Министерство образования и науки РФ

Федеральное агентство по образованию

Государственное образовательное учреждение высшего профессионального образования.

Иркутский государственный технический университет

Факультет ПС и СМИ

Кафедра социологии и социальной работы

Курсовая работа

по дисциплине «Общая социология»

на тему

*Методы социологических исследований*

Выполнил:

Студент группы СОЦ-09-1

Заборских Руслан Александрович

Иркутск 2010

**Введение**

Эмпирическое **исследование** — это система логически последовательных методологических, методических и организационно-технических процедур, связанных между собой единой целью: получить достоверные данные об изучаемом явлении или процессе для их последующего использования в практике.

Специалисты считают, что единой схемы социологического исследования, годящегося на разные случаи жизни, не существует. Выбор вида исследования диктуется характером поставленной цели и выдвинутых задач. Иными словами, глубиной требуемого анализа социальной проблемы, масштабом охвата событий.

В зависимости от того, какой критерий берется за основание классификации, выделяют несколько видов эмпирического исследования.

По глубине анализа социальной проблемы и масштаба охвата событий различают **пробное, описательное** и **аналитическое** исследования.

По применяемому методу сбора данных различают **опрос, наблюдение, анализ документов, эксперимент.**

По цели исследования — изучается статика или динамика явления — выделяют еще два вида социологического исследования: **точечное** и **повторное.**

По объему охвата объекта исследования типы исследования делятся на **сплошные** и **выборочные.**

По месту проведения в социологии и антропологии выделяют **полевые** (естественные), а в социальной психологии как полевые, так и **лабораторные** исследования.

**Контент-анализ: характеристика метода**

*Контент-анализ — это перевод в количественные показатели массовой текстовой (или записанной на пленку) информации с последующей статистической ее обработкой.* Его основные операции были разработаны американскими социологами X. Лассуэллом и Б. Бе-рельсоном. Важный вклад в развитие процедур контент-анализа внесли российские и эстонские социологи, особенно А. Н. Алексеев, Ю. Вооглайд, П. Виха-лемм, Б. А. Грушин, Т.М. Дридзе, М. Лауристинь.

Его идея очень проста и повторяет ту, что лежит в основе любого другого количественного метода в социологии, будь то анкетирование или наблюдение. Надо сосчитать наиболее часто повторяющиеся слова или темы, например в газетном материале, и определить, что за этим кроется. Особенность заключается именно в применении статистических процедур для анализа однотипных текстов.

Под *текстами* в контент-анализе понимают книги, книжные главы, эссе, интервью, дискуссии, заголовки газетных статей и сами статьи, исторические документы, дневниковые записи, речи выступлений, рекламные тексты и т.д. Когда говорят о контент-анализе текстов, то главный интерес всегда заключается не в самих характеристиках содержания, а во внеязыковой реальности, которая за ними стоит, — личных характеристиках автора текста, преследуемых им целях, характеристиках адресата текста, различных событиях общественной жизни и др.

Как любой другой социологический метод, контент-анализ используется не сам по себе, а в составе крупного исследовательского проекта, под который составлена научная программа, где четко прописаны цели и задачи, проблема и объект, теоретическая модель и предмет исследования, выдвинуты гипотезы и проведены все другие операции, которые требует научный метод. Когда становится ясным, что поставленных целей никаким иным способом, как только анализом документов, достичь нельзя, социолог прописывает все этапы его применения: устанавливает объект, выделяет единицы анализа, выбирает статистический метод анализа данных, идет в библиотеку за источниками или садится за Интернет, а потом ищет, суммирует, считает и интерпретирует. Контент-анализ позволяет обнаружить в документе то, что ускользает от поверхностного взгляда при его традиционном изучении. Он позволяет вписать содержание документа в социальный контекст, осмыслить его одновременно и как проявление, и как оценку социальной жизни.

Проведение контент-анализа требует предварительной разработки ряда исследовательских инструментов. Из них обязательными являются:

1) Классификатор контент-анализа,

2) Протокол итогов анализа, который имеет второе обозначение – бланк контент-анализа,

3) Регистрационная карточка или кодировальная матрица,

4) Инструкция исследователю, непосредственно занимающемуся регистрацией и кодировкой единиц счета,

5) Каталог (список) проанализированных документов.

**Классификатором контент-анализа** называется общая таблица, в которую сведены все категории (и подкатегории) анализа и единицы анализа. Ее основное предназначение – предельно четко зафиксировать то, в каких единицах выражается каждая категория, используемая в исследовании. Классификатор можно уподобить социологической анкете, где категории анализа играют роль вопросов, а единицы анализа – ответов. Он является основным методическим документом контент-анализа, предопределяющим содержание всех прочих инструментов этого метода.

**Протокол (бланк) контент-анализа содержит**: во-первых, сведения о документе (его авторе, времени издания, объеме и т.п.); во-вторых, итоги его анализа (количество случаев употребления в нем определенных единиц анализа и следующие отсюда выводы относительно категорий анализа). Протоколы заполняются, как правило, в закодированном виде, но не ради сохранения тайны итогов контент-анализа, а исходя из желательности на одном листе бумаги уместить всю информацию о документе, чтобы удобнее было сопоставлять друг с другом итоги анализа разных документов. Если в исследовании осуществляется контент-анализ малого числа документов, то можно обойтись без кодирования и заполнять эти протоколы в открыто-содержательном виде.

**Регистрационная карточка** представляет собой кодировальную матрицу, в которой отмечается количество единиц счета, характеризующее единицы анализа. Протокол контент-анализа каждого конкретного документа заполняется на основе подсчета данных всех регистрационных карточек, относящихся к этому документу.

Выбор объекта и единиц анализа — чуть ли не самые сложные шаги на этом пути. Нужно найти ответы на вопросы: где мне это искать и как проявляется изучаемое мною явление, событие, процесс.

***Единицы анализа***

Первым шагом будет определение системы *категорий анализа,* вторым — соответствующая им единица анализа текста, а третьим — установление ***единиц счета,*** т.е. количественной меры *единиц анализа* (их еще называют индикаторами контент-анализа), позволяющей регистрировать частоту (регулярность) появления признака категории анализа в тексте.

***Единица счета*** — *количественная характеристика единицы анализа, она фиксирует регулярность, с которой встречается в тексте та или иная смысловая единица.*

За единицу счета могут быть приняты:

1) Частота появления признака категории анализа;

2) Объем внимания, уделяемого категории анализа в содержании текста.

Для установления объема внимания могут быть учтены количество печатных знаков, абзацы, площадь текста, выраженная в физических пространственных единицах. Для газетных и других стандартных текстов — ширина колонки и высота высказывания. Для текстов, передаваемых устно, в качестве единицы счета могут использоваться единицы времени.

Единицами счета могут быть число определенных слов или их сочетаний, частота упоминаний слов, количество строк, печатных знаков, страниц, абзацев, авторских листов, площадь текста, выраженная в физических величинах, эфирное время и многое другое. Единицы счета «могут и совпадать и не совпадать с единицами анализа. В первом случае квантификация сводится к определению частот упоминания выделенной смысловой единицы по отношению к другим категориям (как в случае построения индекса самостоятельности инженеров). Во втором случае единицей счета избирают физическую протяженность или площадь текстов, заполненную смысловыми единицами: число строк, абзацев, квадратных миллиметров, знаков, колонок — в печатных текстах; длительность трансляции по радио или телевидению, метраж пленки при магнитофонных записях».

Роль *единиц анализа* может выполнять что угодно: темы и проблемы, пропозиции, образы, идеологемы, метафоры, примеры и аналогии, каламбуры, аллитерации, мифологемы, кочующие образы и многое другое, иногда очень экзотическое, скажем, надписи на стенах публичных туалетов. Единицами анализа могут служить, например, упоминания о российских политических деятелях и политических партиях и движениях (фамилии, имена политиков и названия партий). В такой роли могут выступать также фрагменты текста или его признаки, фотографии, за головки, названия профессий, события, города, страны, организации, оценки, суждения на определенную тему и т.п.

Выбор единиц анализа зависит от исследовательской программы, объекта, предмета, цели, задач и гипотез исследования. Переход от задачи к единицам анализа аналогичен процедуре теоретической и эмпирической интерпретации понятий и поиска индикаторов. Выяснение того, что считать, т.е. установление единиц анализа, — главная, решающая, ключевая (или как угодно еще) предпосылка контент-анализа. Допущенные здесь ошибки трещинами разойдутся по всему зданию. Обязательное условие: такие единицы должны быть единообразными, тогда социолог получит четкие статистические показатели. Добиваются подобного единообразия благодаря стандартизации процедуры анализа текста, которая, устраняя субъективные смещения, раскрывает свои возможности только при достаточно больших массивах текстов. Единицы анализа должны легко и по возможности однозначно идентифицироваться в тексте. В идеале их лучше всего свести к самым употребляемым формальным значкам, например запятым или точкам. Тогда подсчет не представит никаких трудностей, а интерпретация результатов будет однозначной и объективной.

Количественный подсчет встречаемости слов в тексте — самый простой вариант контент-анализа, который, однако, приводит к интересным результатам. Чаще всего подсчитывают «интересные» или «ключевые» слова и (или) словосочетания, например названия ценностных категорий типа *свобода, стабильность, доверие, территориальная целостность;* сценариев типа *предательство* или *разочарование;* достаточно однозначные обозначения тех или иных общественно значимых явлений, например *коррупция, преступность* или *терроризм,* и др.

С научно-познавательной точки зрения социолога интересуют все-таки не отдельные слова, а стоящие за их «спиной» понятийные категории, объединяющие множество разрозненных слов-признаков в тематическое целое. Исследователь, интересующийся тем, какое место в общественном сознании занимает, скажем, проблема преступности, обязан принимать во внимание не только присутствие в анализируемом информационном массиве слова *«преступность»,* но и упоминания *заказных* и всяких прочих *убийств, бандитского беспредела, «крыши», «братков», авторитетов, власти криминала* и т.п.

***Категории анализа***

По отношению к единицам анализа, сгруппированным по единому основанию, иначе говоря, составляющим концептуальное целое, специалисты употребляют другой термин — *«категории анализа».*

*Категории анализа* — его смысловые единицы, обозначающие эмпирические признаки текстовой информации, которые являются результатом операционализации опорных теоретических понятий в концепции исследования. К категориям анализа предъявляются определенные требования: они должны выражать теоретические понятия исследования, иметь в соответствии признаки (смысловые единицы) в тексте, обладать возможностями однозначной регистрации признаков, составляющих эти категории. Основная задача сбора ин формации в ходе анализа — поиск индикатора, указывающего на наличие в документе выделенной проблемы, идеи, темы (например, «справедливое распределение благ»). Категории анализа выражаются определенными признаками (подкатегориями), характеризующими интенсивность, направленность, значимость выраженной в категории идеи, проблемы. К ним могут относиться понятия из любой сферы жизни общества: формы собственности, приватизация, финансовая система, научно-технический прогресс, методы хозяйствования, национализм и др.

**Опросные методы**

***Методология и технология интервью***

Интервью относится к опросным методам социологии и представляет собой устную беседу между двумя индивидами, выполняющими разные роли, преследующими разные цели и придерживающимися разных сценариев поведения. Первая роль — это интервьюер, функции которого выполняет профессионально подготовленный специалист, обладающий соответствующим опытом и наделенный коммуникативными навыками. Вторая роль — интервьюируемый или опрашиваемый. От него не требуется владения специальными навыками, особых знаний в какой-либо области человеческих знаний, умения непринужденно общаться или связно выражать свои мысли. Интервьюер занимает активную и воздействующую позицию, интервьюируемый, напротив, пассивную и выжидательную. Разные роли предполагают, что за каждой из них скрываются разные интересы, цели и задачи, разные модели поведения. Интервьюер должен хорошо знать цели и задачи предстоящей беседы, в общих чертах — тот проект или программу, в которую он включен, очень подробно — перечень вопросов, которые он собирается задавать.

Интервью — это обязательно целенаправленная беседа. И не просто беседа, а как бы разведывание, выяснение важных сведений, новых данных. Иными словами, способ получения информации с помощью устного опроса.

Обычную беседу считать «интервью» неверно — она протекает стихийно. Разговор на кухне или на улице — тоже не интервью, хотя он представляет собой обмен мнениями между двумя или более людьми. Интервью — это обязательно *целенаправленная* беседа. И не просто беседа, а как бы разведывание, выяснение важных сведений, новых данных. Иными словами, способ получения социально-психологической информации с помощью устного опроса.

С развитием социологии термин обрел дополнительное значение. Для того чтобы дать определение интервью как методу в социологии, необходимо обозначить его отличие от других видов интервью.

С интервью мы сталкиваемся и в нашей повседневной жизни. К примеру, врач опрашивает пациента, пытается установить при- чины недуга. И чем точнее будут ответы больного, тем доктору будет легче поставить диагноз или прописать лекарство. В данном случае ценность полученной информации в ее точности. Сотрудник уголовного розыска опрашивает свидетеля или подозреваемого с целью получения информации, необходимой для раскрытия преступления. Полученные сыщиком данные должны быть правдивыми и максимально полными.

Таким образом, интервью надо понимать в широком и узком значении.

*Интервью —* это способ научного познания с привлечением знаний посторонних людей, последующей статистической обработкой.

Интервью в руках ученого — такой же точный и четко сконструированный инструмент, как радиотелескоп. Итак, научное интервью, в том числе социологическое, — это метод получения информации от человека в ходе живого диалога (очной беседы), согласно которому специально подготовленный исполнитель (интервьюер) задает вопросы, руководствуясь определенной целью и определенной коммуникативной тактикой (последовательность, форма постановки вопросов и т.п.). Человека, с которым беседует ученый, именуют опрашиваемым, интервьюируемым, респондентом. Поскольку социолога называют врачом общества, то интервью в социологии по целям и задачам ближе всего к интервью, протекающему между доктором и пациентом. Соответственно, главными качествами информации в социологии является ее точность и полнота.

Интервью — особый вид общения исследователя с респондентом, применяемый в качестве метода сбора информации. В основе интервью лежит беседа. Однако здесь роли собеседников закреплены, нормированы, а цели ее заданы программой и задачами социологического исследования. В свете этого интервью как исследовательское общение представляет собой мотивированное извне «псевдообщение», при котором возникает обычная межличностная мотивация. От характера общения, от тесноты контакта и взаимопонимания сторон во многом зависит успех интервью, качество получаемой информации.

Процедура интервью предполагает:

а) Выбор объекта (т.е. лица, с которым следует проводить интервью);

б) Определение места и времени проведения интервью;

в) Запись ответов и окончательное оформление материалов.

Как правило, в беседе с опрашиваемым интервьюер сам записывает его ответы. В некоторых случаях, чтобы облегчить его работу, не отвлекать от беседы, прибегают к помощи ассистента интервьюера, который ведет подробную запись. Нередко запись беседы проводят с использованием технических средств (дикторов, магнитофонов), в частности при опросах общественного мнения и в журналистике.

Метод интервью незаменим и в тех случаях, когда изучаемая проблема требует использования при формулировке вопросов таких терминов, которые могут представлять какие-либо языковые, смысловые или логические трудности для респондентов. В таких ситуациях без интервьюера не обойтись.

Применяя метод интервьюирования, расширяются возможности повышения надежности собираемых данных за счет уменьшения числа неответивших и ошибок при заполнении вопросников. При этом часто возрастает содержательность и глубина собираемой информации. Хотя она, как правило, не является репрезентативной для больших социальных групп людей. В случае непонимания респондентом смысла вопроса интервьюер всегда может прийти на помощь. В интервью более удобно, чем при анкетировании, использовать табличную форму ответов на вопросы, поскольку интервьюер задает респонденту отдельный вопрос по каждой строке таблицы и сам же фиксирует полученные ответы. В хо-де интервью такой вопрос будет повторяться столько раз, сколько тем указано в таблице. Причем интервьюер при переходе от одной темы к другой может изменять формулировку вопроса, не меняя его основной направленности.

Если сравнивать два самых популярных метода в социологии анкетирование и интервьюирование, то можно обозначить некоторые преимущества последнего по отношению к анкетированию. Несмотря на то что интервьюирование уступает анкетированию по своей популярности (во всяком случае, в нашей стране, в зарубежных странах ситуация иная), оно обладает некоторыми преимуществами перед ним.

***Виды интервью***

Наибольшее распространение в социологии получило **стандартизированное** интервью, отличительной особенностью и которого является жесткая последовательность, заранее подготовленные четкие формулировки вопросов и продуманные модели ответов на них. Его можно проводить по опросному листу анкеты, что зачастую и делается для контроля и дополнения данных анкетирования.

Несколько реже используют **полустандартизированное** интервью. Оно проводится на основе не формализованного опросного листа, а памятки ("путеводителя") с перечнем обязательных вопросов, как правило, полузакрытых, не исключающих обсуждения с респондентом иных, но связанных с темой исследования проблем.

Еще реже встречаются **фокусированные интервью**, в которых стандартизирован лишь исходный вопрос (правда, в нескольких вариациях), а главная задача видится в сосредоточении внимания респондентов на обсуждении того варианта проблемы, который представляется им самым важным.

Только опытные социологи (да и то не всегда) применяют **свободное и разведывательное интервьюирование**. Свободным называют такое интервью, когда перед интервьюером стоит проблема собрать соответствующую исследовательским задачам информацию без наличия предварительно разработанного инструмента. Здесь социолог свободен в выборе вопросов, определении их порядка, количества и способов выражения, а также приемов фиксации информации.

**Разведывательное интервью** (другое его обозначение – глубинное) используют при определении и/или уточнении формулировки рабочих гипотез на этапе разработки программы исследования. Его цель не только и не столько в том, чтобы получить информацию об объекте, столько в выяснении того, какую информацию предстоит произвести в предстоящем исследовании. При этом как интервьюер, так и респондент свободны в выборе способов ведения беседы.

Каждый из пяти охарактеризованных типов интервью может реализоваться:

* Однократно или панельно (многократно через определенный временной интервал);
* В межличностной (интервьюер – респондент), личностно-групповой (группа интервьюеров – респондент или, наоборот, интервьюер – группа респондентов) и группо-групповой форме (когда группа интервьюеров беседует с группой респондентов).

Диапазон требований к интервьюерам, работающим в столь разных ситуациях, естественно, весьма широк как в социологическом, так и в психологическом, педагогическом, конфликтологическом, журналистском и иных отношениях. Для проведения разовых стандартизированных интервью межличностного характера можно не привлекать квалифицированных социологов (порой это даже желательно, чтобы повысить непредвзятость данных). Но без них невозможно получить достоверную информацию во всех иных разновидностях интервьюирования. Разведывательные, свободные, фокус-групповые и некоторые другие интервью под силу только социологам экстра-класса.

***Анкетирование***

**Анкетирование** – письменная форма опроса, осуществляющаяся, как правило, заочно, т.е. без прямого и непосредственного контакта интервьюера с респондентом. Оно целесообразно в двух случаях: а) когда нужно спросить большое число респондентов за относительно короткое время, б) респонденты должны тщательно подумать над своими ответами, имея перед глазами отпечатанный вопросник. Применение анкетирования для опроса многочисленной группы респондентов, особенно по вопросам, не требующим глубоких размышлений, не оправдано. В такой ситуации уместнее побеседовать с респондентом с глазу на глаз.

Анкетирование редко бывает сплошным (охватывающим всех членов изучаемой общности), гораздо чаще оно имеет выборочный характер. Поэтому достоверность и надежность полученной анкетированием информации зависит, прежде всего, от репрезентативности выборки.

***Типы анкетных вопросов***

Обычно все вопросы в анкете подразделяют по:

1) *Содержанию* (вопросы о фактах сознания, поведения и личности респондента);

2) *Форме* (открытые и закрытые, прямые и косвенные);

3) *Методической функции* (основные и неосновные, вопросы-фильтры, вопросы-ловушки и др.);

4) *Отношению к личности респондента* (наводящие, провокационные, деликатные);

5) *Технике заполнения* (трудные, сложные).

Нередко два основания классификации — форму и технику заполнения — методисты объединяют. Поэтому в одних учебниках открытые и закрытые вопросы проходят по критерию «форма вопроса», в других — «техника заполнения». Это не ошибка, так как любые критерии классификации весьма условны, и то, что одному методисту кажется признаком техники заполнения, другой считает формальным критерием.

В описанной классификации все виды анкетных вопросов — специализированные. Каждый вид выполняет отведенную ему роль, занимает строго однозначное место в иерархии или композиции анкеты. Кроме того, необходимо подчеркнуть, что все анкетные вопросы бывают либо открытыми, либо закрытыми.

По предметному содержанию выделяются вопросы о знаниях людей, их мнениях по поводу различных явлений и фактов, о пожеланиях, ожиданиях и планах на будущее; о фактах поведения — поступках, действиях и результатах деятельности; наконец, о личности респондента. Они могут касаться любых объектов, как связанных с личностью опрашиваемого или его окружающей средой, так и не имеющих к нему непосредственного отношения. Любое мнение, высказанное респондентом, представляет собой оценочное суждение, основанное на индивидуальных представлениях, и поэтому носит субъективный характер.

Другое направление классификации вопросов по предметному содержанию связано с выделением различных сфер социальной практики: труд, досуг, семья, культура, образование и т.п.

Прямые (личные) и косвенные формулировки вопросов используются в зависимости от отношения используемой информации к личности респондента. Если нужные социологу данные являются психологически нейтральными, не нарушают чувства собственного достоинства респондента, то на прямые вопросы можно получить вполне достоверную информацию. Острые вопросы формулируются в косвенной форме, которая помогает частично преодолевать психологические барьеры. Например, по поводу социально неодобряемых видов поведения (алкоголизм, бюрократизм, грубость, взяточничество) людям проще рассуждать применительно к более общим, безличным ситуациям: не — «Я», «мой друг», «мой непосредственный начальник», «наш директор», а «окружающие, которых я наблюдаю», «учреждения, где мне приходится бывать», «мой жизненный опыт».

По методическим функциям выделяют вопросы-фильтры, контактные вопросы. Необходимость в вопросах-фильтрах возникает тогда, когда исследователю нужно получить данные, относящиеся не ко всей совокупности опрашиваемых, а только к некоторой ее части. Цель контрольных вопросов — выяснить устойчивость или непротиворечивость ответов респондента, которые он дает на предшествующие вопросы по той же теме. Контактные вопросы используются для управления психологической ситуацией интервью, для установления контакта с респондентом, создания у него положительной мотивации на опрос. В практике опросов чаще всего эта функция выполняется вопросами наиболее простыми по смыслу и по технике заполнения и одновременно дающими необходимую исследователю информацию.

По своей форме или технике заполнения анкетные вопросы делятся на два основных вида — открытые и закрытые. Открытые вопросы дают респонденту возможность самостоятельно сформулировать ответ, выявить всю неповторимость своего индивидуального сознания, языка, стиля. Закрытый вопрос предполагает наличие готовых вариантов ответов, которые социолог разрабатывает до начала опроса, используя свои теоретические знания.

*Закрытыми* считаются такие вопросы, в которых перечислены все без исключения ответы (альтернативы) и в которых, таким образом, свобода выражения респондентом своего мнения сведена если не к минимуму, то к очень жестким границам. Какого-то единого критерия того, что считать закрытым вопросом, у специалистов нет. Одни полагают, что закрытым является вопрос, в котором респонденту предлагается один или несколько возможных ответов, другие — если на вопрос в анкете обязательно приводится полный набор вариантов ответов. Как правило, закрытыми специалисты называют такие вопросы, на которые в вопроснике приведены полные (завершенные) наборы всех возможных вариантов ответов. Это весьма удобная для респондента форма, поскольку она не заставляет его напрягать свою память и иные мыслительные процессы.

Закрытые вопросы подразделяют на несколько групп. *Дихотомические вопросы* предполагают учет наиболее общих, полярных реакций респондента: «да, нет, не знаю (или затрудняюсь ответить)».Так же существует ослабленный вариант закрытого вопроса — *полузакрытый вопрос.* В конце списка ответов оставляйте место (две-три строчки) и пишите: «Другие ответы...» Подобный компромисс требует дополнительных затрат, ведь открытая форма вопроса в конце («другие ответы...») предполагает кодировку полученных данных самим исследователем.

Закрытые вопросы могут быть *альтернативные* и *неальтернативные. Альтернативные* вопросы предполагают выбор респондентом только одного варианта ответа из набора предлагаемых.

Вопросы-фильтры.Это чисто функциональные элементы, их цель — отсекать тех, кто не может отвечать. Они отсеивают «чужих», не относящихся к данному вопросу или анкете в целом респондентов. Так, при исследовании читательской аудитории конкретной газеты, скажем, «Вечерней Москвы», перед тем как переходить к собственно содержательному блоку вопросов, социолог размещает вопросы-фильтры, где спрашивает, знаком ли респондент с этой газетой.

Надобность в них возникает в том случае, когда исследователю важно получить данные, относящиеся не ко всей совокупности респондентов, а лишь к их части.

***Сложные вопросы***

В анкетных исследованиях специалисты обращают внимание на существование трудных, сложных, наводящих и деликатных вопросов.

***Трудный вопрос***— это вопрос, затруднения при ответе на который связаны со спецификой опосредованного общения и прежде всего с восприятием печатного текста. Доля трудных вопросов колеблется от 10 до 40%. Чем профессиональнее составлена анкета, тем ниже доля подобных вопросов. Трудный вопрос ведет к пропускам, формальным отпискам, комментариям на полях.

***Сложный вопрос***заставляет респондентов решать сразу несколько задач для того, чтобы дать один ответ: вспомнить и подсчитать («Какой доход приходится в среднем на одного члена Вашей семьи? Сложите суммы всех зарплат, пенсий, стипендий и поделите на число членов семьи»), припомнить («Какую сумму ежемесячно Вы тратите на приобретение спиртных напитков?», «Сколько времени Вы тратите обычно на химчистку или прачечную?»); понаблюдать («Каким свободным временем располагает каждый взрослый член Вашей семьи?»).

***Наводящий вопрос*** *—* вопрос, в котором содержится скрытая подсказка или расшифровка того, в каком направлении пойдет в дальнейшем беседа между исследователем и респондентом, дополнительная информация, необходимые пояснения. Следует различать две формы наводящего вопроса, проистекающие из разных целей, которые преследуют их авторы.

Первую форму можно назвать *техническим* наводящим вопросом. Его задача — ввести респондента в курс дела.

Исследователь имеет право «наводить на цель», но не имеет права навязывать свой ответ. Он может поставить рамки диалога, как это делает диктор телевидения, в прямом эфире проводящий групповую беседу, где каждому хочется высказаться о наболевшем, не всегда думая о теме передачи. Наводящий вопрос указывает, каких тематических рамок надо держаться, отвечая на анкету.

Когда техническая функция, облегчающая диалог с респондентом, уходит на задний план, вперед выдвигается вторая форма наводящего вопроса — *идеологическая.* При помощи ловко сформулированных вопросов автор старается не просто направить, но подсказать нужный ему ответ. Обычно к таким приемам прибегают недобросовестные политологи, которые, кое-как собрав эмпирические данные, стараются во всеуслышание заявить о якобы всенародной поддержке своей партии. Вопрос типа «Хотели бы вы проголосовать за такую партию, которая, подобно коммунистической, защищает права простых людей?» нельзя считать научным. Это наводящий вопрос во втором, идеологическом смысле.

***Деликатный вопрос*** *—* это такой анкетный вопрос, который затрагивает щекотливые темы, касается интимно-личных сторон жизни респондента, вопросов, которые не принято обсуждать либо в его узком кругу, либо в обществе в целом.

В то время как при работе **с** наводящими вопросами, их корректировке и исправлении ученый обязан избавляться от собственных предрассудков, партийной, классовой или расовой пристрастности, в деле конструирования деликатных вопросов ему необходимо проделать нечто совершенно другое — научиться уважать пристрастия, стереотипы, больные места, слабости и, наконец, права других людей, прежде всего тех, кого он опрашивает. Таким образом, появление деликатных вопросов является недооценкой исследователем пристрастности респондентов.

***Основные блоки анкеты***

Логическая структура вопроса определяется наличием в нем двух обязательных элементов:

а) Базисной информации о том, что известно;

б) Указанием на недостаточность известной информации и необходимость ее восполнения или уточнения. Например, социолог задает вопрос: «Как Вы думаете, что мешает рабочим правильно отнестись к повышению норм выработки?» (после чего приводится список возможных причин). Базисная часть вопроса содержит следующую информацию, которая полагается известной:

а) Нормы выработки повышаются;

б) Все рабочие неправильно относятся к повышению норм выработки;

в) Существуют причины, вызывающие неправильное отношение.

Требуется выяснить (искомая информация) мнение опрашиваемого о причинах неправильного отношения.

Из приведенного примера видно, что подобный вопрос, как и| большинство других, основан на предварительных предположениях о том, что именно известно автору вопроса и респонденту. Однако такие предположения не всегда правильны. В тех случаях, когда социолог ошибается в определении базисной части вопроса (известной информации), появляется «эффект внушения». Такой вид методической ошибки (внушающий вопрос) часто связан с проявлением субъективного отношения социолога к предмету, о котором идет речь в вопросе

Возможность появления «эффекта внушения» бывает связана с утвердительными формулировками базисной части вопроса («Вы повышаете свою квалификацию?»), когда отрицательный ответ может неявно ассоциироваться с социально негативной оценкой Эффект усиливается, когда вопросам предпосылается специальное вступление, раскрывающее установку исследователя: «Неправда ли, Вы повышаете свою квалификацию?» или «Развитие научно-технического прогресса требует постоянного повышения квалификации буквально от всех работающих.

Иногда «эффект внушения» используется намеренно в качестве специального приема для снятия психологического барьера и получения «острой» информации, которая может затрагивать престиж опрашиваемых, их чувство самоуважения.

Требования к базисной части вопроса таковы:

а) Ее информация должна быть в равной степени известна и социологу и опрашиваемому;

б) Она должна однозначно пониматься и социологом и респондентами;

в) Она должна быть свободна от влияния явных и неявных ожиданий социолога по поводу социально одобряемых и неодобряемых ответов.

Вторая группа логических ошибок вызывается нарушением связи базисной части вопроса с его второй частью (с указанием на неизвестную информацию и на область поиска ответов). Существенной особенностью вопросов, с которыми работает социолог, является создание во второй части указания на неизвестную информацию с вариантами возможных ответов. В разговорной речи вопросы задаются, как правило, в открытой форме, т.е. без указания возможных вариантов ответов.

Часто вопросы относятся к узким группам респондентов.

В таком случае должны выполняться следующие требования:

1) обеспечивается возможность уклониться от ответа (варианты «не знаю», «не имею мнения», «затрудняюсь ответить»);

2) включаются вопросы-фильтры;

3) прямо обозначается адресат вопроса.

Возможность уклониться является принципиальным требованием. Оно позволяет выделить в совокупности опрашиваемых тех, кто считает себя некомпетентным. Среди социологов бытует мнение, будто не следует пользоваться неопределенными вариантами, поскольку респонденты «злоупотребляют» возможностью уклониться от ответа (а это затрудняет анализ и интерпретацию данных). Однако возможность уклониться позволяет контролировать методическое качество вопросов. Напротив, ее отсутствие создает опасность формального заполнения анкеты.

Указанные варианты ответов дают возможность разделить совокупность опрашиваемых на две группы:

1) располагающие искомой информацией и сообщающие ее социологу;

2) не располагающие ею или не пожелавшие ее сообщить. Если последняя группа достигает 15—20%, это тревожный сигнал для социолога, требующий методической доработки вопроса.

**Социологическое наблюдение: общая характеристика метода**

методология социологическая контент анализ анкетирование

Принято считать, что метод наблюдения пришел в социологию из антропологии — науки о дописьменных культурах и племенах. Антропологи наблюдают образ жизни, социальные отношения и взаимодействие, обычаи, нравы и традиции забытых и малочисленных народов, племен и общин. Из антропологии пришла и классификация видов наблюдения. Правда, этот метод применяется не только в антропологии. Его прекрасно освоили психологи и экономисты, этнографы, политологи, культурологи, не говоря о представителях естественных наук, скажем биологах, которые без наблюдения и шага ступить не могут. Развитие этнографии как науки было связано, в частности, с переходом от сбора отдельных сведений о культуре народов к стационарному наблюдению, при котором исследователь достаточно долго живет в среде изучаемой группы.

***Наблюдение*** *— метод сбора первичной информации путем прямой и непосредственной регистрации исследователем событий и условий на местах.*

Особенность наблюдения в социальных науках состоит в том, что непосредственно видеть и фиксировать можно только факты, относящиеся к внешнему поведению (движения, словесные высказывания и т.д.). Наши мысли, мнения, ценностные ориентации наблюдать невозможно. Правильность результатов наблюдения зависит не только от точности регистрации фактов поведения, но и от их истолкования — определения психологического смысла. Наблюдение обычно применяется, когда необходимо получить первоначальное представление о какой-либо стороне поведения, выдвинуть предположения о ее социальных причинах. Гипотезы можно выдвигать и в рамках наблюдения, однако социологи предпочитают проверять их при помощи других видов исследования, например анкетирования или эксперимента, где используется более сложный арсенал методов, в том числе основанных на математической статистике.

Для того чтобы превратить обыденное наблюдение в научный метод, необходимо, по мнению С.И. Григорьева и Ю.Е. Pастова, осуществить следующий ряд исследовательских процедур:

1) Вычленить в программе исследования те задачи и гипотезы, которые будут решаться и обосновываться данными наблюдения;

2) Определить в общей программе исследования или специальной программе наблюдения:

♦ Объект наблюдения (индивид, малая группа, социальная общность, общественное мероприятие, событие и др.);

♦ Предмет наблюдения, т.е. совокупность интересующих наблюдателя свойств (признаков) объекта (факторов его поведения);

♦ Категории наблюдения — показатели либо конкретные при знаки, которые отвечают определенным требованиям (они значимы для решения поставленной задачи, операционализированы и доведены до уровня наблюдаемых признаков, имеют количественный характер), они более конкретны, чем исходные понятия наблюдения, но более абстрактны, чем единицы наблюдения;

♦ Наблюдаемые ситуации, т.е. реальные обстоятельства, при которых могут проявиться категории наблюдения;

♦ Условия наблюдения, т.е. обязательные требования к ситуации, при наличии которых только и может происходить наблюдение (или этого делать нельзя);

♦ Единицы наблюдения — элементарные, эмпирически фиксируемые акты поведения людей, через которые распознается категория наблюдения;

3) Подготовить инструментарий наблюдения, а именно:

♦ ***Дневник наблюдения***— методический документ, где в закодированной или общепонятной форме записываются:

а) ход наблюдения;

б) результаты наблюдения;

в) действия наблюдателя;

г) оценка инструментария и процедур;

д) реакция наблюдаемых;

♦ ***Карточки наблюдения***(карточка наблюдателя, лист наблюдения, карточка индикаторов для регистрации) — методический документ, предназначенный для регистрации единиц наблюдения в строго формализованном и закодированном виде (карточек должно быть ровно столько, сколько единиц наблюдения);

♦ ***Протокол наблюдения***— методический документ, обобщающий данные всех карточек и содержащий методические сведения о процедуре наблюдения;

♦ *Классификатор* контент-анализа дневниковых и протокольных записей;

♦ Аудиовизуальные *технические средства* фиксации единиц наблюдения;

♦ *Программу обработки* данных наблюдения;

4) Провести пилотаж (апробировать) инструментарий, внести в него, если потребуется, должные коррективы, размножить его в необходимом количестве экземпляров;

5) Составить план и (или) сетевой график выполнения наблюдения (кто, где, когда его проводит);

6) Разработать инструкцию наблюдателям, провести их обучение и инструктаж;

7) Осуществить комплекс операций непосредственного наблюдения в полном соответствии с вышеозначенными требованиями и рекомендациями, которые последуют ниже.

В протокол наблюдения заносятся данные о трех оценочных показателях:

♦ *Коэффициент согласия* наблюдателей — показатель, характеризующий совпадение данных, полученных одновременно различными наблюдателями;

♦ *Коэффициент устойчивости* наблюдений — показатель, характеризующий совпадение данных, полученных одним и тем же наблюдателем в различное время;

♦ *Коэффициент надежности* наблюдения — показатель, характеризующий совпадение данных, полученных разными наблюдателями в различное время.

Социологическое наблюдение должно быть целенаправленным: наблюдатель должен отчетливо представлять и понимать, что он собирается наблюдать и для чего, иначе наблюдение превратится в фиксацию случайных, второстепенных фактов. Наблюдение следует проводить систематически, а не от случая к случаю. Поэтому научное наблюдение, как правило, требует более или менее продолжительного времени. Чем дольше наблюдение, тем больше фактов может накопить наблюдатель, тем легче будет ему отделить закономерное от случайного, тем глубже и надежнее будут его выводы.

В социологии виды наблюдения подразделяются следующим образом.

1. По *форме организации* выделяют:

♦ Формализованное (структурированное, стандартизированное, контролируемое);

♦ Неформализованное (неконтролируемое, простое, бесструктурное).

Первое обычно структурировано жесткой программой, где разрабатывается детальный инструментарий (карточки и протоколы), а второе — лишь общим принципиальным планом.

В.А. Ядов по *степени формализованности* выделяет:

а) Неконтролируемое (или нестандартное, бесструктурное) и

б) Контролируемое (стандартизированное, структурное) наблюдения. В первом исследователь пользуется лишь общим принципиальным планом, во втором — регистрирует события по детально разработанной процедуре.

Неконтролируемое наблюдение во многом похоже на обыденное созерцание событий. Его может провести каждый из нас. Здесь нет четкой программы, выдвижения гипотез, операционализации понятий и множества других вещей, которые обязательны при любом научном мероприятии. Напротив, контролируемое наблюдение имеет жесткую программу, опирается на продуманную теорию и детальный анализ проблемы исследования. Составлению жесткой процедуры контролируемого наблюдения предшествует детальный анализ проблемы на основе теории и данных неконтролируемого наблюдения. Впервые метод контролируемого наблюдения использовал американский психолог Р. Бейлз (1950) для изучения последовательных фаз в групповой деятельности.

Контролируемым может быть как включенное, так и не включенное наблюдение. Пример строго научного исследования — включенное наблюдение социолога В.Б. Ольшанского. В течение нескольких месяцев он адаптировался к малой рабочей группе. Появившаяся на более позднем этапе программа формализованного обследования включала интервью, опросы и групповые дискуссии.

2. По *степени включенности* наблюдателя выделяют:

♦ Невключенное (простое) наблюдение, когда исследователь пассивно фиксирует интересующие его данные о явлении, не вмешиваясь в ход его протекания;

♦ Включенное (участвующее, соучаствующее) наблюдение, которое называют еще исследованием «в маске», где социолог действует под вымышленным именем, скрывает истинную профессию и, конечно же, цели исследования. Окружающие не должны догадываться о том, кто он такой.

Если регистрация события производится «со стороны», т.е. исследователь не вмешивается в сам процесс, то наблюдение считается невключенным. Осуществляя его, наблюдатель обязан находиться вне изучаемого объекта, никоим образом не вмешиваясь в естественный ход событий, в том числе не задавая наблюдаемым никаких вопросов. Напротив, когда ученый имитирует вхождение в социальную среду, адаптируется к ней и анализирует события «изнутри», наблюдение считается включенным, или участвующим.

3. По *форме взаимоотношений* ученого с испытуемыми специалисты выделяют:

♦ Скрытое наблюдение;

♦ Открытое наблюдение.

Когда участники деятельности не догадываются о присутствии исследователя, говорят о скрытом наблюдении. Оно позволяет минимизировать корректирующее воздействие наблюдателя. Этим скрытое наблюдение отличается от открытого, в котором исследователь сообщает участникам о своих намерениях. Скрытое и открытое наблюдения нередко трактуются как две разновидности включенного наблюдения.

4. По *месту проведения* наблюдения делятся на две разновидности:

♦ Полевые наблюдения;

♦ Лабораторные наблюдения.

Полевые наблюдения проводятся в естественных условиях, а лабораторные — в искусственных, т.е. заранее созданных условиях. Лабораторные наблюдения распространены в психологии и социальной психологии, но их мало в социологии и антропологии. Трудно вообразить, каким образом племя аборигенов можно переместить в городскую лабораторию, не нарушив естественно сложившейся между людьми системы взаимоотношений.

5. По *регулярности проведения* наблюдения делятся на:

♦ Систематические (по заранее разработанному плану изучения объекта в течение определенного времени);

♦ Несистематические (проводятся без всякого заранее составленного плана в течение неопределенного времени).

6. По *длительности проведения,* задачам и масштабу изучаемого явления наблюдения делятся на:

♦ Кратковременные (проводятся на первой стадии исследования для формулировки гипотез или контроля и пополнения данных, полученных другими методами);

♦ Долговременные, длящиеся многие месяцы и годы, призванные отследить протекание крупномасштабных либо сложно организованных социальных процессов.

**Социологический эксперимент**

Эксперимент надо понимать в двух значениях как:

1) Средство приращения новых знаний, и тогда он выступает методом познания фундаментальной науки;

2) Способ изменения социальной действительности, опробования передовой идеи, опыта, программы, и тогда он относится к сфере прикладной науки. В данной главе речь пойдет о фундаментальном эксперименте, а специфику прикладного социального эксперимента мы рассмотрим в заключительном разделе.

Без всяких преувеличений научное наблюдение — «экологически чистый» метод познания. В нем практикуется щадящий режим по отношению к объекту познания.

Эксперимент — совсем другое дело. Здесь изучается искусственно созданная ситуация, которая в природе либо не встречается вовсе, либо не встречается в чистом виде. Если экспериментальная ситуация начинает походить на естественную — все, тушите свет в лаборатории, начинайте все сызнова.

*Эксперимент* (от лат. *experimentum —* проба, опыт) — исследовательская стратегия, в ходе которой осуществляется целенаправленное наблюдение за тем, как ведут себя одни характеристики явления (процесса, ситуации), если последовательно и в определенном порядке изменять другие характеристики.

Эксперимент сформировался и существует как метод проверки гипотезы, основанной на теоретических представлениях о связи между характеристиками изучаемого явления. В методологическом плане первым этапом считают теоретический анализ объекта исследования, вторым — формирование гипотезы о наличии, характере или направлении связей между переменными, третьим — разделение переменных на зависимые и независимые. Выделение экспериментальных переменных — это результат предварительного теоретического анализа объекта. Те из них, на которые направлено воздействие исследователя, называются контролируемыми и независимыми. После этого начинается методическая часть эксперимента. Когда поставлена цель исследования и подготовлена программа, создают две группы — экспериментальную и контрольную.

Основная цель экспериментального метода — проверка тех или иных гипотез, результаты которых имеют прямой выход на практику. Как разновидность углубленного, аналитического социологического исследования и одновременно как метод сбора информации о факторах, воздействующих на изменение состояния тех или иных социальных явлений и процессов, а также о степени и результатах этого воздействия, эксперимент имеет большую научную и практическую ценность.

Экспериментальный метод предназначен для получения информации о причинно-следственных связях между исследуемыми явлениями, их свойствами, для достижения нового, более точного знания о закономерностях, тенденциях социальных процессов. В отличие от наблюдения в эксперименте не только получают описательную информацию, но дают объяснение связей, отношений, процессов.

***Предмет эксперимента*** — отношения и связи между свойствами изучаемого объекта и системой факторов (переменных), детерминирующих его социальную деятельность и поведение.

*Переменные* в эксперименте — контролируемые и неконтролируемые факторы, оказывающие прямое или косвенное воздействие на состояние изучаемого объекта. Системой переменных задается и описывается экспериментальная ситуация. Основными переменными являются *независимые* и *зависимые.* Независимая переменная — фактор, изменяемый исследователем и вводимый им в деятельность экспериментальной группы. Это относительно самостоятельный, устойчивый, существенный фактор, оказывающий влияние на состояние объекта. Зависимая переменная — фактор, изменяющийся под воздействием независимой переменной. Переменные представляют категории анализа в эксперименте и, так же, как категории анализа, отображаются в виде эмпирических показателей2.

***Экспериментальная ситуация*** — совокупность условий, в которых проходит эксперимент. Они могут быть полевыми **и** лабораторными. Уникальность научного эксперимента кроется в его способности создать исключительные условия для того, чтобы ученые могли «проиграть» определенную ситуацию, получив в итоге очень ценную информацию о социальном явлении.

***Объект эксперимента*** *—* социальная группа, коллектив, личность (участники эксперимента). В эксперименте выделяют два вида объектов (единиц эксперимента): контрольные и экспериментальные группы. Сопоставление двух групп выявляет разницу и позволяет судить о том, произошли ожидаемые изменения или нет. Количество участвующих в эксперименте обычно невелико и редко превышает 10—15 человек.

***Экспериментальная группа*** *—* та, на которую оказывают воздействие экспериментальным фактором (независимой переменной). Помимо общего требования выбора объекта — репрезентативности в классе исследуемых объектов — к этой группе предъявляются требования относительной стабильности состава на период эксперимента, возможности вести систематическое контролируемое наблюдение; в ряде случаев требуется согласие группы на участие в эксперименте3.

***Контрольная группа*** идентична экспериментальной по заданным исследователем параметрам, но не испытывающая воздействия экспериментальных факторов (независимой переменной). При наличии контрольной группы повышается чистота социального эксперимента в силу того, что воздействие побочных параметров в одинаковой степени вероятно как в экспериментальной, так и в контрольной группах.

Эксперимент как метод познания, при помощи которого в контролируемых и управляемых условиях исследуются явления при роды и общества, проходит пять стадий:

1. Создаются две группы:

а) Экспериментальная (группа, в которую ученый вмешивается), ее еще называют интервенционной или стимульной;

б) Контрольная группа, в которую никто не вмешивается.

В знаменитых Хоторнских экспериментах 1927—1932 гг. на первой стадии гарвардские социологи в качестве экспериментальной группы выбрали бригаду девушек-операторов из шести человек и поместили ее в специальную комнату, отгороженную от нескольких десятков работниц основного цеха. Последние выступали в роли контрольной группы — над ними никаких экспериментальных изменений не производили.

В эксперименте исследователь имеет достаточно большую свободу выбора экспериментальных групп, хотя и обязан придерживаться определенных критериев их выбора. В качестве таких критериев выступают прежде всего характеристики самого объекта, устойчивость или изменение которых предусмотрены требованиями и условиями эксперимента.

2. В обе группы испытуемые подбираются только на основе случайной выборки, которая и обеспечит их эквивалентность. Чем больше по размеру группы, тем больше их эквивалентность. Группы в 25 человек менее эквивалентны, чем в 50, если качества (религиозность, социальное положение, возраст, материальное благополучие, склонности и т.п.) распределяются в населении равномерно. Эксперимент лучше всего проводить в относительно однородных условиях, поначалу на небольших (до нескольких десятков) группах обследуемых.

3. Предварительно обе группы проходят так называемый претест *(pretest),* т.е. у них измеряют несколько переменных, например доход, установку на аборт и другие переменные, которые вы намереваетесь изменять в ходе эксперимента.

4. Вводятся независимые переменные, т.е. планируемые изменения.

5. Измеряются зависимые переменные, т.е. последствия нововведений. Это называется посттестом *(posttest).*

При проведении эксперимента иногда допускают ошибки и возникают определенные трудности:

♦ Эксперимент производится для получения информации, которая может быть добыта иными, более простыми способами;

♦ За эксперимент выдается включенное или стандартизированное невключенное наблюдение;

♦ Экспериментальная ситуация четко не определена, в силу чего эксперимент проводится с нарушением его условий;

♦ Субъективные оценки экспериментальной ситуации преобладают над объективными характеристиками;

♦ Неправильно построена теоретическая система переменных перепутаны причины и следствия;

♦ Нет органической связи проведенного эксперимента с целью, задачами и гипотезами исследования;

♦ Сформулированные гипотезы не отражают проблемных ситуаций, существенных зависимостей в изучаемом объекте;

♦ Допущена двусмысленность или иная существенная значимая неточность в формулировке гипотезы, вынесенной на экспериментальную проверку;

♦ В качестве независимой переменной выделен фактор, который не может быть причиной, устойчивой детерминантой процессов, происходящих в изучаемом явлении;

♦ Экспериментальный фактор (независимая переменная) выбран произвольно, без учета того, что он должен играть роль детерминанты и поддаваться управлению со стороны исследователя;

♦ Недооценено воздействие на зависимые переменные факто ров, не входящих в независимую переменную;

♦ Связи между зависимой и независимой переменными носят слу чайный характер, неправильно установлена структура переменных;

♦ Независимая и зависимые переменные не нашли адекватного выражения в эмпирических индикаторах;

♦ Допущены ошибки в предварительном описании объекта, что привело к неверной эмпирической интерпретации переменных, выбору неадекватных показателей;

♦ Были допущены ошибки при формировании экспериментальных и контрольных групп. В ходе эксперимента обнаружилось значительное различие групп, что вызвало сомнение в возможно ста сравнивать эта группы по составу переменных;

♦ Для экспериментальной группы трудно подобрать контрольную;

♦ В ходе эксперимента выяснились такие важные свойства экспериментальной группы, которые не были известны до его начала;

♦ Контрольная группа не представляет собой аналога экспериментальной группы по существенным для исследования параметрам;

♦ Не поддается нейтрализации действие побочных факторов, трудно создать экспериментальную ситуацию;

♦ Не обеспечен достаточный уровень измерения и контроля за состоянием переменных;

♦ При анализе данных использовался логико-математический аппарат, который неприменим к изучаемому классу явлений;

♦ При анализе результатов эксперимента социолог переоценивает воздействие независимой на зависимую переменную, недоучитывает влияние ряда случайных факторов на изменения в экспериментальной ситуации;

♦ Инструментарий эксперимента нацелен лишь на фиксацию определенных данных (по типу инструмента наблюдения), а не на соблюдение чистоты эксперимента;

♦ Использованные при анализе полученной информации статистические методы не соответствуют природе причинно-следственных связей;

♦ Выводы экспериментаторов подстраиваются (подгоняются) под гипотезу без достаточных на то оснований;

♦ Эксперимент проводится над людьми, которые не желают этого и сопротивляются ему;

♦ Среди организаторов экспериментальных работ оказались люди, не заинтересованные в положительных результатах эксперимента;

♦ В ходе эксперимента возникли конфликты среди участников по поводу участия в эксперименте;

♦ Коллектив отказывается принять участие в эксперименте, мотивируя свой отказ тем, что ранее уже приходилось участвовать в эксперименте и ничего кроме лишних забот это участие не принесло.

**Список литературы**

1. Добреньков В.И., Кравченко А.И. Методы социологического исследования: Учебник. — М.: ИНФРА-М, 2004. — 768 с.

2. Ядов В.А. Стратегия социологического исследования. – 297 c.

3. Григорьев С.И., Растов Ю.Е. Основы современной социологии: Учебное пособие. — Издательство Алтайского государственного университета, 2001. — 138 с.

4. Осипов Г.В., Социология. Основы общей теории.: Учебник для ВУЗов. — М.: Норма, 2003. — 907 с.

5. Девятко И.Ф. Методы социологического исследования.: Учебное пособие. – Екатеринбург: Изд-во Урал, ун-та, 1998. – 208с.