные методы в оргдиагностике.
16. Процедурные особенности экспертных интервью и фокус-групп.
17. Анализ и интерпретация результатов проективных методик.

Вопросы к экзамену по всему курсу

1. Качественные социально-психологические исследовательские методы (обзор).
2. Классификация качественных методов исследования.
3. Сравнительная характеристика качественных и количественных методов исследования.
4. Специфика качественного исследования (преимущества и ограничения).
5. Групповые и индивидуальные качественные методы исследования.
6. Сочетание количественных и качественных методов в конкретном социально-психологическом исследовании.
7. История развития групповых качественных методов.
8. Области применения качественной методологии.
9. Теоретические предпосылки групповых качественных методов.
10. Базовые качественные методы: фокус-группа и глубинное интервью.
11. Процессы групповой динамики в фокус-группе.
12. Групповая дискуссия как основной методический прием в качественном групповом исследовании.
13. Переменные, определяющие «зоны комфорта» участников фокус-группы.
14. Внутрличностные и межличностные факторы эффективности фокус-групп.
15. Проблема лидерства и руководства в фокус-группе.
16. Стратегии ведения фокус-группы.
17. Процедура фокус-группы.
18. Программа качественного исследования.
19. Рекрутирование участников группы. Критерии рекрутирования.
20. Интервью-гайд: типы вопросов.
21. Проективные методики в качественном исследовании (обзор).
22. Вербальные ассоциативные методики.
23. Невербальные ассоциативные методики.
24. Процедуры завершения в качественном исследовании.
25. Процедуры конструкции в качественном исследовании.
26. Психологические рисунки в качественном исследовании.
27. Ролевые игры в качественном исследовании.
28. Экспертные интервью и фокус-группы.
29. Критерии эффективности качественного исследования.
30. Валидность и надежность результатов качественного исследования.
31. Основные принципы и уровни анализа качественных данных.
32. Этапы анализа результатов качественного исследования.
33. Отчет и презентация результатов качественного исследования.

III. Распределение часов курса по темам и видам работ

№ п/п	Темы и разделы	Аудиторные занятия, час		Самостоятельная работа, час	Всего, час
		лекции	семинары		
I. Методологические основы качественного исследования					
1.	Методология качественного исследования	4		2	6

II. Методы качественного исследования						
2.	Индивидуальные опросные методы	4		2	6	
3.	Групповые опросные методы	4		2	6	
4.	Экспертные опросные методы	4		2	6	
5.	Методические приемы и техники качественного исследования	8		2	10	
III. Анализ результатов качественного исследования						
6.	Анализ и интерпретация качественных данных	4		2	6	
IV. Организация качественного исследования						
7.	Дизайн качественного исследования	4		2	6	
8.	Качественные методы исследования в решении практических задач	4		2	6	
	Итого	36		16	52	

IV. Форма итогового контроля

Экзамен.

V. Учебно-методическое обеспечение курса

Литература

Основная

- Белановский С.А.* Глубокое интервью.- М.: Никколо-Медиа, 2001. – 320 с.
- Белановский С.А.* Метод фокус-групп: Учеб. пособие. – М.: Никколо-Медиа, 2001. – 280 с.
- Богомолова Н.Н., Фоломеева Т.В.* Фокус-группы как метод социально-психологического исследования. - М.: Магистр, 1997. – 80 с.
- Власова М.Л.* Социологические методы в маркетинговых исследованиях. – М.: Изд. дом ГУ ВШЭ, 2005 – 710 с.
- Квале С.* Исследовательское интервью. – М.: Смысл, 2003. – 301 с.
- Крюгер Р., Кейси М.Э.* Фокус-группы: Практическое руководство. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2003. – 256 с.
- МакКуэрри Э.Ф.* Методы маркетингового исследования. – СПб.: Питер, 2005. – 176 с.
- Мельникова О.Т.* Фокус-группы в маркетинговом исследовании: методология и техники. М.: Академия, 2003. – 272 с.
- Мельникова О.Т.* Фокус-группы: методы, методология, модерирование. – М.: Аспект Пресс, 2007. – 320 с.
- Семенова В.В.* Качественные методы: введение в гуманистическую социологию. – М.: Добросвет, 1998. – 292 с.
- Страус А., Корбин Д.* Основы качественного исследования: обоснованная теория, процедуры и техники. – М.: КомКнига, 2007. – 256 с.

Дополнительная

- Бреслав Г.М.* Основы психологического исследования: Учеб. пособие. М.: Смысл; Академия, 2010. – 496 с.
- Введение в практическую социальную психологию: Учеб. пособие / под ред. Ю.М. Жукова, Л.А. Петровской, О.В. Соловьевой. – М.: Наука, 1994. – 255 с.
- Войскунский А.Е., Скрипкин С.В.* Качественный анализ данных как инструмент научного исследования // Вестн. Моск. ун-та. - Сер. 14. Психология. - 2001. - № 2. - С. 93-109.

- Гурджи И.* Проективные методики в качественных исследованиях // Практический маркетинг. - 2000. - №1 (35).
- Дмитриева Е.В.* Фокус-группы в маркетинге и социологии. – М.: Центр, 1998. – 144 с.
- Ермолаева О.* Качественные методы изучения телеаудитории // Исследования телевизионной аудитории: теория и практика. Материалы семинара для социологов телекомпаний. - М.: Национальная ассоциация телевещателей, 1997 – С. 51-58.
- Ильин В.И.* Драматургия качественного полевого исследования. – СПб.: Интерсоцис, 2006. – 256 с.
- Кудрявцев А.* Маркетологи в поиске нового. Методы поддержки процесса поиска новых идей. Метод мозгового штурма // Практический маркетинг. - 1999. - № 6 (28). - С. 55-62.
- Кудрявцев А.* Маркетологи в поисках нового. Методы поддержки процесса поиска новых идей. Синектика // Практический маркетинг. - 1999. - №7 (29). – С. 1-5.
- Кузьмин А.М.* Методы поиска новых идей и решений. Метод фокальных объектов // Методы менеджмента качества. - 2003. - №7. – С. 32-33.
- Любарт Т., Муширу К., Торджман С., Зенасин Ф.* Психология креативности. – М.: Когито-Центр, 2009. - 215 с.
- Мельникова О.Т., Ковалевская А.В.* Специфика анализа интернет-контента на примере форумов // Журнал практического психолога. – 2010. - №4 (июль-август). - С. 112-127
- Мельникова О.Т., Кравцова А.Д.* Методы исследования восприятия сайтов // Журнал практического психолога. - 2010. - №4 (июль-август). – С. 135-159.
- Мельникова О.Т., Рыжикова Е.С.* Восприятие сайтов как фактор формирования отношения к банку // Журнал практического психолога. – 2010. - №4 (июль-август). - С. 186-198.
- Мельникова О.Т., Фетисова Е.А.* Проективные методики в качественном исследовании отношения подростков к телевидению и Интернету // Вопросы психологии. - 2010. - № 5. – С. 130-137.
- Мельникова О.Т., Хорошилов Д.А.* Уровни анализа данных качественного исследования // Вопросы психологии. - 2010. - № 3. – С. 12-19.
- Мельникова О.Т., Шайдуллина Ю.А.* Методика психологического рисунка в качественном исследовании социальных установок // Социология: 4М. - 2005. - № 21. – С. 108-127.
- Методы социально-психологического исследования: Учеб. пособие / под ред. Т.В. Фоломеевой. – Кемерово: Юнити, 2002. – 277 с.
- Семенова З.Ф.* Психологические рисуночные тесты. Методика «Дом – Дерево – Человек» – М.: АСТ; СПб.: Сова, 2007. – 190 с.
- Социальная психология: Практикум / под ред. Т.В. Фоломеевой. – М.: Аспект Пресс, 2006. – 480 с.
- Суркова Е.Г.* Проективные методы диагностики: Психологическое консультирование детей и подростков. – М: Аспект Пресс, 2008. – 319 с.
- Татарова Г.Г.* Качественные методы в структуре методологии анализа данных // Социология: 4М. - 2001. - № 14. – С. 33-52.
- Теория и методология психологии: постнеклассическая перспектива / под ред. А.Л. Журавлева, А.В. Юревича. - М.: Институт психологии РАН, 2007. - 528 с.
- Тичер С., Мейер М., Водак Р., Веттер Е.* Методы анализа текста и дискурса. - Харьков: Гуманитарный центр, 2009. - 356 с.
- Улановский А.М.* История и векторы развития качественных исследований в психологии // Методология и история психологии. - 2008. - № 2. - С.129-139.
- Улановский А.М.* Качественные исследования: подходы, стратегии, методы // Психологический журнал. - 2009. - № 2. - С.18-28.
- Филлипс Л., Йоргенсен М.В.* Дискурс-анализ: теория и метод. - Харьков: Гуманитарный центр, 2008. - 352 с.
- Фоломеева Т.В.* Использование проективных методик для повышения эффективности фокус-групп // Социология: 4М. - 2003. - № 17. – С. 83-108.
- Шестопал Е.Б.* Политическая психология. - М.: Аспект Пресс, 2007 – 427 с.

1. Штейнберг И., Шанин Т., Ковалев Е., Левинсон А. Качественные методы. Полевые социологические исследования. - М.: Алетейя, 2009. - 352 с.

Ядов В.А. Стратегии и методы качественного анализа данных // Социология: 4М. – 1991. - № 1. – С. 14-31.

Flick U. Managing Quality in Qualitative Research. - L.: Sage, 2007. - 156 с.

Handbook of qualitative research methods for psychology and social sciences // ed. J. Richardson. - Leicester: The British psychological society, 1996. - 225 p.

The Sage handbook of Qualitative research in psychology / eds. C. Willig, W. Stainton-Rogers. - L.: Sage publications, 2008. – 631 p.

Wengraf T. Qualitative research interviewing. – L.: Sage publications, 2006. – 398 p.

Разработчики курса лекций:

_____	_____	_____
(место работы)	(занимаемая должность)	(инициалы, фамилия)
_____	_____	_____
(место работы)	(занимаемая должность)	(инициалы, фамилия)

Рецензенты:

_____	_____	_____
(место работы)	(занимаемая должность)	(инициалы, фамилия)
_____	_____	_____
(место работы)	(занимаемая должность)	(инициалы, фамилия)

Внешняя экспертиза:

Эксперты – представители вузов и научных учреждений

Экспертиза на предмет соответствия высокому научно-образовательному уровню с учетом программ ведущих зарубежных университетов

_____	_____	_____
(место работы)	(занимаемая должность)	(инициалы, фамилия)
_____	_____	_____
(место работы)	(занимаемая должность)	(инициалы, фамилия)

Эксперты – представители работодателей

Экспертиза на предмет использования учебного предмета при инновационном развитии практической деятельности

_____	_____	_____
(место работы)	(занимаемая должность)	(инициалы, фамилия)

Настоящая рабочая программа учебной дисциплины (лекционный курс) _____ одобрена на заседании Учебно-методического совета факультета психологии МГУ имени М.В. Ломоносова от «__» _____ 201_ г.