|  |  |
| --- | --- |
|  | Институт образования **НИУ ВШЭ**Методы онлайн исследований (ДОП, 3 семестр)НАталья Г. Малошонок, nmaloshonok@hse.ru |

##### цели

| Цель | Чем проверяется  |
| --- | --- |
| Сформировать у студентов представления о передовых методах онлайн исследований (количественных и качественных) и областях их применения | Участие в дискуссиях в аудитории |
| Познакомить студентов с особенностями использования онлайн методов сбора данных и с приемами улучшения качества данных | Индивидуальные задания  |
| Обучить студентов методологии проведения методических экспериментов | Работа над командным проектом |

##### ТЕМЫ ЗАНЯТИЙ

| Дата | Тема занятия | Что делать к занятию |
| --- | --- | --- |
| 12.01.2016 | Вводное занятие. Возможности и ограничения онлайн исследований | Найти информацию об исследованиях, проводимых с применением онлайн методов сбора данных в текущий момент (онлайн-анкеты, приглашения к участию в онлайн фокус-группах и др.) |
| 19.01.2016 | Сходства и различия традиционных и онлайн исследований | Прочитать:Девятко И.Ф. Инструментарий онлайн-исследований: попытка каталогизации // В кн.: Онлайн исследования в России 3.0 / Отв. ред.: И. Ф. Девятко, А. В. Шашкин, С. Г. Давыдов; науч. ред.: И. Ф. Девятко. М. : OMI RUSSIA, 2012. С. 17-30. |
| 26.01.2016 | Онлайн-опрос как метод исследования. Особенности конструирования выборки в онлайн-опросах | Прочитать:Couper M.P. Web Surveys: A Review of Issues and Approaches // The Public Opinion Quarterly . Vol. 64. No. 4. P. 464-494.Моисеев С., Савинкова Ю. Выборка, направляемая респондентом, в онлайн-опросе: к вопросу о динамике и качестве // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2014. № 6(124). С.42-50. |
| 02.02.2016 | Проблема отклика на онлайн-опрос и способы ее решения. Особенности дизайна анкеты в онлайн-опросах | Прочитать: Мавлетова А.М., Малошонок Н.Г., Терентьев Е.А. (2014) Влияние элементов приглашения на увеличение доли откликов в онлайн-опросах // Социология 4М. С. 72–95.Некрасов С.И. Сравнение результатов онлайн- и оффлайн- опросов (на примере анкет разной сложности) // Социология: 4М. 2011. № 32. С. 53-74.Малошонок Н. Г., Терентьев Е. А. Влияние дизайна анкеты на качество данных в онлайн-опросах студентов // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2014. № 6(124). С. 15-27.**Дедлайн: утверждение тем индивидуальных письменных работ** |
| 09.02.2016 | Мобильные опросы | Прочитать:Мавлетова А. М. Мобильные веб-опросы // В кн.: Онлайн исследования в России 3.0 / Отв. ред.: И. Ф. Девятко, А. В. Шашкин, С. Г. Давыдов; науч. ред.: И. Ф. Девятко. М. : OMI RUSSIA, 2012. С. 59-85. |
| 16.02.2016 | Качественные онлайн-исследования | Прочитать: Дим П. Качественные онлайн исследования // Онлайн исследования в России 2.0 (2010)/ Под ред. Шашкина А.В., Девятко И.Ф., Давыдова С.Г. – М.: РИЦ «Северо-Восток».Савчук Д. Меняющийся ландшафт качественных онлайн-исследований // В кн.: Онлайн исследования в России 3.0 / Отв. ред.: И. Ф. Девятко, А. В. Шашкин, С. Г. Давыдов; науч. ред.: И. Ф. Девятко. М. : OMI RUSSIA, 2012. С. 159-162.**Распределение по группам для выполнения командной работы** |
| 23.02.2016 | Онлайн фокус-группы | Прочитать Шашкин А.В. Фокус группы онлайн: новые технологии маркетинговых исследованийЛебедев П.А. Метод онлайновых фокус-групп как исследовательский инструмент // Социология: 4М. 2010. № 31. С. 92-114.**Дедлайн: сдать индивидуальные письменные работы** |
| 01.03.2016 | Международные стандарты проведения онлайн-исследований.  | **Посмотреть следующие материалы:** **1. Стандарты ESOMAR (European Society for Opinion and Marketing Research)** – европейской ассоциации исследователей рынка: <http://www.esomar.org/uploads/public/knowledge-and-standards/codes-and-guidelines/ESOMAR_Guideline-for-online-research.pdf>).**2. Стандарт AAPOR (American Association for Public Opinion Research) –** ведущей американской ассоциации, объединяющей экспертов в области опросов общественного мнения: <http://www.aapor.org/AM/Template.cfm?Section=AAPOR_Committee_and_Task_Force_Reports&Template=/CM/ContentDisplay.cfm&ContentID=2223>.**3. Стандарт CASRO (Council of American Survey Research Organization): “Code of Standards and Ethics for Survey Research”,** в котором отдельно описываются стандарты проведения исследований в Интернете (<http://www.casro.org/pdfs/10CodeOfStandards.pdf>).**Дедлайн: сдать рецензию на индивидуальную письменную работу одногруппника** |
| **15.03.2016** | Онлайн-панели | Прочитать: Шашкин А. Влияние заинтересованности панелистов на качество данных: результаты исследования удовлетворенности участников онлайн панели Anketka.ru // Онлайн исследования в России 2.0 (2010)/ Под ред. Шашкина А.В., Девятко И.Ф., Давыдова С.Г. – М.: РИЦ «Северо-Восток». |
| 22.03.2016 | Геймификация в онлайн исследованиях | Прочитать:Пулестон Дж. Онлайн исследование – Начать игру! // В кн.: Онлайн исследования в России 3.0 / Отв. ред.: И. Ф. Девятко, А. В. Шашкин, С. Г. Давыдов; науч. ред.: И. Ф. Девятко. М. : OMI RUSSIA, 2012. С. 32-57.**Дедлайн: сдать текст по командному проекту** |
| 29.03.2016 | **Публичная защита командного проекта** |  |

##### оценка

| Требование | % от оценки |
| --- | --- |
| Участие в дискуссиях в аудитории | 20% |
| Письменная работа (15-20 стр.) – аналитический обзор литературы по одному из методов онлайн-исследований | 30% |
| Рецензия на письменную работу одногруппника | 10% |
| Командная работа по разработке программы методического эксперимента | 30% |
| Публичная защита командного проекта | 10% |

##### Описание заданий

**4.1. Индивидуальная письменная работа**

**Описание:** Индивидуальная письменная работа должна быть выполнена в виде аналитического обзора литературы по одному из методов, используемых в онлайн-исследованиях. Объем работы 2500-4000 слов. В работе должны присутствовать следующие части: 1) постановка проблемы, цели и задачи работы, 2) указание на ключевых авторов и важные работы по теме обзора, 3) аргументы в поддержку выводов автора, 4) заключение.

**Оценка**: Оценивается по 10-балльной шкале, где 0- задание не выполнено, 10 – работа хорошо структурирована и содержит все требуемые элементы, написана хорошим академическим языком, охватывает широкий круг литературы. Вес оценки – 30%

**4.2. Рецензия на индивидуальную письменную работу одногруппника**

**Описание:** Каждому студенту предлагается написать рецензию на индивидуальную письменную работу своего одногруппника (объем: не более 1000 слов). В рецензии необходимо указать на сильные и слабые стороны работы, оценить логичность изложения и уместность аргументов, приведенных в работе, а также выставить оценку за рецензию по шкале от 0 до 10.

**Оценка:** Оценивается по 10-балльной шкале, где 0 – задание не выполнено, 10 – рецензия объективно и полно отражает достоинства и недостатки оцениваемой работы одногруппника. Вес оценки – 10%.

**4.3. Командный проект**

**Описание:** Задача проекта – разработать программу исследования, включающую проведение методического эксперимента для выявления мер, способных повысить качество данных в онлайн исследованиях. Например, выявление элементов дизайна анкеты, которые приводят к получению более честных ответов респондентов на сензитивные вопросы, или названий исследования, которые способствуют большему отклику на онлайн-анкету. Для разработки программы исследования, предполагающего проведение методического эксперимента, необходимо выбрать реальное исследование, использующее онлайн-способы сбора данных. Программа методического эксперимента должна включать описание актуальности проведения исследования, его объекта, предмета, цели, задач и гипотез, обзор релевантной литературы, а также детальное описание процедуры проведения эксперимента и оценки его результатов (необходимо прописать каждый шаг планируемого исследования). Командный проект выполняется командами студентов программы ДОП, каждая из которых состоит из 3-4 студентов. Результатом выполнение проекта являются: 1) текст программы (не менее 4000 слов, не учитывая таблиц, графиков и других приложений); 2) публичная защита основных положений программы, для которой каждой команде отводится 15 минут.

**Оценка:** Текст программы оценивается по 10-балльной шкале, где 0 – задание не выполнено, 10 – текст программы соответствует всем требованиям, структурирован и написан хорошим академическим языком; предложенный дизайн эксперимента уникален (еще не проводился в рамках других исследований) и соответствует всем требованиям экспериментального метода. Вес оценки – 30%.

Публичная защита оценивается по 10-балльной шкале. Оценивается логичность и последовательность презентации, полнота содержания и ответы на вопросы. Вес оценки – 10%.

##### Список обязательной литературы

Couper M.P. Web Surveys: A Review of Issues and Approaches // The Public Opinion Quarterly . Vol. 64. No. 4. P. 464-494.

Девятко И.Ф. Инструментарий онлайн-исследований: попытка каталогизации // В кн.: Онлайн исследования в России 3.0 / Отв. ред.: И. Ф. Девятко, А. В. Шашкин, С. Г. Давыдов; науч. ред.: И. Ф. Девятко. М. : OMI RUSSIA, 2012. С. 17-30.

Дим П. Качественные онлайн исследования // Онлайн исследования в России 2.0 (2010)/ Под ред. Шашкина А.В., Девятко И.Ф., Давыдова С.Г. – М.: РИЦ «Северо-Восток».

Лебедев П.А. Метод онлайновых фокус-групп как исследовательский инструмент // Социология: 4М. 2010. № 31. С. 92-114.

Мавлетова А.М., Малошонок Н.Г., Терентьев Е.А. (2014) Влияние элементов приглашения на увеличение доли откликов в онлайн-опросах // Социология 4М. С. 72–95.

Малошонок Н. Г., Терентьев Е. А. Влияние дизайна анкеты на качество данных в онлайн-опросах студентов // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2014. № 6(124). С. 15-27.

Некрасов С.И. Сравнение результатов онлайн- и оффлайн- опросов (на примере анкет разной сложности) // Социология: 4М. 2011. № 32. С. 53-74.

Пулестон Дж. Онлайн исследование – Начать игру! // В кн.: Онлайн исследования в России 3.0 / Отв. ред.: И. Ф. Девятко, А. В. Шашкин, С. Г. Давыдов; науч. ред.: И. Ф. Девятко. М. : OMI RUSSIA, 2012. С. 32-57.

Савчук Д. Меняющийся ландшафт качественных онлайн-исследований // В кн.: Онлайн исследования в России 3.0 / Отв. ред.: И. Ф. Девятко, А. В. Шашкин, С. Г. Давыдов; науч. ред.: И. Ф. Девятко. М. : OMI RUSSIA, 2012. С. 159-162.

Шашкин А.В. Фокус группы онлайн: новые технологии маркетинговых исследований // МаркетингPRO, №1, 2006.

Шашкин А. Влияние заинтересованности панелистов на качество данных: результаты исследования удовлетворенности участников онлайн панели Anketka.ru // Онлайн исследования в России 2.0 (2010)/ Под ред. Шашкина А.В., Девятко И.Ф., Давыдова С.Г. – М.: РИЦ «Северо-Восток».

##### Список дополнительной литературы

Couper M., Miller P. (2008) Web Survey Methods: Introduction // The Public Opinion Quarterly. Vol. 72. No. 72. P. 831-835.

Couper M., Conrad F., Tourangeau R. (2007) Visual Context Effects in Web Surveys // Public Opinion Quarterly. Vol. 71. No 4. P. 623-634.

Couper M. Technology trends in survey data collection// Social Science Computer Review. 2005. Vol. 23. No. 4. P. 486-501.

Couper M., Kapteyn A., Schonlau M., Winter J. Noncoverage and nonresponse in an Internet survey // Social Science Research. 2007. No. 36. P. 131-148.

Couper M., Tourangeau R., Conrad F., Singer E. Evaluating the effectiveness of visual analog scales: A web experiment // Social Science Computer Review. 2006. Vol. 24. No. 2. P. 227-245.

Couper M., Tourangeau R., Kenyon K. Picture this! Exploring visual effects in web surveys // Public Opinion Quarterly. 2007. Vol. 68. No. 2. P. 255-266.

Groves R. M., Cialdini R. B., Couper M. P. “Understanding the Decision to Participate in a Survey”, Public Opinion Quarterly, 1992, 56 (4), 475–495.

Heerwegh D., Loosveldt G. “An Experimental Study on the Effects of Personalization, Survey Length Statements, Progress Indicators, and Survey Sponsor Logos in Web Surveys”, Journal of Official Statistics, 2006, 22 (2), 191–210.

Heerwegh D. “Effects of Personal Salutations in E-mail Invitations to Participate in a Web Survey”, Public Opinion Quarterly, 2005, 69 (4), 588–598.

Marcus B., Bosnjak M., Lindner S., Pilischenko S., Schütz A. “Compensating for Low Topic Interest and Long Surveys. A Field Experiment on Nonresponse in Web Surveys”, Social Science Computer Review, 2007, 25 (3), 372–383.

Mavletova A. M. Web Surveys Among Children and Adolescents: Is There a Gamification Effect? // Social Science Computer Review. 2015. Vol. 33. No. 3.

Mavletova A. M., Devyatko I. F., Maloshonok N. Invitation Design Elements in Web Surveys – Can One Ignore Interactions? // Bulletin of Sociological Methodology. 2014. Vol. 123. No. 1. P. 68-79.

Mavletova A. M., Couper M. P. Mobile Web Survey Design: Scrolling versus Paging, SMS versus E-mail Invitations // Journal of Survey Statistics and Methodology. 2014. Vol. 2. No. 4. P. 498-518.

Mavletova A. M. Data Quality in PC and Mobile Web Surveys // Social Science Computer Review. 2013. Vol. 31. No. 6. P. 725-743.

Mavletova A. M., Couper M. P. Sensitive Topics in PC Web and Mobile Web Surveys: Is There a Difference? // Survey Research Methods. 2013. Vol. 7. No. 3. P. 191-205.

Manfreda K. L., Bosnjak M., Berzelak J., Haas I., Vehovar V. “Web Surveys Versus Other Survey Modes: A Meta-Analysis Comparing Response Rates”, Journal of the Market Research Society, 2008, 50 (1), 79–104.

Ganassali S. The influence of the design of web survey questionnaires on the quality of responses // Survey Research Methods. 2008. Vol. 2. No. 1. P. 21-32.

Kaplowitz M.D., Hadlock T.D., Levine R. A comparison of web and mail survey response rates // Public Opinion Quarterly. 2004. Vol. 68. No. 1. P. 94-101.

Sanchez-Fernandez J., Munoz-Leiva F., Montoro-Rios J. “Improving Retention Rate and Response Quality in Web-Based Surveys”, Computers in Human Behavior, 2012, 28 (2), 507–514.

Shih T. H., Fan X. “Comparing Response Rates from Web and Mail Surveys: A Meta-Analysis”, Field Methods, 2008, 20 (3), 249–271.

Tourangeau R., Couper M., Conrad F. Spacing, position, and order // Public Opinion Quarterly. 2004. Vol. 68. No. 3. P. 368-393.

Trouteaud A. R. “How You Ask Counts A Test of Internet-Related Components of Response Rates to a Web-Based Survey”, Social Science Computer Review, 2004, 22 (3), 385–392.

Колозариди П.В. Видеоинтервью с помощью онлайн-приложений: методический опыт // Социология: 4М. 2014. № 38. С. 96–127

Малошонок Н. Г., Терентьев Е. А. Эффект визуализации и формата оценочных шкал в онлайн-опросах студентов // Universitas. Журнал о жизни университетов. 2013. Т. 1. № 2. С. 20-44.

Онлайн исследования в России 3.0 (2012)/ Под ред. Шашкина А.В., Девятко И.Ф., Давыдова С.Г. – М.: Издательский дом «Кодекс».

Онлайн исследования в России 2.0 (2010)/ Под ред. Шашкина А.В., Девятко И.Ф., Давыдова С.Г. – М.: РИЦ «Северо-Восток».

Онлайн исследования в России: тенденции и перспективы (2006)/Под ред. Шашкина А.В. и Поздняковой М.Е. – М.: Изд-во Института социологии РАН.