***Лекція 2 Методи соціологічних досілджень***

1. ***Принципи проведення соціологічного дослідження.***
2. ***Метод спостереження***
3. ***Метод експерименту***
4. ***Метод опитування***

***1. Принципи проведення соціологічного дослідження***

*1. Принцип обєктивності*

*2. Дотримання Кодексу Соціолога Соціологічної асоціації України*

Затверджений в Україні Кодекс професійної етики соціолога Соціолоічної асоціації України визначає принципи й етичні норми професійної відповідальності та поведінки соціологів та характеристика прийомів та методів проведення дослідження.

Основні норми, які зазначені в даному кодексі, що відповідають за етичну поведінку соціолога:

-   соціолог відповідальний за етичне проведення дослідження не тільки зі свого боку, а й з боку тих осіб, якими він керує або яких контролює;

-   соціолог не припускає використання методів, техніки, процедур, які вражають гідність особистості респондентів ( обстежуваних) та порушують їхні інтереси;

-   соціолог, котрий проводить дослідження, має діставати згоду від учасників дослідження;

-   соціолог має отримувати згоду учасників дослідження до проведення відеозапису, кінозйомок чи будь-якого іншого виду документування, якщо це не безпосередні спостереження у громадських місцях;

-   соціолог інформує учасників дослідження про характер дослідження, звертає їхню увагу на те, що їхня участь є добровільною і будь-якої миті може бути перервана за бажанням обстежуваного (респондента);

-   соціолог ніколи не обманює учасників дослідження стосовно аспектів, здатних істотно впливати на їхнє бажання брати участь (наприклад, фізичний ризик, дискомфорт, неприємні емоційні наслідки);

-   соціолог не використовує облудні методи;

-   при плануванні та проведенні дослідження соціолог визначає його сумісність із Кодексом професійної етики соціолога;

-   ставлення соціолога до інших ідей і людей – авторів або прихильників цих ідей – визначається толерантністю й повагою.

*3. Адекватність обраного методу дослідження до предмету дослідження*

***2. Метод спостереження.***

***Спостереження*** *у соціології* — це метод цілеспрямованого, планомірного, певним способом фіксованого сприйняття об’єкта, який досліджують.

Найчастіше метод спостереження використовують при дослідженні поведінки індивідів і груп та форм спілкування, тобто при візуальному охопленні певної соціальної дії. Його можна застосовувати в дослідженні конфліктних ситуацій, бо багато з них проявляється саме у вчинках і подіях, які можна зафіксувати і проаналізувати.

Існує декілька *типів* *спостереження* у соціології. Найпопулярніше серед дослідників сучасності — ***включене спостереження***, коли соціолог безпосередньо входить у соціальний процес і соціальну групу, що їх вивчають, коли він контактує і діє разом з тими, за ким він спостерігає. Це дає змогу досліджувати явище зсередини, глибоко вникнути в суть проблеми, зрозуміти причини її виникнення і загострення.

***Польове спостереження*** відбувається у природних умовах: у цехах, службах, на будівництві тощо. ***Лабораторне спостереження*** потребує створення спеціально обладнаних приміщень. Є спостереження

систематичні й випадкові, структуралізовані (тобто такі, що їх здійснюють за розробленим заздалегідь планом) і неструктуралізовані (за яких визначають лише об’єкт обстеження).

Один із різновидів включенного спостереження є методика ***«Таємний покупець»***. Таємний Покупець (Mystery Shopping) ‑ відвідувач сервісних організацій, який, здійснюючи візит у якості звичайного покупця, проводить збір фактичної інформації про якість обслуговування. Методика ***Таємного покупця*** реалізується з метою:

* створення режиму контролю, «тонусу» обслуговуючого персоналу;
* стимулювання важливих дій персоналу (активних продажів та ін.);
* заохочення кращих працівників/кращої практики;
* мотивації персоналу (KPI в системі стимулювання персоналу);
* фокусування навчання персоналу на виявлених недоліках;
* стратегічного аналізу і визначення напрямів для інвестицій;
* вивчення конкурентів.

***3. Метод експерименту***

*Метод експерименту* ‑ це засіб отримання інформації про кількісні та якісні зміни показників діяльності і поведінки об’єкта внаслідок дії на нього певних чинників (змінних), якими можна керувати і котрі можна контролювати.

Серед різновидів експерименту можна назвати: ***польові*** (коли группа перебуває у природних умовах свого функціонування) і ***лабораторні*** (коли експериментальну ситуацію і групи формують штучно).

Вирізняють також експерименти лінійні (коли аналізу підлягає одна й та сама група) і паралельні (коли в експерименті беруть участь дві групи: контрольна зі сталими характеристиками й експериментальна зі зміненими характеристиками). За характером об’єкта і предметом дослідження розрізняють соціологічні, економічні, правові, соціально-психологічні, педагогічні та інші експерименти. За специфікою поставленного завдання експерименти поділяють на наукові (вони мають на меті прирощення знання) і прикладні (вони мають на меті отримання практичного ефекту). За характером експериментної ситуації є експериментиконтрольовані й такі, де контроль не здійснюється.

**Hawthorne effect**, за назвою заводу Hawthorne Works, або впли́в спостерігача́) — це тип реактивності, коли люди змінюють поведінку, діють інакше, більш ретельно, ніж зазвичай тільки завдяки усвідомленню того, що вони знають про спостереження за ними.

***4. Метод опитування.***

Найпоширенішим і частовживаним у соціології є метод опитування. Він охоплює використання таких дослідницьких процедур, як анкетування, поштове опитування, інтерв’ю. ***Опитування*** — це метод безпосереднього або опосередкованого збирання первинної вербальної (тобто переданої у словесній формі) інформації. Вирізняють заочні й прямі, стандартизовані (за наперед розробленим планом) і нестандартизовані (вільні), одноразові й багаторазові опитування, а також опитування експертів.

Метод опитування використовують у таких випадках:

• коли проблема, що її досліджують, недостатньо забезпечена документальними джерелами інформації (наприклад, ситуації конфлікту на підприємстві досить рідко фіксують у систематизованій формі в офіційній документації);

• коли предмет дослідження або його окремі характеристики неможливо спостерігати в повному обсязі та протягом всього існування цього явища (наприклад, за конфліктною ситуацією можливо спостерігати переважно в момент її загострення, а не на початку її виникнення);

• коли предметом дослідження є елементи колективної та індивідуальної свідомості — думки, стереотипи мислення тощо, а не безпосередні вчинки і поведінка (наприклад, у разі конфлікту можна здійснювати спостереження над його поведінковими проявами, але воно не дасть уявлення про мотиви участі людей у конфлікті, їх міркування з приводу правомірності дій обох сторін конфлікту);

• коли опитування доповнює можливості опису й аналізу досліджуваних явищ і перевіряє дані, отримані за допомогою інших методів. Серед видів опитування чільне місце посідає анкетування, основним інструментом якого є питальник, або анкета. На перший погляд нема нічого легшого і простішого, ніж розробка питальника на будь-яку тему, пов’язану з проблемною ситуацією. Кожен із нас у повсякденній практиці постійно ставить запитання оточуючим, вирішуючи за їхньою допомогою безліч життєвих проблемних ситуацій. Однак у соціології запитання виконує функцію дослідницького інструмента, що висуває особливі вимоги до його формулювання і зведення питань в анкету.