

Литература:

1. Белановский С.А. Глубокое интервью и фокус-группы. М.: Ридеро, 2018.
2. Мертон Р., Фиске М., Кендалл П. Фокусированное интервью. М.: ВЦИОМ, 2019.
3. Социологический словарь. Сост. Н.Аберкромби, С.Хилл, Б.Тернер. М.: Экономика, 2004.
4. Ноэль Э. Массовые опросы. Введение в методику демоскопии. М.: Наука, 1978.
5. Белановский С.А. Лысенковщина как пиаровский феномен. Аналитический портал Полит.ру, <https://polit.ru/article/2006/06/28/lysenkovshina/>
6. Gorden L. Interviewing: Strategy, Techniques and Tactics. The Dorsey press. Chicago, 1987.
7. Goldman A., McDonald S. The group Depth Interview: Principles and Practices Cliffs. NJ.: Prentice-Hall, 1987.
8. Greenbaum, T. The Practical Handbook and Guide to Focus Group Research. MA Lexington Books, 1988
9. Templeton, J. Gearing up for focus groups. Food and Beverege Marketing, 1990.

[1] Здесь и далее мы будем использовать термин «глубокое», а не «глубинное» интервью, поскольку при использовании второго возникает терминологическое смешение с техниками, используемыми в так называемой глубинной психологии (психоаналитическими, ассоциативными и др.). Под глубоким интервью мы будем понимать метод, основанный технике probing.