**Программа дисциплины**

Методы онлайн-исследований

для направления

44.06.01 Образование и педагогические науки,

профиль 13.00.01 Общая педагогика, история педагогики и образования

подготовки научно-педагогических кадров в аспирантуре

Автор программы:

Малошонок Н.Г., кандидат социологических наук; e-mail: nmaloshonok@hse.ru

Одобрена на заседании Академического совета аспирантской школы по образованию «18» октября 2016 г.

Москва, 2016

*Настоящая программа не может быть использована другими подразделениями университета и другими вузами без разрешения кафедры-разработчика программы.*

# Область применения и нормативные ссылки

Настоящая программа учебной дисциплины устанавливает минимальные требования к знаниям и умениям аспиранта и определяет содержание и виды учебных занятий и отчетности.

Программа предназначена для преподавателей, ведущих дисциплину «Методы онлайн-исследований», учебных ассистентов и аспирантов направления 44.06.01 Образование и педагогические науки.

Программа разработана в соответствии с

\* Образовательным стандартом НИУ ВШЭ по направлению 44.06.01 Образование и педагогические науки;

\* Учебным планом подготовки аспирантов по направлению 44.06.01 Образование и педагогические науки, профиль 13.00.01 Общая педагогика, история педагогики и образования.

# Цели освоения дисциплины

Основная цель освоения дисциплины состоит в овладении навыками и знаниями в области проектирования и реализации академических исследований с использованием онлайн-методов сбора данных.

В ходе прохождения курса аспиранты получают представление о преимуществах и недостатках использования онлайн-методов сбора данных по сравнению с офлайн методами, способах повышения качества данных при использовании онлайн-методов, особенностях разработки проектов и представления результатов исследований с использованием онлайн-методов.

Аспиранты также обучаются навыкам разработки и программирования электронных опросных форм для проведения онлайн-опросов с использованием распространённого программного обеспечения.

# Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

В результате освоения дисциплины аспирант должен:

* Знать:
* Основные подходы к классификации онлайн методов сбора данных;
* Преимущества и ограничения использования онлайн методов сбора данных;
* Типы выборок, используемые в онлайн-опросах, и способы их формирования;
* Основные типы вопросов в онлайн-опросах и типичные способы их визуального представления;
* Международные стандарты проведения и представления результатов онлайн-опросов;
* Способы повышения отклика в онлайн-опросах;
* Способы контроля и проверки качества данных в онлайн-опросах;
* Основные принципы проведения онлайн-интервью;
* Особенности использования смешанного дизайна сбора качественных данных (интервью и фокус-группы);
* Принципы и подходы к реализации этнографического исследования в онлайн-среде (нетнография);
* Особенности получения и анализа больших данных в онлайн-среде.
* Уметь:
* Определять релевантный исследовательским целям и задач метод сбора данных онлайн;
* Определять оптимальный дизайн выборки для проведения онлайн-опроса;
* Определять оптимальный способ визуального представления анкет для проведения онлайн-опросов;
* Грамотно описывать методологию и результаты проведения онлайн-опросов;
* Определять оптимальный способ доступа к респондентам/информантам в онлайн-исследованиях, составлять эффективный текст приглашений к участию в исследовании;
* Администрировать и осуществлять сбор качественных данных в онлайн-среде (интервью, фокус-группы)
* Разрабатывать дизайн и реализовывать этнографические исследования в онлайн-среде.
* Иметь навыки (приобрести опыт):
* Подготовки проектов исследований с использованием онлайн-методов сбора данных;
* Разработки и программирования электронных опросных форм для проведения онлайн-опросов;
* Выгрузки, чистки и подготовки к анализу данных онлайн-опросов;
* Проведения онлайн-интервью и онлайн-фокус групп;
* Проведения этнографических исследований в онлайн-среде.

В результате освоения дисциплины аспирант осваивает следующие компетенции:

| Компетенция | Код по ФГОС/ НИУ | Дескрипторы – основные признаки освоения (показатели достижения результата) | Формы и методы обучения, способствующие формированию и развитию компетенции |
| --- | --- | --- | --- |
| Способность выбирать и применять методы исследования, адекватные предмету и задачам исследования | УК-3 | Демонстрирует способность использовать полученные навыки проведения исследований при построении программы диссертационного исследования | Семинарские занятия, самостоятельная работа |
| Способность собирать, анализировать, обрабатывать и хранить данные в соответствии с общепринятыми научными и этическими стандартами | УК-4 | Демонстрирует способность собирать, анализировать, обрабатывать и хранить данные в соответствии с международными стандартами | Семинарские занятия, самостоятельная работа |
| Способность самостоятельно осуществлять научно-исследовательскую деятельность в области образования с использованием современных методов исследования и информационно-коммуникационных технологий | ОПК-1 | Демонстрирует навыки использования информационно-коммуникационных технологий при обработке данных исследований | Семинарские занятия, самостоятельная работа |
| Способность к самостоятельному обучению новым методам исследования и их развитию при решении задач профессиональной деятельности | ОПК –4 | Демонстрирует способность к самостоятельному обучению онлайн-методам исследования и умеет их использовать в своей профессиональной деятельности  | Семинарские занятия, самостоятельная работа |

# Место дисциплины в структуре образовательной программы

Настоящая дисциплина является дисциплиной по выбору и изучается на 1-м или 2-м году обучения.

Для освоения учебной дисциплины, аспиранты должны владеть следующими знаниями и компетенциями:

* знание основных методов сбора данных в социальных науках и особенностей их реализации;
* знание основных принципов разработки проектов эмпирических исследований в социальных науках;
* знание ключевых понятий и терминов, связанных с реализацией эмпирических исследований в социальных науках: валидность и надежность данных, выборка и генеральная совокупность, основные типы выборок, типы шкал в анкетных вопросах.
* уверенное пользование программным обеспечением для анализа статистических данных (R, SPSS или excel).

# Формы контроля знаний аспирантов

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Тип контроля | Форма контроля | 1 год | Параметры |
| 1 | 2 | 3 | 4 |
| Текущий | Выступление с докладом |  |  | \* |  | Выступление на занятии с докладом по одному из текстов из списка обязательной литературы по курсу  |
| Домашнее задание |  |  | \* |  | Разработка и программирование анкеты онлайн-опросаКраткое устноепредставление анкеты назанятии и обсуждение анкет других аспирантов. |
| Итоговый | Зачет  |  |  | \* |  | 1. Подготовка проекта исследования с использованием онлайн-методов сбора данных. Описание проекта исследования приводится в формате текста (документ WORD), а также представляется в виде короткой презентации на последнем занятии
 |

## Критерии оценки знаний, навыков

**Выступление с докладом**

|  |  |
| --- | --- |
| **Критерии оценки** | **Оценка** |
| Корректность изложения основного содержания текста | 0-3 балла |
| Аргументированность авторского мнения о прочитанном тексте | 0-3 балла |
| Качество ответов на вопросы преподавателей и аудитории | 0-4 балла |
| Итоговая оценка | 0-10 баллов |

**Выполнение домашнего задания**

|  |  |
| --- | --- |
| **Критерии оценки** | **Оценка** |
| Соответствие техническим требованиям к анкете | 1 – выполнены, 0 – не выполнены |
| Корректность формулировок вопросов в анкете  | 0-2 балла |
| Корректность визуального представления вопросов в анкете | 0-3 балла |
| Логичность и уместность использования логики показа вопросов и/или вариантов ответа | 0-2 балла |
| Логичность и уместность использования логики валидации данных, введенных респондентом | 0-2 балла |
| Итоговая оценка | 0-10 баллов |

**Итоговая работа**

|  |  |
| --- | --- |
| **Критерии оценки** | **Оценка** |
| Аргументированность актуальности заявленного проекта | 0-1 балл |
| Корректность и обоснованность постановки исследовательской проблемы и вопросов | 0-1 балл |
| Корректность и полнота описания цели и задач исследования | 0-1 балл |
| Корректность и аргументированность обоснования выбора метода/методов исследования  | 0-2 балла |
| Корректность и полнота описания ограничений метода применительно к проекту | 0-2 балла |
| Качество инструментария исследования | 0-2 балл |
| Корректность и полнота описания способов контроля качества данных, которые планируется использовать | 0-1 балл |

# Содержание дисциплины

***Тема 1.*** Каталогизация методов онлайн исследования. Возможности и ограничения онлайн исследований. Качество данных в онлайн-исследованиях. Сравнение качества данных в онлайн- и офлайн-исследованиях.

***Тема 2.*** Онлайн опрос как метод. Международные стандарты проведения и представления результатов онлайн опросов. Основные угрозы качеству данных в онлайн опросах. Особенности конструирования выборки в онлайн опросах.

***Тема 3.*** Инструменты оценки и повышения качества данных в онлайн-опросах. Проблема отклика в онлайн-опросах и способы ее решения. Способы доступа к респондентам

***Тема 4.*** Основные принципы визуального представления анкеты в онлайн-опросах. Влияние визуализации опросного инструментария на ответы респондентов. Основные принципы программирования онлайн-анкеты.

***Тема 5.*** Качественные онлайн-исследования: интервью и фокус-группы. Особенности разработки проекта и реализации качественных исследований в онлайн-среде. Использование смешанных (онлайн и офлайн) методов сбора качественных данных.

***Тема 6.*** Сетевая этнография. Основные подходы к разработке и реализации проекта этнографического исследования в онлайн-среде. Особенности, преимущества и недостатки метода.

***Тема 7.*** Нереактивные методы сбора данных онлайн: анализ цифровых следов и сетевой активности. Большие данные. Этические аспекты использования нереактивных методов сбора данных.

# Образовательные технологии

При изучении курса используются следующие активные и интерактивные формы проведения занятий – практические занятия и групповые дискуссии, разбор задач и кейсов.

# Оценочные средства для текущего контроля и аттестации аспиранта

## Тематика заданий текущего контроля

**Доклад по одному из текстов из списка обязательной литературы**

Для выступления с докладом слушатели курса выбирают один из текстов из списка обязательной литературы по курсу. Для доклада готовиться презентация в формате Power Point, которая представляется на занятии. Примерный объем презентации – 7-10 слайдов. Время на выступление – не более 20 минут. При подготовке доклада необходимо

- Выделить главную авторскую мысль;

- Изложить кратко основное содержание текста;

- Высказать свои комментарии по поводу прочитанного текста;

- Ответить на вопросы аудитории.

**Домашнее задание по разработке онлайн-анкеты**

Выполнение домашнего задания предполагает разработку онлайн-анкеты с использованием программного обеспечения Enjoy Survey, доступ к которому предоставляется преподавателями курса. Анкета должна состоять не менее чем из 10 вопросов, в анкете должны быть использованы не менее трех разных типов вопросов, а также не менее одной логики показа вопросов и не менее одной логики валидации введенных респондентом данных. Анкета кратко представляется и обсуждается на занятии. Время на представление анкеты – не более 5 минут. При формировании оценки основное внимание уделяется следующим критериям:

- Соответствие заявленным требованиям к опроснику;

- Визуальная презентация опросника;

- Понятность формулировок опросника.

Максимальное количество баллов.

**Итоговая работа**

Итоговая работа по курсу представляется в виде описания проекта исследования в формате текста (документ WORD), а также представляется в виде короткой презентации на последнем занятии. В итоговой работе должны быть представлены:

* + 1. Краткое описание актуальности темы исследования
		2. Постановка исследовательской проблемы и вопросов
		3. Описание цели и задач исследования
		4. Обзор литературы
		5. Обоснование выбора метода/методов исследования (почему выбран именно этот метод, какие преимущества дает его применение в вашем исследовании)
		6. Описание ограничений метода применительно к вашему проекту
		7. Инструментарий исследования (приводится в приложении) (необязательно)
		8. Описание способов контроля качества данных, которые планируется использовать (при наличии)

Примерный объем текста – 2000 – 3000 слов.

Время на выступление – не более 10 минут, включая вопросы и ответы.

# Вопросы для оценки качества освоения дисциплины:

1. Определение онлайн-исследования
2. Типология онлайн-исследований
3. Основные методы сбора данных
4. Преимущества и ограничения онлайн-исследований
5. Показатели качества данных
6. Базовые принципы онлайн-исследований
7. Эксперимент в социальных науках
8. Задачи, для которых применяется полуформализованное и неформализованное интервью
9. Преимущества и недостатки онлайн-интервью
10. Типы онлайн-интервью
11. Преимущества и недостатки онлайн фокус-групп
12. Определение генеральной совокупности и выборочной совокупности
13. Виды выборок
14. Преимущества и ограничения мобильных опросов
15. Проблемы отклика и их решения
16. Возможности и ограничения Big Data
17. Этические аспекты использования онлайн-данных

# Порядок формирования оценок по дисциплине Итоговая оценка по дисциплине (ИО) рассчитывается по следующей формуле:

*ИО = 0.2\*О1 + 0.2\*О2 + 0.4\*О3 + 0.2\*О4* где

О1 – оценка за выступление с докладом по тексту статьи на семинаре,

О2 – оценка за разработку и программирование опросника,

О3 – итоговая письменная работа (проект исследования),

О4 – оценка за устную защиту итоговой письменной работы.

# Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

## Основная литература

1. Bowler Jr G. M. Netnography: A method specifically designed to study cultures and communities online //The Qualitative Report. 2010. Vol. 15. №. 5. P. 1270.
2. Couper, Mick P. Designing effective web surveys. Vol. 75. New York: Cambridge University Press, 2008. (Chapter 2. The Basic Building Blocks P. 41-83).
3. Dillman D. A., Bowker D. K. The web questionnaire challenge to survey methodologists // Online social sciences. 2001. P. 53-71.
4. Fricker Jr R. D. Sampling Methods for Online Surveys // The SAGE Handbook of Online Research Methods. 2016. P. 162-199.
5. King G., Pan J., Roberts M. E. (2014). Reverse-engineering censorship in China: Randomized experimentation and participant observation // Science, 345 (6199).
6. Kozinets R. V. The field behind the screen: Using netnography for marketing research in online communities // Journal of marketing research. 2002. Vol. 39. №. 1. P. 61-72.
7. 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.
8. Kramera A.D., Guillory J.E., Hancock J.T. Experimental evidence of massive-scale emotional contagion through social networks // PNAS. 2014. № 111 (24). P. 8788–8790.
9. Zimmer M. But the data is already public: on the ethics of research in Facebook // Ethics and Information Technology. 2010. № 12. P. 313–325.
10. 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».
11. Корытникова Н.В. Online Big Data как источник аналитической информации в онлайн исследованиях // Социологические исследования. 2015. № 8. С.14–24.
12. Мавлетова А. М. Социологические опросы в сети Интернет: возможности построения типологии // Социология: методология, методы, математическое моделирование. 2010. №. 31. С. 115-134.
13. 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.
14. 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).
15. Федоровский А. М. Качество онлайн-опросов. Методы проверок // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2015. №. 3 (127). С. 29-36.

## Дополнительная литература

1. Christian L. M., Parsons N. L., Dillman D. A. Designing scalar questions for web surveys // Sociological Methods & Research. 2009. Vol. 37. №. 3. P. 393-425.
2. Couper M.P. Web Surveys: A Review of Issues and Approaches // The Public Opinion Quarterly. 2000 Vol. 64. No. 4. P. 464-494.
3. Couper M. P., Tourangeau R., Kenyon K. Picture this! Exploring visual effects in web surveys // Public Opinion Quarterly. 2004. Vol. 68. №. 2. P. 255-266.
4. Couper M. P., Conrad F. G., Tourangeau R. Visual context effects in web surveys // Public Opinion Quarterly. 2007. Vol. 71. №. 4. P. 623-634.
5. DiGrazia J., McKelvey K., Bollen J., and Rojas F. (2013). More tweets, more votes: Social media as a quantitative indicator of political behavior. PLOS ONE, 8(11). http://journals.plos.org/plosone/article/file?id=10.1371/journal.pone.0079449&type=printable.
6. Evans J. R., Mathur A. The value of online surveys // Internet research. 2005. Vol. 15. №. 2. P. 195-219.
7. Galesic M., Bosnjak M. Effects of questionnaire length on participation and indicators of response quality in a web survey // Public opinion quarterly. 2009. Vol. 73. №. 2. P. 349-360.
8. Granello D. H., Wheaton J. E. Online data collection: Strategies for research // Journal of Counseling & Development. 2004. Vol. 82. №. 4. P. 387-393.
9. Hanna P. Using internet technologies (such as Skype) as a research medium: A research note // Qualitative Research. 2012. Vol. 12. №. 2. P. 239-242.
10. Heckathorn D., Wejnert C. Web-based network sampling efficiency and efficacy of respondent-driven sampling for online research // Sociological Methods & Research. 2008. Vol. 37. P. 105–134.
11. James N., Busher H. Credibility, authenticity and voice: Dilemmas in online interviewing // Qualitative Research. 2006. Vol. 6. №. 3. P. 403-420.
12. Joinson A. N., Reips U. D. Personalized salutation, power of sender and response rates to Web-based surveys // Computers in Human Behavior. 2007. Vol. 23. №. 3. P. 1372-1383.
13. Kaplowitz, M.D., Lupi, F., Couper, M.P., and Thorp, L. The Effect of Invitation Design on Web Survey Response Rates // Social Science Computer Reviewю 2012. Vol. 30. №. 3. P.339-349.
14. Kazmer M. M., Xie B. Qualitative interviewing in Internet studies: Playing with the media, playing with the method // Information, Community and Society. 2008. Vol. 11. №. 2. P. 257-278.
15. Keusch F. How to increase response rates in list-based web survey samples // Social Science Computer Review. 2012. Vol. 30. №. 3. P. 380-388
16. Porter S. R., Whitcomb M. E. E-mail subject lines and their effect on web survey viewing and response // Social Science Computer Review. 2005. Vol. 23. №. 3. P. 380-387.
17. Livingstone S. Critical debates in internet studies: Reflections on an emerging field. 2005.
18. Liu M., Conrad F. G. Where Should I Start? On Default Values for Slider Questions in Web Surveys // Social Science Computer Review. 2018.
19. Lomas N. Facebook’s Data Protection Practices Under Fresh Fire In Europe // TechCrunch. 2015. URL: https://techcrunch.com/2015/02/23/facebook-ad-network/
20. Monroe B. L., Pan J., Roberts M. E., Sen M., Sinclair B. (2015). No! Formal theory, causal inference, and big data are not contradictory trends in political science. PS: Political Science & Politics, 48 (1). P. 71-74.
21. Murthy D. Digital ethnography: An examination of the use of new technologies for social research // Sociology. 2008. Vol. 42. №. 5. P. 837-855.
22. Parry M. Harvard Researchers Accused of Breaching Students' Privacy // The Chronicle of Higher Education. 2011. URL: https://www.chronicle.com/article/Harvards-Privacy-Meltdown/128166
23. Parsons C. Web-based surveys: Best practices based on the research literature // Visitor Studies. 2007. Vol. 10. №. 1. P. 13-33.
24. Peytchev A. et al. Web survey design: Paging versus scrolling // International Journal of Public Opinion Quarterly. 2006. Vol. 70. №. 4. P. 596-607.
25. Sade-Beck L. Internet ethnography: Online and offline // International Journal of Qualitative Methods. 2004. Vol. 3. №. 2. P. 45-51.
26. Shapiro-Luft D., Cappella J. N. Video content in web surveys: effects on selection bias and validity // Public opinion quarterly. 2013. Vol. 77. №. 4. P. 936-961.
27. Sikkel D., Steenbergen R., Gras S. Clicking vs. dragging: Different uses of the mouse and their implications for online surveys // Public opinion quarterly. 2014. Vol. 78. №. 1. P. 177-190.
28. Smyth J. D. et al. Open-ended questions in web surveys: Can increasing the size of answer boxes and providing extra verbal instructions improve response quality? // Public Opin-ion Quarterly. 2009. Vol. 73. №. 2. P. 325-337.
29. Stern M. J. The use of client-side paradata in analyzing the effects of visual layout on changing responses in web surveys // Field Methods. 2008. P.377-398.
30. Tourangeau, R., Conrad, F.G., and Couper, M.P. (2013), The Science of Web Surveys. New York: Oxford University Press, Chapter 5: The Web as a Visual Medium.
31. Tourangeau R., Couper M. P., Conrad F. Spacing, position, and order: Interpretive heuris-tics for visual features of survey questions // Public opinion quarterly. 2004. Vol. 68. №. 3. P. 368-393.
32. Yan T., Tourangeau R. Fast times and easy questions: the effects of age, experience and question complexity on web survey response times // Applied Cognitive Psychology. 2008. Vol. 22. №. 1. P. 51-68.
33. Zhang C., Conrad F. Speeding in web surveys: The tendency to answer very fast and its association with straight lining // Survey Research Methods. 2014. Vol. 8. №. 2. P. 127-135.
34. Абрамов Р. Н. Методологические и содержательные аспекты социальных исследований блогов: аналитический обзор // Социология: методология, методы, математическое моделирование. 2012. №. 35. С. 90-118.
35. Колозариди П.В. Видео-интервью с помощью онлайн-приложений: методический опыт // Социология: методология, методы, математическое моделирование. 2014. № 38. С. 96-127.
36. 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.
37. 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.
38. Петер Д. Качественные онлайн исследования // Онлайн исследования в России. 2.0. – РИЦ «Северо-Восток», 2010. С. 151-168.
39. Полякова В. В., Лебедев П. А. Форумная онлайн дискуссия: проблемы организации и проведения // Онлайн исследования в России 2.0. – РИЦ «Северо-Восток», 2010. С. 173-194.
40. Полухина Е. В. Онлайн-наблюдение как метод сбора данных // ИНТЕР. 2014. Т. 1. №. 7. С. 95-106.
41. Шашкин А.В. Фокус группы онлайн: новые технологии маркетинговых исследований
42. Лебедев П.А. Метод онлайновых фокус-групп как исследовательский инструмент // Социология: 4М. 2010. № 31. С. 92-114.

## Справочники, словари, энциклопедии

Нет.

## Программные средства

Для успешного освоения дисциплины, аспирант использует следующие программные средства:

## Материально-техническое обеспечение дисциплины

* Microsoft Word, Microsoft Excel, Microsoft Power Point, EnjoySurvey, SPSS или R.
* Ноутбук (компьютер) для преподавателя;
* Проектор (для лекций или семинаров);
* Ноутбук для каждого аспиранта;
* Модульная мебель для организации групповой работы слушателей.