

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ УКРАЇНИ  
«КИЇВСЬКИЙ ПОЛІТЕХНІЧНИЙ ІНСТИТУТ  
ІМЕНІ ІГОРЯ СІКОРСЬКОГО»**

# **СОЦІОЛОГІЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ УПРАВЛІНСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ**

**Рекомендовано Методичною радою  
КПІ ім. Ігоря Сікорського  
як навчальний посібник для здобувачів ступеня бакалавра  
спеціальності  
281 «Публічне управління та адміністрування»**

**Київ  
КПІ ім. Ігоря Сікорського  
2022**

**УДК 316 : 351/354**  
**ББК 60.5в4**  
**С69**

**Соціологічне забезпечення управлінської діяльності** [Електронний ресурс] : навч. посіб. для здоб. ступ. бакалавра спеціальності 281 «Публічне управління та адміністрування» / КПІ ім. Ігоря Сікорського; уклад.: Мельниченко А.А., Іщенко А.М., Акімова О.А. Електронні текстові дані (1 файл: 1,1 Мбайт). – Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2022. – 116 с.

*Гриф надано Методичною радою КПІ ім. Ігоря Сікорського  
(протокол № 3 від 27.01.2022 р.)  
за поданням Вченої ради факультету соціології і права  
(протокол № 5 від 28.12.2021 р.)*

### **Електронне мережне навчальне видання**

### **Соціологічне забезпечення управлінської діяльності Навчально-методичне видання**

Укладачі: Мельниченко А.А., канд.філос.наук, доцент  
Акімова О.А., канд.філос.наук  
Іщенко А.А.

Відповідальний редактор: проф. каф. теорії та практики управління,  
д.н. державного управління Іваницька О.М.

Рецензенти: канд. соціол. наук, доцент Єнін Максим Наїмович  
д-р. екон. наук, проф. Войтко Сергій Васильович

Навчальний посібник «Соціологічне забезпечення управлінської діяльності» ознайомлює з методологічними та організаційними засадами проведення соціологічних досліджень в сфері публічного управління та адміністрування.

Навчальний посібник має стати у нагоді студентам, аспірантам, науково-педагогічним працівникам та фахівцям-практикам у сфері управління.

© КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2022

© Мельниченко А.А., Акімова О.А., Іщенко А.М., 2022

## ЗМІСТ

Вступ .....	5
Лекція 1. Соціологічне забезпечення управлінської діяльності: сутність, роль, основні форми .....	8
1. Сутність соціологічного дослідження, його види та основні елементи .....	8
2. Місце прикладних соціологічних досліджень в структурі соціологічного знання.....	18
3. Роль соціологічних досліджень в системі спеціальних досліджень у сфері публічного управління та адміністрування. ....	19
Лекція 2. Методологічний арсенал соціологічного забезпечення управлінської діяльності .....	23
1. Методологічні засади конкретно-соціологічних досліджень.....	23
2. Класифікація методів соціологічних досліджень .....	26
3. Кількісна та якісна парадигма у соціологічних дослідженнях .....	30
Лекція 3. Контроль якості соціологічної інформації як фактор забезпечення ефективності управлінських рішень .....	35
1. Поняття “якість соціологічної інформації” та її роль в ухваленні управлінського рішення.....	35
2. Критерії якості соціологічної інформації: валідність та надійність. Помилки соціологічного вимірювання .....	36
3. Шляхи підвищення якості соціологічної інформації.....	41
Лекція 4. Планування та програмування соціологічного дослідження. Проектування вибіркової сукупності .....	43
1. Етапи проведення соціологічного дослідження .....	43
2. Програма соціологічного дослідження та її структурні елементи. ....	45
3. Поняття генеральної та вибіркової сукупностей, репрезентативність у соціології, види вибірок .....	46
Лекція 5. Опитування як метод соціологічного дослідження .....	49
1. Місце методу опитування в системі дослідницького інструментарію, еволюція опитувальних методів.....	49
2. Класифікація видів соціологічного опитування .....	51
3. Анкета (опитувальник) та правила її побудови .....	55

Лекція 6. Якісні методи соціологічного дослідження: глибинне інтерв'ю, фокус-групові дискусії, кейс-стаді. ....	60
1. Пізнавальні можливості методів якісної парадигми в управлінському процесі .....	60
2. Поглиблені інтерв'ю як метод збору інформації про соціальні явища та процеси .....	61
3. Метод фокус-групових дискусій: особливості застосування та вимоги до організації.....	62
4. Метод кейс-стаді .....	68
Лекція 7. Аналіз документів як метод збору первинної соціологічної інформації .....	70
1. Пізнавальні можливості методу аналізу документів в прийнятті управлінських рішень .....	70
2. Поняття "документ", його види та характеристики .....	73
3. Формалізований (контент-аналіз) та неформалізований аналіз документів: особливості застосування на практиці .....	74
Лекція 8. Статистичні методи оброблення та аналізу соціологічних даних.....	77
1. Основні етапи оброблення та аналізу соціологічних даних .....	77
2. Одновимірний, двовимірний та багатовимірний аналіз .....	79
3. Аналіз основних статистичних показників .....	80
4. Метод факторного та кластерного аналізу .....	81
Лекція 9. Підготовка звіту за результатами соціологічного дослідження .....	84
1. Підготовка звіту та презентація результатів як заключний етап соціологічного дослідження .....	84
2. Форма та структура звіту в залежності від мети дослідження. Вимоги до формування звіту .....	85
3. Взаємозв'язок технічного завдання на соціологічне дослідження та звітної документації.....	88
Завдання до виконання домашньої контрольної роботи .....	90
Рекомендована література .....	102
ДОДАТОК .....	108

## ВСТУП

Ефективна управлінська діяльність багато в чому залежить від вміння використовувати інформацію різного роду: починаючи з даних отриманих з соціальних мереж і завершуючи статистичною звітністю та результатами спеціальних соціологічних досліджень. Професійна управлінська діяльність має дуже тривалу історію, яка сягає тисячоліть, а професійна дослідницька діяльність соціологів має фактично тільки двохсотлітню історію, тому і застосування в практиці управління соціологічної інформації відбулося не відразу.

Дана навчальна дисципліна покликана формувати у здобувачів вищої освіти знання та вміння як з використання соціологічної інформації при прийнятті управлінських рішень, так і з основ проектування та організації власних соціологічних досліджень повного циклу. Вивчення дисципліни дозволить фахівцю у майбутній професійній діяльності вміти відрізнати інформацію, що відповідає критеріям якості соціологічної інформації (надійності, валідності, репрезентативності тощо) від ненадійної інформації, використання якої в управлінській діяльності може призвести до негативних наслідків.

В посібнику поєднано теоретичний та практичний матеріал. В окремих лекціях наводяться вкладення з цікавим матеріалом, який описує реальний практичний досвід застосування того чи іншого методу при соціологічному забезпеченні управлінської діяльності. Здобувачі бакалаврського ступеню протягом даного курсу зможуть на практиці спробувати свої сили у проектуванні та проведенні власних кількісних та якісних досліджень, що в майбутньому дозволить їм чітко уявляти який метод чи тактику дослідження обирати для отримання найбільш валідної інформації.

Написання програми дослідження, як частини індивідуального завдання, направлене на формування практичних навичок з планування теоретико-методологічних та методичних основ соціологічних досліджень, дозволить додатково поглибити свої знання з планування та координації діяльності команди, об'єднаної спільною задачею розв'язати проблему дослідження.

Поглиблене вивчення особливостей методу опитування та формування інструментарію для даного методу дозволить майбутнім управлінцям удосконалити такі необхідні soft-skills, як вміння правильно ставити запитання, вміння слухати та інші комунікативні навички.

Під час аналізу та узагальнення отриманих у дослідженні результатів студенти отримують знання того, як робити висновки та формувати рекомендації.

Окремий тематичний блок дисципліни присвячено вивченню якісного підходу в соціологічних дослідженнях. Студенти отримують уявлення щодо особливостей використання таких методів соціологічного дослідження як поглиблене інтерв'ю, кейс-стаді, фокус-групова дискусія.

Враховуючи той факт, що методи спостереження та експерименту не часто застосовуються в практиці соціологічного забезпечення управлінської діяльності, автори приділили цим методам тільки незначну увагу.

Навчальна дисципліна має міждисциплінарний характер та інтегрує знання з інших освітніх і наукових галузей. Вона безпосередньо пов'язана із дисциплінами «Основи соціології», «Моделювання та прогнозування соціальних процесів та систем», «Статистика», «Теорія ймовірності», «Основи математичних знань в публічному управлінні».

Мета дисципліни "Соціологічне забезпечення управлінської діяльності" полягає у засвоєнні студентами знань та навичок щодо організації та проведення соціологічних досліджень, оцінки якості соціологічної інформації, яка використовується при вирішенні завдань управлінської діяльності.

Навчальна дисципліни спрямована на формування у здобувачів вищої освіти здатності самостійно навчатися та оволодівати сучасними знаннями, здатності бути критичним і самокритичним, вміння виявляти, ставити та вирішувати проблеми, а також на розвиток здатності до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.

Ключовими фаховими компетентностями, які дозволяє опанування дисципліни є:

- здатність забезпечувати належний рівень вироблення та використання управлінських продуктів, послуг чи процесів;
- здатність організовувати інформаційно-аналітичне забезпечення управлінських процесів із використанням сучасних інформаційних ресурсів та технологій;
- здатність у складі робочої групи проводити прикладні дослідження в сфері публічного управління та адміністрування.

Структура навчального посібника складається з лекційних матеріалів та практикуму для виконання здобувачами вищої освіти індивідуального завдання у формі домашньої контрольної роботи. Кожна лекція завершується переліком питань для самоконтролю. Крім того, в Додатку представлений зразок анкети, яка використовувалася при проведенні реального дослідження серед державних службовців.

## ЛЕКЦІЯ 1. СОЦІОЛОГІЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ УПРАВЛІНСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ: СУТНІСТЬ, РОЛЬ, ОСНОВНІ ФОРМИ

### План лекції

1. Сутність соціологічного дослідження, його види та основні елементи.
2. Місце прикладних соціологічних досліджень в структурі соціологічного знання.
3. Роль соціологічних досліджень в системі спеціальних досліджень у сфері публічного управління і адміністрування.

### Конспект лекції

#### **1. Сутність соціологічного дослідження, його види та основні елементи**

Соціологічні дослідження вже міцно увійшли в повсякденну практику управлінської діяльності й стали одним з ключових інструментів забезпечення зворотного зв'язку між управляючими та керованими підсистемами сучасного соціуму.

**Соціологічне дослідження** - це процес пізнання соціальної реальності, що передбачає використання комплексу спеціального інструментарію, спрямованого на отримання нового знання, доповнення існуючої системи знань, а також на вирішення практичних та наукових проблем.

Добреньков В.І. та Кравченко О.І. виділяючи низку відмінностей між соціальним та соціологічним дослідженнями вказують, що поняття «соціальне дослідження» є ширшим, ніж поняття «соціологічне дослідження»; соціальні дослідження можуть проводити юристи, лікарі, економісти, журналісти, фахівці з персоналу, а соціологічні дослідження проводять лише професіонали-соціологи; соціальне дослідження відображає широкий погляд на суспільство, соціологічне – вузький, спеціалізований<sup>1</sup>. Треба відзначити, що проведення

---

<sup>1</sup> Добреньков В.І., Кравченко А.І. Методы социологического исследования: Учебник. М.: ИНФРА-М, 2006. 768 с.



соціологічного дослідження потребує немалих витрат фінансових, людських та інших ресурсів. Скепсис багатьох керівників органів публічної влади по відношенню до соціологічних досліджень може бути цілком зрозумілим. Адже, витративши з бюджету достатньо значні кошти на проведення соціологічного дослідження, у результаті замовник отримує тільки певний звіт з інформацією. Проте значущість цієї інформації часто-густо є неоціненною, адже дозволяє уникати помилок при ухваленні ключових рішень, які визначають долю країни, регіону, міста, галузі чи громади.

Одним з поширених в літературі визначень, яке прийнятне для використання нами, є таке: **соціологічне дослідження** – це система логічно послідовних методологічних, методичних та організаційно-теоретичних процедур, спрямованих на отримання достовірних даних про явище або процес, що вивчається, для їх подальшого використання в практиці. Визначення соціологічного дослідження фіксує структуру його базових елементів. До них належать: об'єкт, предмет, суб'єкт, мета, завдання та результат.

**Об'єктом** пізнання називають частину соціальної дійсності, на яку спрямована пізнавальна діяльність дослідника, а **предметом** пізнання – досліджувані з певною метою сторони життєдіяльності об'єкта, його властивості. Тобто, об'єкт у соціологічному дослідженні є завжди носієм проблемної ситуації, яку соціолог вивчає крізь призму своїх дослідницьких інструментів. Як правило, об'єктом соціологічного дослідження виступають соціальні групи (великі, середні чи малі) або конкретні індивіди. Наприклад, об'єктом може бути трудовий колектив чи, навіть, цілий соціальний прошарок (державні службовці, молодь, пенсіонери). У свою чергу, предметом соціологічного дослідження є певна сторона об'єкта, на якій дослідник фокусує свою увагу. Зазвичай, об'єкт дослідження є ширшим поняттям за предмет. Проте, якщо дослідника цікавлять усі сторони життєдіяльності соціального об'єкта (соціального інституту, групи, індивіда тощо), то об'єкт і предмет дослідження можуть співпадати.

При осмисленні мети соціологічного дослідження, фахівець фіксує, який результат бажає отримати. Мета есплікується у завданнях. Оскільки соціологічне дослідження має, перш за все, науковий характер, йому притаманна наскрізна логіка. Так, конкретизуючи мету через завдання, фахівець спирається на сформовану теоретичну концепцію, висуває низку дослідницьких гіпотез, які виявляються через перелік завдань, а, згодом, визначають логіку інструментарію дослідження. Результат дослідження може бути у вигляді отриманого нового наукового знання або ж розширення системи існуючих наукових знань (наприклад, отримання емпіричного підтвердження задалегідь встановлених закономірностей).

**Класифікація соціологічних досліджень.** За цілями, які визначаються перед проведенням соціологічних досліджень, виокремлюють: розвідувальні, описові та аналітичні соціологічні дослідження<sup>2</sup>.

**Розвідувальні** проводяться на попередньому етапі, мають спрощену методологію, орієнтовані на уточнення знань про об'єкт і предмет дослідження. Зазвичай, розвідувальні дослідження вимагають використання меншої кількості ресурсів (часових, фінансових, людських тощо) та більш оперативні. Розвідувальні дослідження іноді називають зондажними або пілотажними (пробними). **Описові** – більш складний вид соціологічних досліджень, завдання яких відтворити відносно цілісне уявлення про об'єкт, що вивчається. Проводиться за науково-вивіреною програмою, за апробованим інструментарієм. **Аналітичні** – найскладніші з точки зору застосовуваної методології та вимог до отриманих результатів, але надають найбільші пізнавальні можливості. Як правило, орієнтовані на встановлення, вивчення та пояснення комплексу факторів, що діють на об'єкт та визначають його природу.

---

<sup>2</sup> Демидов Н.М. Основы социологии и политологии: Учебное пособие. 2004. Москва: Издательский центр «Академия». 208 с.

<b>ЦІЛІ ДОСЛІДЖЕННЯ</b>		
<b>РОЗВІДУВАЛЬНЕ</b>	<b>ОПИСОВЕ</b>	<b>ПОЯСНЮВАЛЬНЕ (аналітичне)</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ ознайомитися із загальними настройми, установками та уявленнями</li> <li>✓ доповнити загальне уявлення про умови дослідження</li> <li>✓ сформулювати та конкретизувати запитання для майбутніх досліджень</li> <li>✓ згенерувати нові ідеї та гіпотези</li> <li>✓ визначити можливість проведення дослідження (з огляду на наявні ресурси чи, наприклад, доступність цільової аудиторії)</li> <li>✓ розробити методики оцінювання</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ надати деталізовану, точну картину проблеми</li> <li>✓ виявити нові дані, що протиставляються застарілим</li> <li>✓ розробити набір категорій чи класифікувати типи</li> <li>✓ визначити послідовність етапів</li> <li>✓ зафіксувати буденні процеси</li> <li>✓ відобразити контекст досліджуваної ситуації</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ перевірити принципи або вихідні позиції теорії</li> <li>✓ розробити та збагатити пояснення теорії. Генералізувати теорію на нові проблемні питання або теми</li> <li>✓ підтвердити або спростувати пояснення чи передбачення.</li> <li>✓ поєднати проблеми або інструменти із загальним принципом</li> <li>✓ визначити, яке з кількох пояснень найкраще</li> </ul>

З огляду на те, як планується використовувати результати дослідження, які часові та інші ресурсні обмеження існують при його плануванні та проведенні, а також, враховуючи його основну мету (виявити, описати чи пояснити певне явище) зазвичай розмежовують **прикладні** та **фундаментальні** соціологічні дослідження. Прикладні дослідження фокусуються на конкретній проблемі та пропонують її вирішення замовнику, яким може бути представник бізнесу, орган державної влади, неурядова організація тощо. Результати таких досліджень зазвичай і стають інформаційним підґрунтям для ухвалення певних управлінських рішень.

<b>Порівняльна характеристика прикладних та фундаментальних досліджень<sup>3</sup></b>	
Фундаментальні дослідження	Прикладні дослідження
<ul style="list-style-type: none"> <li>• дослідження є самодостатнім та оцінюється "ззовні" іншими соціологами</li> <li>• дослідник має свободу у виборі проблематики та теми</li> <li>• дослідження відповідає високим науковим стандартам</li> <li>• пріоритет віддається внутрішній логіці дослідження</li> <li>• загальна мета дослідження - розвинути існуюче наукове знання, доповнити теорію</li> <li>• його результати публікуються у наукових виданнях та впливають на наукову спільноту у цій сфері</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• дослідження розглядається як елемент реалізації певного проекту або виконання службових обов'язків та оцінюється фахівцями "ззовні" соціологічної спільноти</li> <li>• проблеми дослідження відображають запит замовника</li> <li>• суворість дотримання наукової методології залежить від задач конкретного дослідження</li> <li>• пріоритет полягає у тому, щоб конкретизувати виявлені закономірності відповідно до проблемної ситуації замовника</li> <li>• загальна мета дослідження - отримання практичних результатів</li> <li>• результати дослідження використовуються при ухваленні управлінських рішень</li> </ul>

Прикладне соціологічне дослідження - це, зазвичай, оперативне дослідження, проведене з метою соціальної діагностики ситуації, пояснення конкретного явища та підготовки практичних рекомендацій<sup>4</sup>. Прикладне дослідження не ставить за мету збільшення нового знання, наукових відкриттів, у ньому застосовуються вже відомі знання, оформлені в типові методики. До прикладу, такі дослідження можуть допомогти відповісти на запитання: "Чи має поліція застосовувати нові способи реагування з метою зменшення показників сімейного насилля?", "Чи має кандидат в ході виборчої

<sup>3</sup> Сформовано на основі: Neuman, W. Lawrence. *Social Research Methods: qualitative and quantitative approaches* (Ed. 7th). Harlow: Pearson Education Limited. 2014. P. 15.

<sup>4</sup> Горшков М.К., Шереги Ф.Э. *Прикладная социология: методология и методы: интерактивное учебное пособие*. М.: Институт социологии РАН. 2011. С. 13.

кампанії робити особливий наголос на позиціях щодо захисту оточуючого середовища на протипагу стимулюванню економіки?, "Чи варто компанії просувати на ринку продукт по догляду за шкірою для дорослих замість продукції для підлітків?"<sup>5</sup>.

Враховуючи те, що в практичній управлінській діяльності існує запит в першу чергу на прикладні дослідження наведемо таке його визначення: "система логічно послідовних методологічних, методичних та організаційно-технічних процедур, пов'язаних єдиною метою – отримання достовірних даних про явище, що вивчається, або процес для використання цих даних у практиці соціального управління"<sup>6</sup>.

За місцем проведення соціологічні дослідження поділяють на: **польові** (такі, що проводяться в "природньому" середовищі для об'єктів дослідження: вулиця, оселя, місце роботи тощо) та **лабораторні** (такі, що проводяться у штучно створених умовах дослідження: кімната для фокус-груп або, наприклад, спеціально-обладнані приміщення для тестування сприйняття візуального контенту, реклами тощо).

За позицією соціолога при проведенні дослідження виокремлюють: **включені** (соціолог знаходиться "всередині" об'єкта, є його частиною) та **невключені** (соціолог спостерігає об'єкт "зовні").

Також виокремлюють точкові (безповторні) та повторювані дослідження. До останніх також варто віднести такі підвиди, як: трендові або ще їх називають серійні, когортні та панельні дослідження (всі вони також називаються лонгітюдними соціологічними дослідженнями).

**Трендові дослідження** - це повторні дослідження без збереження вибіркової сукупності. Вони проводяться на однаковій генеральній сукупності з інтервалом у час за відносно однаковою методикою. Прикладом такого дослідження може бути лонгітюдне дослідження у вигляді національних щорічних моніторингових

---

<sup>5</sup> Neuman, W. Lawrence. (2014). Social Research Methods : qualitative and quantitative approaches (Ed. 7th). Harlow: Pearson Education Limited.

<sup>6</sup> Горшков М.К., Шереги Ф.Э. Прикладная социология: методология и методы: интерактивное учебное пособие. М.: Институт социологии РАН. 2011. С. 13.

опитувань, що проводилися у 1994-2005 роках під керівництвом Наталії Паніної<sup>7</sup>.

Когортне дослідження фокусується на вивченні певної категорії респондентів (як правило, виокремленої за ознакою віку) у різні часові проміжки. До когорт також часто відносять усіх людей, що працевлаштувалися у конкретний рік або місяць, тих, хто одночасно завершив навчання або, навпаки, вступив до закладу освіти. Як і в трендовому дослідженні, в даному випадку немає необхідності відшукувати конкретних осіб для наступних ітерацій опитування, головне завдання - вірно відібрати представників конкретної когорти.

#### **До відома**

*У дослідженні ціннісних орієнтацій так званого "покоління X" у Сполучених Штатах Америки соціологи Андоліна та Майєр зосередилися на дослідженні вікової когорти народжених між 1967 і 1974 роками. Вони порівнювали ціннісні орієнтири, властиві цій когорті в різні періоди часу протягом кількох десятиліть, відтворюючи набір конкретних запитань впродовж 24 років. В результаті, автори виявили, що білі представники "покоління X" відрізняються своєю підтримкою шкільної расової інтеграції та дій уряду для забезпечення таких зусиль, у порівнянні з іншими віковими когортами, але не своїм ставленням до можливостей працевлаштування чи інших підтримуючих дій уряду. Незважаючи на вищий рівень загальної підтримки рівності через інтеграцію, ніж інші когорти, вона, як виявилось, не поширюється на питання "за межами шкільного подвір'я"<sup>8</sup>.*

І, справді, різниця у ціннісних орієнтирах, стилі життя та шаблонах поведінки між поколіннями X, Y, Z та так званим "тихим поколіннями" - дітьми Другої світової війни, - фіксується низкою досліджень. Звернемо увагу на ще одне, що було проведено компанією Pew Research Center.

<sup>7</sup> Паніна Н.В. Українське суспільство. 1994-2005 : соціологічний моніторинг. Вид-во "Софія", 2005. - 160 с.

<sup>8</sup> Andolina, Molly W., and Jeremy Mayer. (2003). Demographic shifts and racial attitudes. The Social Science Journal, 40:19-31.

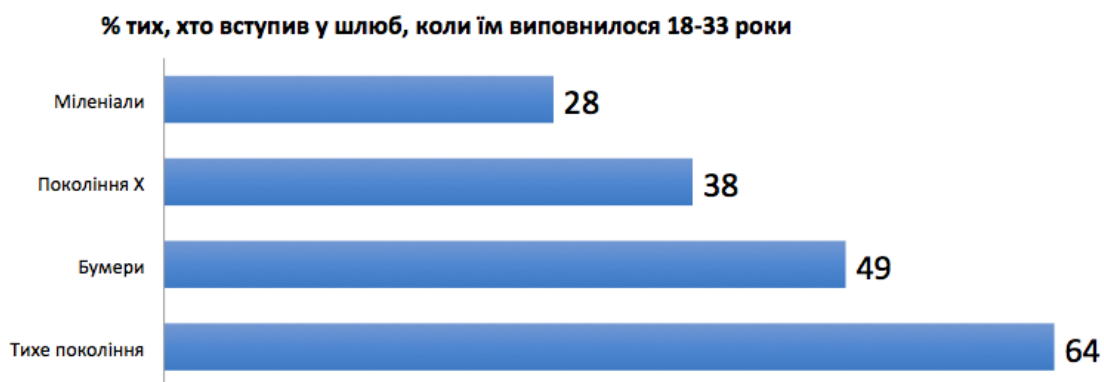


Рис. 1. Порівняння вікових груп у розрізі віку вступу у шлюб<sup>9</sup>

Методика панельного дослідження є найбільш вимогливою. За умов такого дослідження зберігається не тільки генеральна сукупність та методика, але й вибіркова сукупність. Тобто перед дослідником стоїть завдання простежити зміни у думках, оцінках та судженнях з плином часу у конкретного респондента.

#### **До відома**

*Лонгітюдне дослідження Мікка Тітми "Шлях покоління"<sup>10</sup> - одне з наймасштабніших досліджень трансформації життєвих та професійних ціннісних орієнтацій молоді, проведене у 1982-1996 рр. Особливої уваги воно заслуговує через безпрецедентне охоплення цільової аудиторії (опитуванням було залучено учнів закладів середньої освіти із 14 регіонів Радянського Союзу, в тому числі Естонії, Литви, України, Молдови та окремих регіонів РРФСР). В результаті кількість респондентів сягнула близько 5% від загальної кількості 17-річних підлітків. Окрім того, Мікк Тітма застосував низку новаторських для того часу методик, запозичених у зарубіжних, насамперед, американських, фахівців.*

На суцільні та вибіркові соціологічні дослідження розмежовують за широтою охопту представників цільової аудиторії. Переважна частина масових опитувань є вибірковими. Типовим прикладом суцільного дослідження є перепис населення.

<sup>9</sup> На основі даних Pew Research Center tabulations of the 2014, 1998, 1980 and 1963 Current Population Surveys from the Integrated Public Use Microdata Series

<sup>10</sup> Докторов Б.З.. Современная российская социология: Историко-биографические поиски. В 3-х тт. Том 2: Беседы с социологами четырех поколений. М.: ЦСПИМ. 2012. 1343 с..

До **функцій** соціологічного дослідження можна віднести: гносеологічну (пізнавальну), методологічну, практично-перетворювальну, інформаційну, прогностичну, ідеологічну, просвітницьку та інші. **Гносеологічна** (пізнавальна) функція полягає у тому, що соціологічне дослідження дозволяє пізнавати соціальну дійсність, отримуючи нові знання, що пояснюють соціальні процеси та явища.

Методологічна функція полягає у тому, що в межах емпіричної та прикладної соціології формуються нові методологічні підходи, створюються та обґрунтовуються методики тощо.

Практично-перетворювальна функція полягає у тому, що як сам процес дослідження, так і, головним чином, його результати стають підґрунтям для ухвалення рішень, здійснення реформ, модернізації суспільних інститутів тощо. Інформаційна функція фактично визначає спрямованість конкретно-соціологічних досліджень на кінцевий продукт – соціологічну інформацію.

Звернемо окрему увагу на прогностичну функцію соціологічного дослідження, адже вона виявляє важливу роль соціологічних даних у таких галузях досліджень, як дослідження майбутнього, соціальне прогнозування, глобалістиці та моделюванні поведінки складних соціально-економічних систем. Прикладні соціологічні дослідження часто також можуть бути використані для обґрунтування коротко- та середньо термінових прогнозів. Часто у практиці публічного управління використовуються експертні методи прогнозування. Зокрема йдеться про метод Делфі, що став поширеним протягом останніх десятиліть. Напевно, найбільш запотребованими вони є у сфері політичного прогнозування та прогнозування електоральної поведінки, зокрема. Наведемо зведені дані за більш, ніж 20 дослідженнями, проведеними компанією Геллап у США в різні роки напередодні виборів Президента. Звернемо увагу на те, що за більш, ніж 100-річну історію електоральних прогнозів в Сполучених Штатах Америки соціологічна агенція Gallup International надала всього 4 хибні прогнози: у 1948, 1976, 2012 та 2016 роках.



<b>Рік, коли проводилися вибори Президента США</b>	<b>Прогноз щодо очікувана переможця виборів на основі соціологічних опитувань</b>	<b>Фактичний переможець виборів<sup>11</sup></b>
1936	Франклін Д. Рузвельт	Франклін Д. Рузвельт
1940	Франклін Д. Рузвельт	Франклін Д. Рузвельт
1944	Франклін Д. Рузвельт	Франклін Д. Рузвельт
1948	Томас Дьюї	Гаррі Трумен
1952	Дуайт Ейзенхауер	Дуайт Ейзенхауер
1956	Дуайт Ейзенхауер	Дуайт Ейзенхауер
1960	Джон Ф. Кеннеді	Джон Ф. Кеннеді
1964	Ліндон Джонсон	Ліндон Джонсон
1968	Річард Ніксон	Річард Ніксон
1972	Річард Ніксон	Річард Ніксон
1976	Джеральд Форд	Джиммі Картер
1980	Рональд Рейган	Рональд Рейган
1984	Рональд Рейган	Рональд Рейган
1988	Джордж Буш - старший	Джордж Буш - старший
1992	Білл Клінтон	Білл Клінтон
1996	Білл Клінтон	Біл Клінтон
2000	Джордж Буш - молодший	Джордж Буш - молодший
2004	незначний розрив між кандидатами	Джордж Буш - молодший
2008	Барак Обама	Барак Обама
2012	Міт Ромні	Барак Обама
2016	Гіларі Клінтон	Дональд Трамп
2020	Джо Байден	Джо Байден

<sup>11</sup> Таблиця сформована на основі даних порталів <https://ballotpedia.org/Gallup> та <https://www.gallup.com/home>

## **2. Місце прикладних соціологічних досліджень в структурі соціологічного знання**

Важливо розуміти місце конкретно-соціологічних досліджень у структурі соціологічного знання, адже сам процес управління (публічного, корпоративного, організаційного) є процесом, який має соціальний характер. Структуру соціологічних знань поділяють на три рівні, які одночасно визначаються глибиною дослідження суспільних явищ та загальною логікою побудови процесу пізнання, його діалектичною природою. Найбільш поширеною є **структура соціологічного знання**, запропонована американським соціологом науки Робертом К. Мертоном (1910-2003) і передбачає такі його рівні<sup>12</sup>:

**Загальний** або **найвищий**, рівень соціологічного знання представлений загально-соціологічними теоріями. Загальна соціологічна теорія забезпечує розуміння суспільства як системи соціальних механізмів, формулює основні методологічні підходи. Г. Батигін визначав, що даний рівень знання представлений класичними соціологічними доктринами, що пропонують різнопланове трактування історичного процесу та розвитку суспільства в цілому.

**Середній** рівень соціологічних знань є змістовним ланцюгом між теоретичною соціологією і конкретно-соціологічними дослідженнями. Р. Мертон назвав цей рівень соціологічного знання «теоріями середнього рівня». В межах цього рівня знання здійснюються дослідження окремих соціальних інститутів, соціальних явищ, сфер суспільного буття людини. Наприклад, сукупність знань, які складають ядро такої галузевої соціології, як соціологія управління, відносяться саме до середнього рівня соціологічних знань.

**Найнижчий** рівень соціологічного знання – рівень конкретних (емпіричних та прикладних) соціологічних досліджень, метою яких є збір, узагальнення та систематизація знань про соціальні факти. Варто звернути увагу на те, що соціологи схильні розрізняти емпіричні та прикладні дослідження, як з точки зору методологічної, так і

---

<sup>12</sup> Структура и уровни социологического знания: традиции и новые концепции. Социс. 2003. №9. С.3-17. URL: [https://www.isras.ru/socis\\_2003\\_9](https://www.isras.ru/socis_2003_9)

технологічної. Емпіричні дослідження першочергово зорієнтовані на приріст наукових знань, підтвердження або спростування теоретичних гіпотез, теорій тощо. У свою чергу, прикладні дослідження не спрямовані на збільшення масивів нових знань, а лише дозволяють отримувати соціологічну інформацію для вирішення практичних завдань. Крім того, для емпіричних досліджень обґрунтування репрезентативності постає більш гостро, ніж для прикладних. Варто відзначити, що в повсякденній управлінській діяльності зазвичай використовуються результати прикладних соціологічних досліджень.

Така трирівнева структура соціологічного знання відображає загально філософські уявлення про структуру наукового знання, де теоретичне знання отримується в результаті застосування загальнонаукових методів дослідження та націлене на концептуальне осмислення соціального буття, а емпіричне знання – отримується шляхом застосування спеціальних методів збору емпіричних даних.

Треба наголосити, що крім трирівневої моделі структури соціологічного знання існують і інші. Наприклад, п'ятирівнева модель А. Кравченка, яка удосконалюючи мертонівську, передбачає "розміщення" на найвищому щаблі наукової картини світу, а також розділення емпіричної та прикладної соціології на окремі щаблі. Цікавим є підхід В. Култигіна, який пропонує трьохрівневу модель вважає, що перший, нижчий рівень – це соціальна фактологія (фіксація та описи фактів), другий рівень соціологічного знання – соціальна аналітика (вичленування соціальних закономірностей), третій – власне соціологічний, хоча всі його основні риси притаманні низці інших наук, зокрема, антропології, психології та ін.<sup>13</sup>

### **3. Роль соціологічних досліджень в системі спеціальних досліджень у сфері публічного управління та адміністрування.**

Усі суб'єкти в системі реалізації функцій управління вимагають отримання достовірної, правильної та актуальної соціальної інформації. Особливу роль якості та всебічності інформаційного

---

<sup>13</sup> Структура и уровни социологического знания. Традиции и новые концепции. Социологические исследования. 2003. № 9. С.3-17.

супроводу відіграє на етапі ухвалення управлінського рішення. Характер використання результатів соціологічних досліджень в управлінні впливає зі специфіки управлінської діяльності. Ця діяльність має системний характер. Вона спирається на аналіз управлінської діяльності, її планування, прогнозування процесів, контроль та облік, роботу з кадрами, узагальнення досвіду роботи, координацію діяльності структурних підрозділів<sup>14</sup>.

За свідченнями соціолога Алана Монро (Alan Mongro), який вивчав вплив опитувань на політику США в період з 1981 по 1993 роки, влада країни керувалася (прямо чи опосередковано) при вирішенні питань зовнішньої політики, енергетики та охорони навколишнього середовища результатами опитувань<sup>15</sup>. Цікаво, що особливо значний вплив опитувань виявився у самій сфері зовнішньої політики. Інша роль, яку відіграють соціологічні дослідження в публічному управлінні - це виявлення соціальних проблем і демографічних тенденцій, які, можливо, ще мають латентний характер, але незабаром можуть стати реальністю того чи іншого соціуму.

Цікаво, що у період президентства Рональда Рейгана його команда витратила на опитування до \$ 1 млн. на рік (їх виділяв штаб Республіканської партії). Тоді опитування стали проводити й інші державні агентства. Так, першим міністерством, яке почало систематично аналізувати громадську думку, стало Міністерство сільського господарства (Department of Agriculture)<sup>16</sup>.

Заради справедливості відзначимо, що в колишньому СРСР також акцентувалася увага на значенні соціологічних досліджень в управлінській діяльності. Так, академік-соціолог Т. Заславська виділяла три фундаментальні комплекси завдань, пов'язані із соціологічним забезпеченням процесу перебудови: «соціологічне обґрунтування управлінських рішень, забезпечення зворотного

---

<sup>14</sup> Горшков М.К., Шереги Ф.Э. Прикладная социология: методология и методы: интерактивное учебное пособие. М.: Институт социологии РАН. 2011. С. 283.

<sup>15</sup> Опросы общественного мнения. Влияние опросов. URL: <https://psyfactor.org/lib/sociology.htm>

<sup>16</sup> Альянс социологов и власти. URL: <https://zakaz-osago.ru/articles.php?id=126161>

зв'язку, оперативного контролю у процесі їх реалізації та формування соціологічного мислення у членів суспільства»<sup>17</sup>.

Якщо брати до уваги організаційний аспект соціологічного забезпечення управлінської діяльності, то можна виділити 2 моделі: внутрішньоорганізаційну модель та модель аутсорсингову.

Перша модель передбачає наявність в структурі органу державної влади, місцевого самоврядування, державної установи чи організації установи спеціалізованого соціологічного підрозділу, на якого покладаються відповідні функції. Ця модель має своїм недоліком необхідність постійних витрат на персонал, приміщення тощо, при тому, що такий підрозділ може здебільшого проводити так звані «кабінетні дослідження», або дослідження, які не потребують суттєвого залучення інших трудових ресурсів (інтерв'юерів).

Друга модель - аутсорсингова має перевагою те, що усуває недоліки першої щодо наявності постійних витрат, проте вимагає додаткового контролю якості. Крім того, замовлення органами публічної влади соціологічних досліджень зовнішнім організаціям передбачає проведення тендерних процедур, що може вплинути на оперативність проведення дослідження.

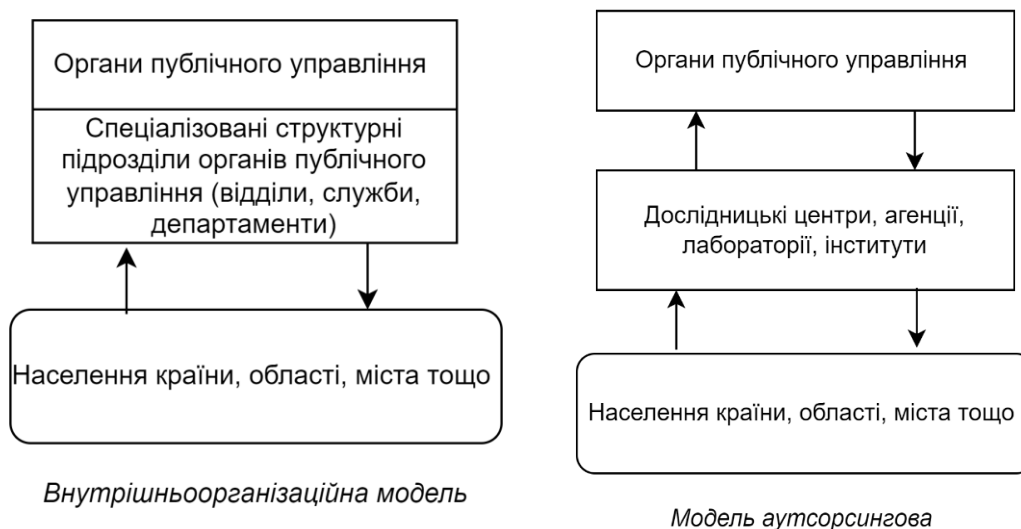


Рис. 2. Моделі організації соціологічного забезпечення управлінської діяльності

<sup>17</sup> Заславська Т.И. Роль социологии в ускорении развития советского общества Социологические исследования. 1987. № 2. С. 4-5.

Вітчизняні органи державної влади останнім часом активно ініціюють проведення соціологічних досліджень. Наприклад, Національне агентство України з питань державної служби протягом останніх років ініціювало проведення опитування державних службовців щодо систем оплати праці на державній службі, що стало основою для розробки Плану заходів НАДС<sup>18</sup>; опитування державних службовців щодо задоволеності рівнем організації професійного навчання<sup>19</sup> та дослідження щодо позитивного іміджу жінки-керівника на державній службі<sup>20</sup>.

Аналіз тендерних пропозицій щодо закупівлі послуг з проведення соціологічних досліджень, які розміщують органи державної влади, органи місцевого самоврядування, державні підприємства, демонструє затребуваність соціологічного забезпечення управлінської діяльності. При цьому цінові пропозиції коливалися від декількох десятків тисяч гривень до більше, ніж мільйону гривень.

#### Питання для самоконтролю:

1. Розкрийте сутність соціологічного дослідження та вкажіть його основні види. Охарактеризуйте основні функції соціологічних досліджень.
2. Визначіть місце конкретних соціологічних досліджень в галузі управління в сучасній структурі соціологічного знання.
3. Охарактеризуйте роль соціологічної інформації в прийнятті управлінських рішень. Наведіть приклади.

---

<sup>18</sup> Звіт за результатами опитування «Система оплати праці державних службовців» URL: [nads.gov.ua/oplata-praci-derzhavnih-sluzhbovciv/zvit-za-rezultatami-opituvannya-sistema-oplata-praci-derzhavnih-sluzhbovciv](https://nads.gov.ua/oplata-praci-derzhavnih-sluzhbovciv/zvit-za-rezultatami-opituvannya-sistema-oplata-praci-derzhavnih-sluzhbovciv)

<sup>19</sup> Звіт за результатами опитування державних службовців щодо задоволеності рівнем організації професійного навчання URL: <https://nads.gov.ua/news/proponuyemo-do-uvagi-zvit-pro-rezultati-opituvannya-derzhavnih-sluzhbovciv-shchodo-zadovolenosti-rivnem-organizaciyi-profesijnogo-navchannya>

<sup>20</sup> Формування позитивного іміджу жінки-керівника на державній службі. К.: Центр адаптації державної служби до стандартів Європейського Союзу. 2021. 60 с.

## ЛЕКЦІЯ 2. МЕТОДОЛОГІЧНИЙ АРСЕНАЛ СОЦІОЛОГІЧНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ УПРАВЛІНСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

План лекції:

1. Методологічні засади конкретно-соціологічних досліджень.
2. Класифікація методів соціологічних досліджень.
3. Кількісна та якісна парадигма у соціологічних дослідженнях.

Конспект лекції

### **1. Методологічні засади конкретно-соціологічних досліджень**

При плануванні управлінських рішень варто мати на увазі такі особливі характеристики **соціальної інформації** (інформації, що стосується розвитку соціальних об'єктів, протікання соціальних процесів та становлення соціальних спільнот): регресивність корисності в часі; регресивність обсягу при переході від первинної до вторинної; здатність відображати об'єктивну дійсність людини та суспільства; соціальна інформація має якісні та кількісні характеристики; соціальна інформація відповідає критерію науковості в своєму предметному полі<sup>21</sup>.

**Соціологічна інформація** - вид соціальної інформації, що отримується за допомогою використання соціологічного інструментарію. Соціологічна інформація, якщо вона відповідає критеріям якості (є надійною, валідною, репрезентативною, правильною і тд.), є важливим джерелом інформаційного забезпечення управлінського процесу, адже може доповнювати або заміщати інші види інформації (наприклад, публічну інформацію). Соціологічна інформація може використовуватися на всіх етапах управлінського процесу: при плануванні (для формування системи КРІ, виявлення проблемних ситуацій в управління тощо), при

---

<sup>21</sup> Цариценцева Е.В. Социологическая информация в контексте государственного управления. Теоретический журнал "Credo". Ел. ресурс 1999. Электрон. текстовые дан. Режим доступа: <http://credonew.ru/content/view/152/51/>

організації, мотивації (наприклад, для формування системи негрошової мотивації, виявленні потреб та запитів співробітників) та контролі (для оцінювання ефективності реалізованих рішень, проєктів тощо). Треба відзначити, що соціологічна інформація визначена як окремий вид інформації в українському законодавстві. Так, у статті 19 Закону України “Про інформацію” надане таке визначення “соціологічна інформація - будь-які документовані відомості про ставлення до окремих осіб, подій, явищ, процесів, фактів тощо”<sup>22</sup>. Крім того, цей закон встановлює правовий режим соціологічної інформації, який визначається законами та міжнародними договорами України, згода на обов'язковість яких надана Верховною Радою України.

Пізнання будь-якого соціального факту передбачає необхідність розроблення певного інструменту пізнання. Якщо у науках, які вивчають фізичний світ, інструменти теоретичного та емпіричного пізнання, як правило, вироблені, а вимоги до них – формалізовані (наприклад, інструменти для вимірювання фізичних параметрів будь-яких фізичних явищ), то у соціальному пізнанні проблема розробки релевантного інструменту пізнання визначається складністю самого об'єкта. Можна виокремити низку **особливостей досліджень соціальних об'єктів, а саме:**

1. такі об'єкти є дуже мінливими, тому інформація про них швидко втрачає свою актуальність;
2. такі об'єкти є дуже складними, розвиваються під дією незліченної кількості факторів, тому їхнє пізнання є обмеженим;
3. у процесі соціального пізнання суб'єкт дослідження (дослідник, соціолог) іманентно є частиною об'єкта, який він пізнає (є частиною соціуму), що обов'язково позначається на тому, як він сприймає та оцінює інформацію. Тому застосування методології у соціологічних дослідженнях вимагає високого рівня наукової свідомості дослідника і його системного мислення;

---

<sup>22</sup> Закон України “Про інформацію” Відомості Верховної Ради України (ВВР), 1992, № 48, ст.650



4. такі об'єкти (соціальні групи, явища, процеси) є складно формалізованими і тому існують окремі пізнавальні обмеження щодо застосування усього арсеналу математико-статистичного апарату.

Методологія (від грецьк. *methodos* – шлях дослідження чи пізнання, теорія, вчення і *logos* – вчення, слово, поняття) – тобто "вчення про метод", "теорія методу".

У загальнонауковому розумінні методологія є системою принципів наукового дослідження, сукупністю методів дослідження та обробки даних; вчення про принципи, форми та способи отримання знань.

У широкому значенні вона сприймається як філософська вихідна позиція наукового пізнання, яка є загальною для всіх наукових дисциплін.

У вузькому значенні методологія також сприймається як теорія наукового пізнання у конкретній науковій дисципліні.

**Рівні методології.** В межах наукової філософської школи, представленою такими дослідниками як П.Копнін, В.Лекторський, В.Садовий та іншими, сформоване таке бачення структури наукової методології: **філософський** рівень (діалектичні закони та принципи пізнання, категоріальне наповнення науки як такої), рівень **загальнонаукової** методології (загальнонаукові концепції, що виконують методологічні функції), рівень **конкретно- або спеціально науковий** (сукупність методів, принципів дослідження та процедур, притаманних для певної спеціальної наукової площини) та рівень **технологічної методології** (визначає методику та техніку, тобто найбільш тактичний рівень досліджень). Далі, розмірковуючи про методи соціологічних досліджень, ведемо мову саме про два нижні рівні методології, притаманні проблемній площині прикладної соціології.

**Метод** - основний спосіб збирання, обробки та наукового осмислення отриманих даних. **Техніка** – сукупність спеціальних прийомів для ефективного використання обраного дослідником методу. **Методика** відображає логіку застосування певного методу, виявлену через послідовність конкретних операцій. Наприклад, при проведенні дослідження рівня задоволеності населення певного міста якістю комунальних послуг дослідниками можуть обрати метод

опитування (вуличного формалізованого інтерв'ю face-to-face). При цьому, методика даного опитування виявиться у наборі інструментів опитування (анкетному листі), інструкції для інтерв'юерів, контролерів, маршрутних листах тощо. А техніка дослідження полягатиме у поєднанні відкритих та закритих запитань в опитувальнику.

## **2. Класифікація методів соціологічних досліджень**

Методи соціологічного дослідження можна класифікувати за різниці критеріями. По-перше, з точки зору цілей і задач, які вони вирішують, методи соціологічних досліджень поділяють на методи **збору** та методи **обробки** даних. Далі розглянемо більш детальну класифікацію методів збору соціологічних даних. Одним з найбільш розповсюджених є підхід, в межах якого виокремлюють чотири різновиди методів емпіричного соціологічного дослідження: **опитування, спостереження, експеримент та аналіз документів.**

**Опитувальні методи**, у свою чергу, поділяються на два класи: анкетування та інтерв'ювання. При **анкетуванні** респондент (особа, що опитується) відповідає на дослідницькі питання самостійно заповнюючи анкетний лист. За формою проведення воно може бути індивідуальним або груповим, очним та заочним. До заочних анкетувань належить один із найбільш розповсюджених методів збору даних у соціології – онлайн опитування. Крім того, до заочних опитувань відносяться окремі його історичні види: поштове опитування, газетне (пресове) опитування тощо. Основна перевага анкетування порівняно з інтерв'юванням — менші витрати на проведення дослідження.

Одним із часто використовуваних в управлінській діяльності методів є **соціометричні опитування**. Часто цей метод називають методом аналізу малих груп. Даний метод дозволяє дослідити внутрішньо колективні відносини з метою їх удосконалення. Також цей метод дозволяє виявляти неформальні зв'язки у групі, що складно дослідити використовуючи будь-який інший метод дослідження. Соціометричне опитування може проводитися як у формі анкетування

на робочому місці, так і у формі своєрідного інтерв'ю, в обох випадках дотримуючись вимог конфіденційності. В першому випадку дослідник просто роздає респондентам анкети, контролює їх заповнення, а потім збирає їх. У другому випадку дослідник ставить запитання респондентам, кожний з яких відразу ж відповідає на них. Використання даного методу дозволяє управлінцю поліпшувати психологічний клімат у колективі, що призводить до підвищення продуктивності праці.

**Інтерв'ю** передбачає особисте спілкування дослідника з респондентом та фіксування відповідей в анкеті. Може бути прямим або опосередкованим (наприклад через засоби зв'язку, інтернет тощо).

Також виокремлюють такі види соціологічних досліджень як масові та спеціалізовані в залежності від джерела даних. Якщо у випадку із масовими джерелом даних є представники великих соціальних груп, то у другому – джерелом даних розглядається носій унікальних та “рідкісних” знань – експерт.

Одним з найдавніших методів соціологічного дослідження вважається **метод спостереження**.

Під спостереженням у соціологічному дослідженні ми розуміємо спрямоване, систематичне, безпосереднє візуальне сприйняття та реєстрацію значущих з точки зору цілей дослідження соціальних явищ (ситуацій, процесів), що піддається контролю та перевірці<sup>23</sup>.

Головною перевагою спостереження є те, що воно дозволяє фіксувати події та елементи людської поведінки в режимі реального часу. Це важливо, адже більшість методів соціологічного дослідження ґрунтуються на попередніх або ретроспективних судженнях індивідів про їхню власну поведінку, про ту чи іншу подію, тому ми не можемо повністю бути впевненими в достовірності цих суджень: розрив між судженням і реальною ситуацією може бути вельми значним.

Інша особливість спостереження полягає у тому, що спостерігач не може бути позбавлений суто людської риси, емоційно-ціннісної

---

<sup>23</sup> Методы сбора информации в социологических исследованиях. Кн. 2. Организационно-методические проблемы опроса. Анализ документов. Наблюдение. Эксперимент. М.: Наука. 1990. 224 с.

забарвленості сприйняття і це може вплинути на результати його роботи. Ще одна особливість спостереження, яка є радше недоліком, - складність (а часом і неможливість) проведення повторного спостереження. Повторне спостереження навіть повсякденного соціального факту, бо соціальні процеси у своєму розвитку піддаються впливу величезної кількості різних чинників і тому дуже рідко бувають цілком ідентичними.

Спостереження можна класифікувати за різних критеріями:

- залежно міри контролю при проведенні спостереження виділяють контрольоване та неконтрольоване;
- залежно від позиції спостерігача щодо об'єкта, що спостерігається виокремлюють включене і невключене спостереження;
- за ступенем формалізованості спостереження - структуроване та неструктуроване;
- за умовами організації спостереження (польове та лабораторне).

Окреме місце серед методів займає **соціологічний експеримент**, метою якого є перевірка гіпотез про причинний зв'язок між явищами: дослідник створює, ініціює або вишукує певну ситуацію, приводить у дію гіпотетичну причину та фіксує зміни у природному плині подій, їх відповідність чи невідповідність припущенням, гіпотезам. Важливо відзначити, що сам експеримент не є унікальним методом збору інформації, адже при своєму проведенні передбачає використання одного з методів реєстрації даних – опитування, спостереження, аналізу текстів (під час пре- або пост-тесту).

Експерименти можуть бути класифіковані за такими критеріями:

За характером експериментальної ситуації експерименти поділяють на польові та лабораторні.

За логічною структурою доказування гіпотез виокремлюють паралельні та послідовні експерименти.

За характером об'єкта дослідження розрізняються реальні та мисленнєві експерименти (модельні, «екс-пост-факто» (експерименти за попередньо зібраною інформацією)).

За специфікою завдання розрізняються одно- і багатофакторні експерименти.

За характером експериментальної ситуації виокремлюють контрольовані та неконтрольовані експерименти.

Проведення соціологічного експерименту, зазвичай, передбачає наявність експериментальної та контрольної групи.

### **До відома**

#### **Масштабні експерименти в соціальних мережах: дослідження ефективності залучення громадян до підтримки соціально-орієнтованих дій уряду<sup>24</sup>**

Група американських дослідників провела масштабний плацебо-контрольований польовий онлайн-експеримент на платформі соціальних мереж Facebook, купуючи рекламу за допомогою рекламних засобів Facebook. Було виділено 600 кластерів, стратифікованих за індексами, віком та гендером. Загалом експеримент охопив 296121 користувачів Facebook. Метою експерименту було встановити, як проявляються ефекти витіснення та залучення при зборі коштів на благодійні акції в ситуаціях, коли однією зі сторін виступає уряд. З цією метою були розроблені різні, але схожі між собою оголошення для залучення пожертвування некомерційним організаціям у Нью-Йорку. Соціологи випадковим чином розподілили групи Facebook-користувачів відповідно до трьох різних версій оголошень місцевих благодійних організацій. Залежно від умов експерименту, ці оголошення містили інформаційні підказки про 1) державне фінансування (експериментальна група – 100351 користувач), 2) фінансування за рахунок благодійності (група плацебо – 97 240 користувачів), або 3) не містили інформацію про джерела фінансування (контрольна група – 98430 користувачів).

Особливістю такого підходу до проведення експерименту є те, що він дозволяє суттєвим чином скоротити витрати на його проведення (адже проводиться у соціальних мережах) і, при цьому, дозволяє залучити велику кількість респондентів.

<sup>24</sup> Jilke, Sebastian & Lu, Jiahuan & Xu, Chengxin & Shinohara, Shugo. (2018). Using Large Scale Social Media Experiments in Public Administration: Assessing Charitable Consequences of Government Funding of Nonprofit Administration Research and Theory. 29. 10.1093/jopart/muy021.

### **3. Кількісна та якісна парадигма у соціологічних дослідженнях**

Еволюція підходів до збору соціологічних даних оформила дві протилежні за вихідними дослідницькими позиціями парадигми: "кількісну" та "якісну". Важливо пам'ятати, що кількісний та якісний підходи можуть реалізовуватися як самостійно, так і у поєднанні. Саме поєднання цих двох дослідницьких стратегій дозволяє якнайповніше вивчити досліджуваний феномен, розкрити його як на макро-, так і на мікрорівні. Термін "**кількісний підхід**" підкреслює, в першу чергу, специфіку форми представлення отриманих знань (зазвичай, у вигляді шкал, таблиць, діаграм). При такому підході дослідник абстрагується від індивідуальних особливостей кожного представника досліджуваної соціальної групи, розглядаючи його як "усереднену" особу. В межах такого підходу дослідник ставить задачу описати явище, виміряти характерні йому параметри, встановити взаємозв'язки. З огляду на те, що в межах такого підходу інструментарій, як правило, є формалізованим, такий стиль дослідження ще називають "**жорстким**". До таких досліджень, як правило, відносять масові формалізовані опитування (анкетування чи інтерв'ю), контент-аналітичні дослідження тощо, а також частково: спостереження та експеримент.

"**Якісний підхід**", навпаки, постулює наукову цінність унікальних думок, суджень, оцінок кожного окремого носія соціальної інформації. В межах такого підходу соціолог заглиблюється в проблемну ситуацію, спираючись на унікальний досвід та знання про неї респондентів. Завдання дослідника при такому підході пояснити досліджуване явище, встановити загальну картину та інтерпретувати його, виявити його контекст. Тут застосовується менш формалізований підхід до методик та технік, тому стиль називають "**м'яким**" або «**гнучким**». Якісні дослідження, як правило, проводять в таких ситуаціях: 1. до проведення кількісного для напрацювання та формулювання дослідницьких гіпотез; для підтвердження результатів, що були отримані в ході кількісного дослідження; 3. як самостійний метод. До "якісних" методів соціологічного дослідження відносять: фокус-групові

інтерв'ю, поглиблені інтерв'ю, кейс-стаді, дослідження етнографічного типу тощо.

### **Послідовність дій при кількісній та якісній стратегіях<sup>25</sup>.**

Кількісна стратегія	Якісна стратегія
1. виявлення проблеми; 2. побудова гіпотез; 3. емпірична перевірка гіпотез на великій вибірці.	1. зіткнення з «незрозумілим феноменом»; 2. уточнення проблеми через спостереження фактів, їх осмислення з точки зору здорового глузду; 3. на основі емпіричних даних побудова міні-теорії, яка пояснює це явище; 4. емпірична перевірка теорії на малій вибірці, за допомогою різноманітних методів

Якщо замовнику соціологічного дослідження (керівнику чи працівнику органу державної влади або органу місцевого самоврядування) пропонують провести дослідження базоване на якісній стратегії, то він має мати уявлення про певні відмінності між кількісними та якісними парадигмами. Як стверджує В.Семенова: «якісні методи знаходять широке застосування у поведінкових та соціальних науках і використовуються насамперед для вивчення індивідуального аспекту соціального буття. Первинні дані збираються у процесі спостереження, глибинного інтерв'ю чи звернення до особистих документів. Результати поля представлені у вигляді неструктурованих текстових матеріалів, що містять оцінні висловлювання людей про практику свого життя. Ці тексти є основним джерелом інформації при наступному аналізі»<sup>26</sup>.

<sup>25</sup> Зборовский Г.Е. Шуклина Е.А. Эмпирическая социология : учеб. для вузов. РИО СурГПУ, 2016. – 313 с.

<sup>26</sup> Семенова В.В. Качественные методы: введение в гуманистическую социологию: Учеб. пособие для студентов вузов / Институт социологии РАН: М.: Добросвет, 1998. - 289 с.:

Наведемо порівняння кількісної та якісної стратегії соціологічних досліджень в залежності від різних критеріїв<sup>27</sup>.

<b>Критерій порівняння</b>	<b>Кількісна стратегія</b>	<b>Якісна стратегія</b>
Теоретична інтерпретація	Макрорівень (позитивізм, структурний функціоналізм, марксистська соціологія та ін.)	Мікрорівень (розуміюча соціологія, феноменологія, етнометодологія, символічний інтеракціонізм та ін.)
Об'єкт дослідження	Соціальні структури, інститути, об'єктивні фактори, глобальні проблеми	Життєвий світ індивідів, локальні спільноти, повсякденні практики, мікросуб'єктивна сфера
Мета застосування	Пояснення соціального явища. Вимірювання параметрів явищ, встановлення зв'язків між ними. Кількісна перевірка гіпотез	Розуміння явища, процесу, випадку, проблеми, виходячи з інтерпретації суб'єкта. Концептуалізація явища, його інтерпретація
Наукові засади	Об'єктоцентричність. Об'єктивність, невторчання у перебіг дослідження	Людиноцентричність. Розуміння тісного зв'язку та взаємовпливу об'єкта та суб'єкта дослідження
Одиниці аналізу	Факти, події, висловлювання, оцінки, акти поведінки	Суб'єктивні значення фактів для індивіда
Позиція дослідника	Аутсайдер	Інсайдер

<sup>27</sup> Зборовский Г.Е. Шуклина Е.А. Эмпирическая социология : учеб. для вузов. РИО СурГПУ, 2016. – 313 с.



<b>Критерій порівняння</b>	<b>Кількісна стратегія</b>	<b>Якісна стратегія</b>
Відносини «дослідник – об'єкт»	Суб'єкт – об'єктні	Суб'єкт – суб'єктні
Логіка аналізу	Дедуктивний підхід. «Низхідна» стратегія аналізу даних, рух від спільного до приватного	Індуктивний підхід «Висхідна» стратегія аналізу даних, сходження від приватного до загального
Дослідницькі процедури (наприклад, гіпотези, інструменти виміру)	Розробляються заздалегідь, на початок дослідження. Формалізовані. Стандартизовані	Створюються у процесі дослідження. Неформалізовані. Унікальні
Методи	Числові. Стандартизовані. Жорсткі	Нечислові. Нестандартизовані. М'які
Тип вибірки	Велика репрезентативна	Мала нерепрезентативна
Природа отриманих даних	Жорсткі, легко узагальнювані, статистично оброблювані	Багаті за змістом, глибокі, складно узагальнювані
Вид отриманих даних	Статистичні розподіли, їх табличні та графічні форми подання. Шкали, коефіцієнти, індекси	Неструктуровані тексти: транскрипти, фрагменти документів, результати прямого спостереження та ін.
Тип аналізу даних	Кількісний	Якісний
Отримуваний образ соціальної реальності	Стабільна, зовнішня щодо актора реальність	Динамічна, що конструюється актором реальність

## Питання для самоконтролю:

3. Розкрийте зміст понять «методологія», «метод», «методика», «процедура» та «техніка» соціологічного дослідження.

4. Порівняйте, будь ласка, кількісну та якісну стратегії отримання соціологічної інформації за різними критеріями.

3. Дайте визначення поняттю «соціологічна інформація» та вкажіть як вона співвідноситься з поняттям «соціальна інформація»?

4. Опишіть основні методи збору первинної соціологічної інформації.

5. Охарактеризуйте специфіку та пізнавальні можливості методу спостереження в соціологічних дослідженнях.

6. Охарактеризуйте специфіку та пізнавальні можливості методу експерименту в соціологічних дослідженнях. Назвіть його види.

## **ЛЕКЦІЯ 3. КОНТРОЛЬ ЯКОСТІ СОЦІОЛОГІЧНОЇ ІНФОРМАЦІЇ ЯК ФАКТОР ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ**

### План лекції

1. Поняття "якість соціологічної інформації" та її роль в ухваленні управлінського рішення
2. Критерії якості соціологічної інформації: валідність та надійність. Помилки соціологічного вимірювання.
3. Шляхи підвищення якості соціологічної інформації

### Конспект лекції

#### **1. Поняття "якість соціологічної інформації" та її роль в ухваленні управлінського рішення**

Ефективність будь-якого управлінського рішення визначається якістю вхідних даних, покладених в його основу. Це висуває окремі вимоги до якості, зокрема, соціологічної інформації, на яку спирається управлінець.

Поняття "**якість соціологічної інформації**" через його комплексність та складність знаходить своє вираження через низку критеріїв. В цьому контексті відзначимо, що сама категорія "якість" має багато значень, зокрема як і протилежність категорії "кількість". Проте у нашому випадку якість ми розглядаємо як синонім понять "добротність", "цінність", "придатність" інформації.

Коли йдеться про якість соціологічної інформації, то більшість мають на увазі якість самого продукту дослідницької діяльності, її результату. Проте, у нашому випадку ми під якістю соціологічної інформації розуміємо водночас безпосередньо якість результату, якість процесу та якість засобів.

Якість дослідницького процесу означає відповідність організаційних та технологічних процедур встановленим вимогам та стандартам діяльності. Важливо також при визначенні якості дослідницького процесу враховувати критерії його ефективності та результативності. Під ефективністю ми розуміємо міру використання

ресурсів (людських, матеріальних, фінансових, часових) при проведенні дослідження. Тобто, варто враховувати те, чи міг бути отриманий результат (необхідна інформація) у будь-який інший, менш витратніший спосіб. А під результативністю ми розуміємо міру досягненості результатів при проведенні дослідження. Тобто, йдеться про те, чи повною мірою задоволений інформаційний запит замовника тощо. Треба пам'ятати, що за якість проведення дослідження відповідають всі ланки – починаючи з керівника дослідницького проекту чи дослідницької організації (агенції, підрозділу тощо) і завершуючи особами, які проводять безпосередній збір первинної соціологічної інформації (інтерв'юери, спостерігачі, модератори тощо).

Якість засобів означає адекватність обраних методів дослідження, обґрунтованість методик, правильність формування дослідницького соціологічного інструментарію.

## **2. Критерії якості соціологічної інформації: валідність та надійність. Помилки соціологічного вимірювання**

Існує два традиційні підходи до формування наборів вимог до якості соціологічної інформації: той, що оформився у працях соціологів пост-радянського простору та еволюційно продовжував наукову школу прикладної соціології радянської епохи; та той, що має витoki із "західної" наукової школи прикладної соціології.

Перша наукова традиція оцінки якості соціологічного вимірювання, оформлена у працях таких авторів: Здравомислов А.Г., Ядов В.А., Волович В.І., Докторов Б.З., Паніотто В.І. та ін. Вона ґрунтується на базових принципах та поняттях метрології. Інтегральною характеристикою якості соціологічного вимірювання в межах даної наукової плеяди вважалась **надійність**. У цьому випадку авторами пропонуються численні підходи до трактування поняття "якість", висуваючи до них безліч критеріїв: правильність, точність, стійкість, обґрунтованість, надійність, відтворюваність, достовірність, науковість, істинність і т.д.

"Західна" традиція вимірювання якості соціологічної інформації еволюціонувала із робіт західноєвропейських та американських

дослідників середини ХХ ст. У даному підході висувається два базових критерія якості: **надійність та валідність**, - які з'являються у наукових працях щодо оцінки якості психологічних тестів. Така позиція відображена у всіх Стандартах психологічного та освітнього тестування, у класичній роботі «Оцінка надійності та валідності» Дж. Кармінеса та А. Зеллера у виданні Сейдж «Довідник Сейдж з методів у соціальних дослідженнях» (Sage Handbook of social research methods).

**Валідність** (від лат. validus — міцний, сильний) є мірою того, що дослідження здатне науково відповісти на те питання, яке воно поставило, і його висновок відповідає дійсності. Валідність В. Паніотто визначає як відсутність у методиці логічних помилок і як незалежність від викривлень, що виникають через теоретичні і методологічні помилки. Т. Нікітіна зазначає, що валідність — це міра того, наскільки ми вимірюємо те, що заплановано виміряти. Н. Паніна трактувала проблему валідності у двох вимірах: як вимогу до інструментарію (відповідність запитання анкети та досліджуваного показника) і до вибірки (відсутність систематичних помилок). Виокремлюють такі види валідності: змістовна (виявляє чи вимірюється саме те, що передбачено програмою дослідження), емпірична (вимірюється шляхом підрахунку показників кореляції отриманих даних із контрольним "зовнішнім" показником) та конструктна (як результат співставлення отриманих даних з даними, отриманими раніше, щодо яких рівень валідності вже встановлений).

**Надійність** визначається як відтворюваність та узгодженість результатів вимірювання, що також виявляє їхню свободу від помилок, що виникають на будь-якому етапі дослідження і джерелом яких може бути дослідник, респондент, ситуація дослідження та інструмент вимірювання. В окремих наукових та навчальних працях поняття надійності тлумачиться як поєднання правильності (відсутність у дослідженні систематичних помилок) та точності (відсутність випадкових помилок). Серед статистичних методів перевірки надійності найбільш традиційним способом є застосування коефіцієнта Ч. Спірмена, що був запропонований ще у 1904 році, та базувався на

ідеї створення "віртуальних двійників" на основі випадкової вибірки із значень тесту, що дозволяли виявляти випадкові помилки.



Рис. 3. Графічне представлення співзалежності валідності і надійності при повторних вимірюваннях<sup>28</sup>

Дослідниця Н.Нікітіна, розмірковуючи про особливості вітчизняного наукового дискурсу довкола понять "валідність" та "надійність", зауважує, що у «радянській» традиції інтегральною характеристикою якості соціологічного вимірювання вважалась надійність. Такої точки зору дотримувались В.А. Ядов, Г.І. Саганенко, В.І. Волович, Б.З. Докторов, В.І. Паніотто. У 1979 р. Б.З. Докторов та у 1986 р. В.І. Паніотто провели аналіз робіт своїх колег щодо якості соціологічного вимірювання. На основі цих робіт можна виділити основні показники надійності в радянській традиції: обґрунтованість, правильність, стійкість<sup>29</sup>.

Далі наведемо запропонований Н. Нікітіною зведений перелік визначень базових понять, що визначають якість соціологічних даних, і які відстежуються у науково-методичних виданнях.

<sup>28</sup> Адаптовано на основі Ruel E., Wagner III, W. & Gillespie, B. The quality of measurement: reliability and validity. In The practice of survey research SAGE Publications, Inc. 2016. Pp. 78-100.

<sup>29</sup> Нікітіна Т. Співвідношення понять надійність і валідність. Український соціум. 2009. № 4. С. 26.

<p><i>Обґрунтованість (валідність)</i></p>	<p>- відсутність теоретичних, методологічних, логічних помилок, вірність вихідних посилань при розробці методики дослідження, відповідність числової моделі соціальній системі, що вивчається<sup>30</sup>.</p> <p>- відповідність вимірювання його меті<sup>31</sup>.</p> <p>- міра того, наскільки ми вимірюємо те, що заплановано виміряти<sup>32</sup>.</p> <p>- вимірювання, яке відносно вільне від систематичних помилок, вважається валідним<sup>33</sup>.</p> <p>- відсутність квазіпомилки узгодженості – відповідність моделі досліджуваного об'єкта самому об'єкту<sup>34</sup>.</p>
<p><i>Правильність</i></p>	<p>- це міра відсутності систематичних помилок вимірювання<sup>35</sup>.</p>
<p><i>Стійкість</i></p>	<p>- це міра відсутності випадкових помилок вимірювання [там само, С.35].</p>
<p><i>Надійність</i></p>	<p>в окремих випадках пов'язана з повторюваністю у випадку неодноразового вимірювання одних і тих самих соціальних феноменів з використанням одного й того самого вимірювального інструменту<sup>36</sup>.</p> <p>- це відтворюваність вимірювання. Надійність стосується того, в якій мірі інструмент вимірювання дає одні і ті ж самі результати при повторному вимірюванні. Надійність пов'язана з тенденцією повторюваності при вимірюванні одних і тих самих соціальних феноменів, за допомогою одного і того самого вимірювального інструменту, декілька разів.</p>

<sup>30</sup> Паниотто В.И. Качество социологической информации : методы оценки и процедуры обеспечения. К. 1986. С.27.

<sup>31</sup> Carmines E.G. Reliability and Validity Assessment / E.G. Carmines, R.A. Zeller. – Beverley Hills : Sage, 1979., P.12

<sup>32</sup> Bohrnsted G.W. (2000) Validity / G.W. Bohrnsted // Encyclopedia of Sociology, Second Edition, Volume 5. New York, P.3207

<sup>33</sup> Carmines E.G. Zeller R.A. Measurement in the social sciences. – Cambridge University Press, 1980, P.14

<sup>34</sup> Докторов Б.З. О надежности измерения в социологическом исследовании. Л. 1979. С.28

<sup>35</sup> Паниотто В.И. Качество социологической информации : методы оценки и процедуры обеспечения. К. 1986. С.31.

<sup>36</sup> Дембіцький С., Любива Т. Вимоги до розробки та адаптації комплексних вимірювальних інструментів у соціології: надійність, валідність і достовірність: Український соціум. 2017. №3(62) С. 45–57.

	<p>Чим стійкіші результати вимірювання при повторних вимірюваннях, тим надійніше вимірювальна процедура, і, навпаки, чим менше схожі результати вимірювання при повторному вимірюванні, тим менш надійною є процедура вимірювання<sup>37</sup>.</p> <p>Надійність пов'язують з відсутністю випадкових помилок – вимірювання, яке відносно вільне від випадкових помилок, вважається надійним<sup>38</sup>.</p>
--	--

**Помилки**, що можуть виникати на будь-якому із етапів процесу соціологічного вимірювання, логічно виражаються у критеріях якості соціологічної інформації. Помилки, як правило, розподіляють на два види: **інструментальні** (тобто ті, які виникають на етапі розробки інструментів збору даних) та **теоретичні** (тобто ті, що відносяться до прорахунків при розробці теоретичної моделі дослідження, емпіричних індикаторів тощо). Виникнення помилок на даному етапі призводить до втрати валідності даних, тобто інформація є валідною тоді, коли правильними є теоретичні вихідні позиції, що покладені в основу вимірювання. Інструментальні помилки, у свою чергу, можуть бути систематичними та випадковими. **Систематичні** помилки, які можуть виникати на будь-якому із етапів дослідження, знижують правильність отриманих даних. Систематичними також називають помилки, що залежать від дослідника, його професіоналізму, досвіду, ціннісних орієнтацій та методологічної культури. Тобто їхній прояв або не прояв визначається продуманістю, організованістю та послідовністю його дій, а, відтак, вони можуть бути попереджені. **Випадкові** помилки знижують точність та надійність соціологічної інформації, проте, при вірно організованому соціологічному дослідженні їхній вплив може бути знижено зі збільшенням числа спостережень. Випадковими також називають помилки, що не залежать від дослідника, тобто їхнє настання практично не визначається діями дослідника. В

<sup>37</sup> Carmines E.G., Zeller R.A. Reliability and Validity Assessment. Beverley Hills : Sage. 1979. P.11-12.

<sup>38</sup> Carmines E.G., Zeller R.A. Measurement in the social sciences. – Cambridge University Press., 1980. P.14



соціологічному академічному співтоваристві вважається, що систематичні помилки є більш "підступними", ніж випадкові, адже їх появу важко передбачити і прорахувати. Соціолог В. Паніотто виокремлює також такий вид помилки як **промах** - помилки, що є результатом грубих опісок, низької кваліфікації особи, яка проводить вимірювання, недбалостей та нечіткостей у роботі, а також непередбачених зовнішніх впливів на процес вимірювання<sup>39</sup>.

### **3. Шляхи підвищення якості соціологічної інформації**

Задача підвищення якості соціологічної інформації вимагає наскрізного контролю дотримання вимог до якості організації соціологічного дослідження. Контроль якості соціологічних даних передбачає застосування низки процедур. Зокрема, соціологами застосовуються такі підходи: перепереверка, **test-retest**, (повтор процедури, вимірювання одного й того ж самого об'єкта однаковим інструментарієм декілька разів через певний час); спосіб "еквівалентної форми" (конструювання вимірювального інструменту-двійника за допомогою якого здійснюється повторне вимірювання на контрольній групі). Окрім того, широко застосовуються внутрішній та зовнішній контроль якості даних. Зовнішній контроль може бути зовнішнім стосовно часу дослідження (співставлення результатів з аналогічними даними, зібраними за аналогічною процедурою на тому ж масиві); по відношенню до ситуації дослідження (співставлення даних, отриманих з різних підвбірок); по відношенню до інструменту дослідження (метод еквівалентних форм або співставлення з даними, зібраними з інших джерел, що також має своє оформлення у методі **тріангуляції** даних); стосовно дослідника (співставлення даних, отриманих різними інтерв'юерами); стосовно об'єкта (співставлення даних з різних об'єктів вимірювання). Внутрішній контроль якості соціологічного вимірювання полягає у: вивченні розподілу певної ознаки по всій вибірці, співставленні характеру розподілу різних ознак по всьому масиву, наприклад метод split-half, вивченні розподілу

---

<sup>39</sup> *Паниотто В.И.* Качество социологической информации : методы оценки и процедуры обеспечения. К. 1986. С.29.

окремих ознак в різних підвибірках.

Важливим шляхом забезпечення якості соціологічної інформації є дотримання соціологом професійної етики при проведенні досліджень.

В Україні питання професійної етики при здійсненні соціологічних досліджень урегульовуються Кодексом професійної етики соціолога, який розроблений і ухвалений Соціологічною Асоціацією України. Зокрема Кодексом передбачено встановлення етичних норм при організації професійної діяльності, здійсненні науково-дослідної діяльності, презентації результатів дослідження, консультуванні та експертизі. Крім того, у документі передбачено настанови щодо неприпустимості фабрикації даних, фальсифікації результатів, утримання від необґрунтованих висновків і рекомендацій, соціально-політичних узагальнень<sup>40</sup>.

Також, соціологи користуються принципами Міжнародного кодексу ICC/ESOMAR з практики проведення маркетингових та соціальних досліджень, вивчення громадської думки та аналізу даних<sup>41</sup>, в якому в деталізованій формі прописані організаційні та процедурні засади дослідницької діяльності, що забезпечують якість процесу та результатів.

#### Питання для самоконтролю:

1. Поясніть значення поняття «якість соціологічної інформації».
2. Охарактеризуйте критерії якості соціологічної інформації.
3. Дайте характеристику систематичним та випадковим помилкам в соціологічному дослідженні. Наведіть приклади.
4. Обґрунтуйте чому дотримання професійної етики дослідника є фактором забезпечення якості соціологічних досліджень.

---

<sup>40</sup> Кодекс професійної етики соціолога. Затверджений П'ятим з'їздом Соціологічної асоціації України, 20 травня 2004 року, Київ.

<sup>41</sup> Міжнародний кодекс ICC/ESOMAR з практики проведення маркетингових та соціальних досліджень, вивчення громадської думки та аналізу даних. URL: <https://esomar.org/uploads/attachments/ckqgtf5ux01I9kjtrrv6ovzlx-iccesomar-code-russian.pdf>

## ЛЕКЦІЯ 4. ПЛАНУВАННЯ ТА ПРОГРАМУВАННЯ СОЦІОЛОГІЧНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ. ПРОЕКТУВАННЯ ВИБІРКОВИХ СУКУПНОСТЕЙ

План лекції

1. Етапи проведення соціологічного дослідження
2. Програма соціологічного дослідження та її структурні елементи
3. Поняття вибіркової та генеральної сукупностей, репрезентативність у соціології
4. Способи формування вибіркової сукупностей

Конспект лекції

### 1. Етапи проведення соціологічного дослідження

Проектування соціологічного дослідження вимагає розробки логічного та узгодженого його плану, що дозволить здійснити контроль на будь-якому з його етапів. Як правило, соціологічне дослідження, якщо поглянути на нього як на проєкт, проводиться у такі етапи:

1. **Нульовий**, що переважно відображає комунікаційну та організаційну функції. На цьому етапі дослідник вступає у взаємодію із замовником, з'ясовує його інформаційні потреби, пропонує шляхи та способи їх задоволення. Тут соціолог виступає посередником між "науковою спільнотою" фахових соціологів та клієнтом, який не володіє фаховою термінологією та, як правило, не обізнаний із можливостями та обмеженнями соціологічних методів. На ньому, як правило, і обираються можливі сценарії збирання та обробки даних, а також специфікується спосіб оформлення кінцевих результатів.

2. **Підготовчий**, в межах якого визначається оперативний план проведення дослідження, визначається перелік виконавців та формується програма соціологічного дослідження, розробляється інструментарій дослідження, визначаються методики та процедури.

3. **Польовий** етап: етап безпосереднього збору первинних соціологічних даних. Такий етап може тривати від декількох днів до декількох місяців в залежності від складності визначених задач.

4. Етап **оброблення** даних, в ході якого дані проходять

процедуру оброблення, оцифрування, перевірки.

5. **Аналітичний** етап, в межах якого здійснюється наукове осмислення отриманих даних, відбувається перевірка робочих гіпотез, виявляються та вимірюються кореляційні зв'язки між змінними, оформлюються висновки та рекомендації.

6. Фінальний етап – **презентація результатів**. Як правило, відбувається за попереднім узгодженням із замовником у форматі, зручному для нього. На цьому етапі соціолог демонструє результати опитування, надає свої коментарі та пояснення встановленим закономірностям, консультує з приводу застосовуваної методології.

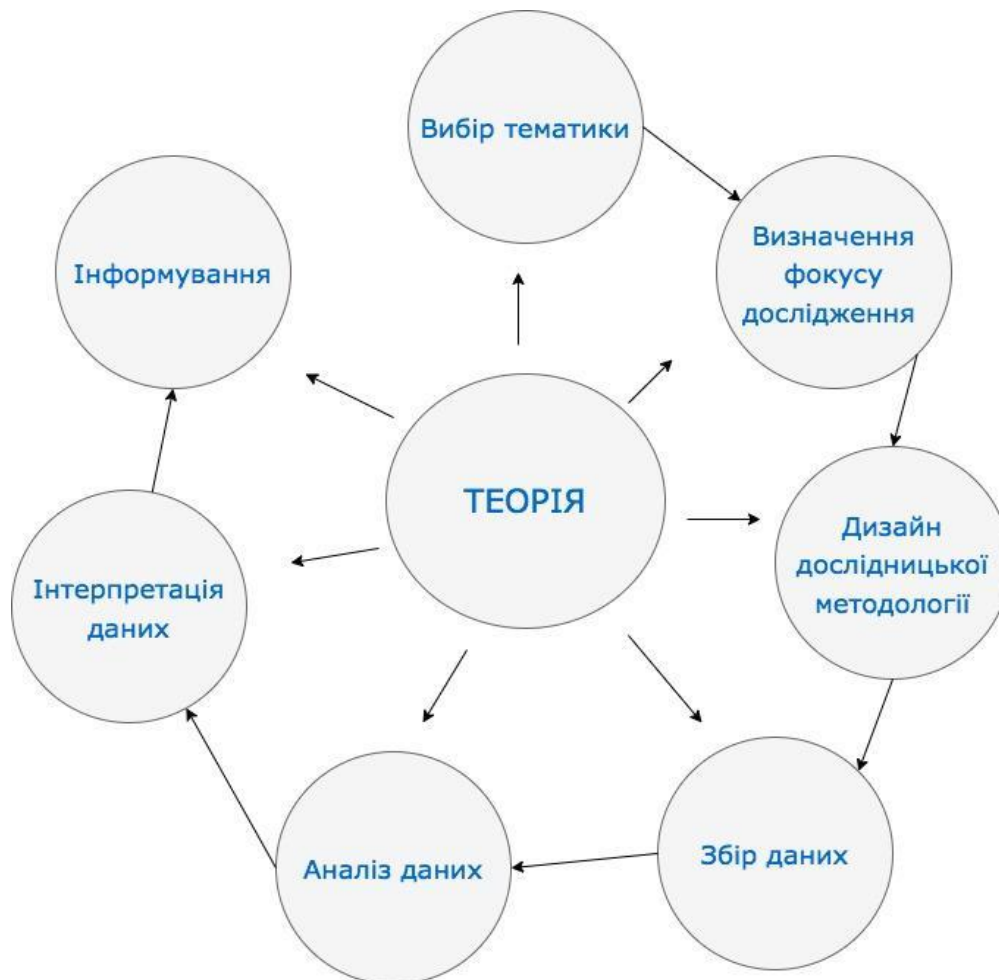


Рис. 4. Послідовність кроків процесу соціологічного дослідження<sup>42</sup>

<sup>42</sup> Neuman, W. Lawrence. (2014). Social Research Methods : qualitative and quantitative approaches (Ed. 7th). Harlow: Pearson Education Limited.

## 2. Програма соціологічного дослідження та її структурні елементи

**Програма** соціологічного дослідження – це науковий документ, в якому фіксуються методологічні, методичні, організаційні та процедурні засади вивчення соціального об'єкта. Вона формує теоретико-методологічну основу конкретного дослідження, логічно пов'язуючи між собою усі його етапи. Програма виконує три функції:

- **методологічна:** в межах програми здійснюється наукове осмислення проблемної ситуації, формується мета та завдання дослідження. З цією метою визначаються об'єкт та предмет дослідження, збирається доступна інформація про них, здійснюється всебічне вивчення попередніх аналогічних досліджень.
- **методична:** програма містить загальний логічний план дослідження, на основі якого розгортається весь його цикл.
- **організаційна:** програма дозволяє дисциплінувати дослідницьку команду, визначає чітку послідовність виконання завдань, систему поділу обов'язків між виконавцями, визначає сферу відповідальності та терміни виконання етапів.

Як правило, в програмі виокремлюють два розділи:

- 1) методологічний;
- 2) процедурний (або методичний).

Методологічний розділ програми соціологічного дослідження складається передбачає: 1. визначення та осмислення **проблеми**, тобто ситуації, яка вимагає вирішення (проблемою визначається певна суперечність, наприклад, нестача інформації про характер протікання того або іншого суспільного процесу); 2. комплекс проблем, що підлягають вирішенню, формують **тему** дослідження; 3. визначення **мети** та постановка **завдань** дослідження, які конкретизують його загальну мету — цільову установку на кінцевий результат; 4. визначення **об'єкта** та **предмета** дослідження (об'єкт визначається з урахуванням того, хто або що може бути носієм проблемної ситуації, а предмет впливає з об'єкта як його грань, яка безпосередньо досліджується; 5. визначення переліку та **інтерпретація** понять;

6. системний аналіз об'єкта дослідження, моделювання проблеми, її деталізація, що набуває свого оформлення в **операціоналізації** понять; 7. формулювання робочих **гіпотез** — наукових припущень, які необхідно підтвердити або спростувати (гіпотези розмежують на: основні – неосновні, описові – пояснювальні, первинні – вторинні тощо)<sup>43</sup>.

**Процедурний** (або методичний) розділ програми соціологічного дослідження передбачає: визначення вибіркової сукупності дослідження (якщо це необхідно), обґрунтування процедури її формування; обґрунтування методів збирання первинної соціологічної інформації (слід враховувати ресурсні обмеження кожного конкретного дослідження, терміни, складність задач, доступність цільової аудиторії тощо); опис інструментарію (формування анкети, опитувальника, гайду тощо) та логічну схему обробки первинних даних.

### **3. Поняття генеральної та вибіркової сукупностей, репрезентативність у соціології, види вибірок**

Важливим етапом в процедурному розділі програми є визначення вибіркової сукупності. Система вибірки включає генеральну сукупність і сукупність вибірку, які логічно взаємозв'язані поняттям репрезентативності даних. **Репрезентативність** - властивість вибіркової сукупності представляти основні характеристики генеральної сукупності. Вибірковий метод заснований на двох принципових тезах: взаємозв'язку і взаємній обумовленості якісних параметрів об'єкта дослідження та на можливості екстраполяції висновків на ціле, отриманих на основі вивчення його частини. **Генеральна сукупність** — це вся сукупність одиниць спостереження, що пов'язана з проблемною ситуацією, і має певні параметри: часові, територіальні, демографічні, професійні тощо (наприклад, доросле населення України, яке має виборче право, або мешканці міста Києва, які користуються громадським транспортом). **Вибіркова сукупність** — це частина генеральної, безпосередній об'єкт вивчення за

---

<sup>43</sup> Лукашевич М. П., Туленков М. В. Соціологія. Загальний курс. Навчальний посібник. К.: Каравела. 2006. 408 с.

розробленою програмою відбору. Важливою вимогою до вибіркової сукупності є необхідність відтворення в ній важливих для даного дослідження характеристик генеральної сукупності на основі її репрезентації (представництва). Це означає, що вибірка сукупність виступає спрощеною моделлю генеральної, зберігаючи в точності важливі її параметри (як правило, це - статеві-віковий розподіл та географічна представленість).

Назагал, способи формування вибірки можна поділити на дві групи: **ймовірнісні** (випадкові) вибірки формуються за допомогою таких підходів, які передбачають ретельне дотримання визначеного алгоритму відбору, що виключає суб'єктивне втручання; та умовно-ймовірнісні вибірки, які формуються за принципом доступності або вимог задач дослідження, тобто в них присутнє контрольоване та умисне викривлення з точки зору випадковості.

До основних типів вибірки належать:

**Проста випадкова** (застосовувана у випадку, коли дослідник має повну інформацію про генеральну сукупність), за якої відбувається випадковий відбір представників генеральної сукупності, наприклад, методом випадкових чисел. Випадковий відбір одиниць спостереження може бути **повторним** (коли кожна одиниця після її реєстрації повертається до генеральної сукупності і знову може бути відібраною) та **безповторним** (кожна одиниця після її реєстрації не повертається до генеральної сукупності і в подальшому відборі не бере участі, тобто відібрана одиниця спостереження не може двічі потрапити до вибірки).

**Систематична (покрокова, механічна, квазівипадкова)**: з генеральної сукупності відбираються одиниці спостереження за певним кроком. Недоліком, як і в простій випадковій, є необхідність мати повний перелік елементів генеральної сукупності, які отримують унікальні ідентифікатори.

**Гніздова (серійна, кластерна)**, коли відбирають деякі статистичні групи (гнізда), що підлягають дослідженню.

**Стратифікована (районована)**, за якої процедура формування вибірки слідує поетапно, на кожному з яких змінюється одиниця відбору.

До цільових (невипадкових) методів відбору належать:

**Метод снігової кулі:** спочатку здійснюється відбір кількох одиниць цільовим або випадковим способом, а потім на основі отриманої від них інформації або рекомендацій добираються інші одиниці.

**Стихійний відбір:** до вибірки включаються максимально доступні для дослідника (інтерв'юера) одиниці спостереження (метод собі подібного, метод першого зустрічного, пресовий відбір).

**Метод основного масиву:** умовою формування вибірки є потрапляння до неї більшої частини одиниць генеральної сукупності, або одиниці, які складають питому вагу генеральної сукупності.

**Квотний відбір:** є одним з найпоширеніших методів невідповідного відбору і передбачає формування квот для дослідження на основі попередньо відомих розподілів тих чи інших ознак у генеральній сукупності (квотування за статтю, віком, районом проживання тощо).

Обсяг вибіркової сукупності визначається задачами дослідження, вимогами до репрезентації даних, доступністю цільової аудиторії дослідження, а також ресурсними обмеженнями (обмеженнями часу, коштів або організаційними). При розрахунку обсягу вибіркової сукупності, зазвичай, враховується обсяг генеральної сукупності, значення дисперсії ознак в генеральній сукупності, величина граничної теоретичної похибки дослідження та рівень довірчої ймовірності.

Питання для самоконтролю:

1. Назвіть і дайте детальну характеристику кожного етапу соціологічного дослідження.
2. Визначте структурні елементи програми соціологічного дослідження та охарактеризуйте кожен з них.
3. Проведіть операціоналізацію та інтерпретацію понять «соціальна напруга», «корупційна поведінка», «електоральна лояльність».
4. Визначте обсяг генеральної сукупності для об'єкта соціологічного дослідження – державні службовці категорії А і Б.
5. Назвіть основні види вибірових сукупностей.



## **ЛЕКЦІЯ 5. ОПИТУВАННЯ ЯК МЕТОД СОЦІОЛОГІЧНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ**

### План лекції

1. Місце методу опитування в системі дослідницького інструментарію, еволюція опитувальних методів.
2. Класифікація видів опитувань. Анкетування та інтерв'ю: можливості та обмеження застосування
3. Анкета та правила її побудови.
4. Експертне опитування в ухваленні управлінських рішень

### Конспект лекції

#### **1. Місце методу опитування в системі дослідницького інструментарію, еволюція опитувальних методів**

Серед усіх методів збору первинної соціологічної інформації опитувальні, беззаперечно, обіймають чільне місце за широтою застосування та можливостями щодо інформаційного забезпечення управлінських рішень. На відміну від інших видів інформації, яка використовується в процесі управління, результати опитувань агрегують інформацію про оцінки, мотиви, стимули, інтереси певних соціальних груп, що часто є важко виміряти з використанням інших видів інформації (наприклад, даних державної статистики).

**Опитування** - метод збору соціальної інформації, характерною особливістю якого є безпосереднє (інтерв'ю) чи опосередковане (анкетування) спілкування соціолога і респондента шляхом реєстрації відповідей респондентів на сформульовані запитання. Даний метод тісно асоціюється із прикладною соціологією і у сучасному вигляді остаточно оформився у середині ХХ століття у практиках західноєвропейських та американських соціологів. Коріння цього методу сягають у XVII-XVIII століття, де в тогочасній Англії в межах школи "політичної арифметики" (Дж. Граунт, В.Петті, Е. Галлей) почали вперше застосовувати кількісні методи (первинно притаманні природничим наукам) для вивчення причин та тенденцій смертності. У Німеччині схожі за замислом дослідження розгорталися в межах так

званого "державознавства", а у Франції вже в ХІХ ст. склалася традиція соціально-статистичних досліджень окремих проявів девіантної поведінки – школа "соціальної гігієни", в той час, як у США набули масового характеру так звані "солом'яні опитування" (які ще називають протосоціологічними через схожість завдань, але низьку науковість). У ХХ ст. в США масові вибіркові опитування набули свого остаточного оформлення як регулярна практика здійснення зрізів громадської думки, здебільшого, у питаннях електоральних симпатій, а також маркетингу. Американський соціолог Дж. Геллап вважається одним із основоположників сучасної технології вивчення громадської думки, що була апробована та удосконалена протягом кількох десятиліть регулярних загальнонаціональних опитувань у США. В радянській традиції опитувальний метод найповніше розвивався в межах так званої заводської (фабричної) соціології.

Особливістю опитування є те, що дослідник навмисно "втручається" в поведінку опитуваного і спрямовує її в потрібне русло. Це визначає і особливості його застосування, і обмеження у пізнавальних можливостях цього методу. Тобто якість інформації, отриманої в ході опитування, залежить від компетентностей фахівця щодо того, щоб розуміти кого запитувати, у якій формі, які запитання ставити, як встановити довірливі відносини з респондентом і, водночас, не втрутитися у ситуацію дослідження поза необхідною межею. Зазвичай, метод опитування для проведення дослідження обирають тоді, «коли для вирішення поставленої задачі потрібно отримати інформацію про сферу свідомості людей: про їх думки, мотиви поведінки, оцінку навколишньої дійсності, про життєві плани, мету, орієнтації, інформованість і т. ін. В усіх подібних випадках саме люди, учасники досліджуваних соціальних процесів, виступають в ролі унікального джерела інформації, який не може бути замінений жодним іншим».<sup>44</sup>

---

<sup>44</sup> Карпов Н.С. Роль методів опитування в дослідженні злочинної діяльності. Боротьба з організованою злочинністю і корупцією (теорія і практика): Наук.-практ. журн. К. 2005. №12. С. 182-190.

## 2. Класифікація видів соціологічного опитування

За характером взаємозв'язку соціолога і респондента виділяють: заочні (анкетування) і очні (інтерв'ю) опитування. За ступенем охоплення сукупності, яка досліджується: суцільні і вибіркові. За ступенем формалізації: стандартизовані (проводяться по заздалегідь визначеному плану) і нестандартизовані (вільні). За частотою проведення: одноразові (точкові) і багаторазові. А також можна виокремити цілу низку специфічних видів опитування за способом організації: телефонне, поштове, інтернет-опитування тощо.

Окремим видом соціологічного опитування можна назвати **омнібусне опитування**, що являє собою багатотематичне опитування організоване для декількох замовників. Тобто, в одному опитувальнику (анкеті) можуть бути представлені питання, які вирішують завдання для різних «споживачів» соціологічної інформації. Такий вид опитувань дозволяє суттєво скоротити витрати на проведення польового етапу дослідження (етап безпосереднього збору первинної соціологічної інформації) в разі якщо є співпадіння за об'єктом дослідження і вибіркою.

Однією з проблем, що виникає при проведенні опитувань, є «забезпечення» відвертості, чесності респондентів. Цікаво, що при проведенні опитувань на політичну тематику «в ситуації слабкої виразності адміністративного тиску на виборців основним мотивом, що спонукає частину респондентів приховувати від інтерв'юера свої політичні та електоральні переваги, є небажання відкрито висловлювати думку, що відрізняється від домінуючої у суспільній свідомості локальної спільності. У ситуації посилення авторитарних тенденцій у суспільстві провідним мотивом, що спонукає частину респондентів до нещирості у відповідях, стає страх перед адміністративними санкціями»<sup>45</sup>. Як вказує О. Мягков у докторській дисертації «Відвертість респондентів у масових опитуваннях» вирішити означену проблему і «домогтися істотного підвищення

---

<sup>45</sup> Мищенко М. Исследование влияния интервьюера на ответы респондента: результаты методического эксперимента. Вестник общественного мнения. Данные. Анализ. Дискуссии. №. 1. 2005. Pp. 58-62.

щирості респондентів та достовірності їх відповідей лише за рахунок вдосконалення дослідницького інструментарію (зниження ступеня делікатності питання, правильного вибору його форми та формулювання тощо) не завжди вдається»<sup>46</sup>. Відтак інтерв'юєру варто вживати заходи для стимулювання відвертості респондентів і отримання якісної інформації.

**Інтерв'ю.** Порівняно із анкетуванням, метод інтерв'ю вимагає більших зусиль щодо підготовки фахівців, відповідальних за збір соціологічних даних - інтерв'юєрів. Це обумовлене тим фактом, що інтерв'юєр при застосуванні даного методу вступає у безпосередню комунікацію із респондентом, що висуває до нього низку фахових вимог: вміння грамотно вибудовувати комунікацію, вміння налагодити контакт із незнайомцем, вміння слухати, розуміти та вірно інтерпретувати сказане, дисциплінованість у дотриманні процедур опитування та правил відбору респондентів. Тож, інтерв'ю - це метод збору соціологічної інформації, заснований на безпосередній вербальній взаємодії дослідника та респондента.

Інтерв'ю розподіляють на:

- За ступенем стандартизації 1) вільні (бесіда, що має, як правило, лише загальний план, при цьому перелік питань і їхня послідовність не регламентується); 2) стандартизовані (формалізовані) – спілкування регламентоване структурою опитувальника, формулювання питань та їх послідовність мають значення; 3) напівстандартизовані (частина питань є стандартними для всіх респондентів, а частину інтерв'ю проводять як бесіду);
- за процедурою проведення: 1) групові та індивідуальні; 2) клінічні; 3) фокусовані; 4) поглиблені та ін.;
- за способом проведення: 1) індивідуальні (face-to-face), 2) телефонні.

Втім, враховуючи підвищені вимоги до організації збору інформації таким методом, він має свої переваги з точки зору його пізнавальних

---

<sup>46</sup> Мягков А.Ю. Искренность респондентов в массовых опросах: Дис. ... д-ра социол. наук: 22.00. Иваново, 2003. 401 с.

можливостей. Інтерв'ю дає можливість отримати поглиблену інформацію щодо певної проблеми, адже його формат допускає корекції плану бесіди з огляду на її хід. Окрім того, в ході інтерв'ю у дослідника є можливість спостерігати та фіксувати невербальні реакції респондента, які в окремих випадках можуть мати додаткову наукову цінність. Важливою організаційною перевагою інтерв'ю є можливість інтерв'юера керувати процесом бесіди, а, відтак, забезпечувати більший рівень заповнення опитувальника, а також за необхідності уточнювати та консультувати респондента. До обмежень, пов'язаних з даним методом, можна віднести особливі вимоги до компетентностей інтерв'юера, а, відтак, більш жорсткі вимоги до кадрового забезпечення. Окрім того, дослідження з використанням даного методу є, як правило, більш вартісними, а польовий етап триває довше. Безпосереднє спілкування інтерв'юера та респондента, будучи перевагою, визначає й певні обмеження. Зокрема, мова йде про проблему забезпечення анонімності в інтерв'ю та певні обмеження щодо тематик досліджень, які можливо вивчати в межах інтерв'ю.

Проведення інтерв'ю передбачає проведення навчання та інструктажу інтерв'юерів. Навчання проводиться в разі, коли особа не мала досвіду інтерв'ювання і повинна оволодіти базовими навичками спілкування з респондентами. У свою чергу, інструктаж проводиться з метою підготовки інтерв'юера саме для конкретного дослідження. Тобто інтерв'юер ознайомлюється з опитувальником, маршрутним листом, квотним завданням (в разі якщо відбір респондентів здійснюється за квотним методом). Важливо пам'ятати, що робота інтерв'юером часто може бути пов'язана з емоційним вигоранням і, як наслідок, зниженням якості отримуваної інформації.

Координацію роботи інтерв'юерів здійснює супервайзер (бригадир, координатор поля тощо).

**До відома****Досвід проведення опитування щодо сприйняття громадянами зусиль уряду по забезпеченню прозорості та підзвітності<sup>47</sup>**

У 2017 році група дослідників провела опитування для виявлення того, яким чином у громадській свідомості сприймаються окремі зусилля уряду щодо підтримки прозорості та підзвітності у діалозі влади та громади. Для цього соціологи провели доволі масштабне дослідження: вони демонстрували набори відео та окремі зображення, що відображали різні урядові практики у цій сфері, перехожим на вулицях і проводили інтерв'ю за результатами переглядів матеріалів. Дослідження було проведено серед мешканців міста Ліма.

Дослідники у формулюванні своїх гіпотез виходили з тези, яка є доволі актуальною і для українських реалій. Зокрема, вони наголошували на високому рівні скептицизму та недовіри громад до дій урядів, що особливо характерні для країни Латинської Америки та Східної Європи, називаючи це явище "циклами відчаю". Така призма сприйняття урядових зусиль ставить під загрозу успішність будь-яких спроб налагодити діалог та успішно провести реформи. Аналізуючи результати, соціологи зауважували, що "з огляду на такий рівень скептицизму, можливо, не є несподіваним, що інформація про прозорість сама по собі слабо сприяла розвитку суспільної підтримки в Перу. У той же час було виявлено, що інформація може підвищити системну підтримку [громадянами дій уряду], залежно від її джерела та змісту. Загалом позитивна інформація про роботу уряду в регіоні Ліми збільшувала підтримку, якщо інформація була схвалена третьою стороною, яка заслуговує довіри [наприклад, USAID]. Однозначно позитивна інформація про зусилля уряду в певній місцевій громаді, з питань, що стосуються буденного благополуччя, таких як харчування дітей, вода та електроенергія, також сприяє суспільній підтримці значно суттєвіше".

<sup>47</sup> Hawkins D., Brook L.C., Hansen I. M., Hoopes N.A., Tidwell T.R. Do Citizens See Through Transparency? Evidence from Survey Experiments in Peru. British Journal of Political Science, 2017. Pp. 1-24.

**Анкетування**, на відміну від інтерв'ю, дозволяє формалізувати процес опитування до такої міри, щоб респондент без сторонньої допомоги зміг заповнити анкету, тобто вірно зрозуміти запитання та змогти надати на нього адекватну відповідь.

За формою проведення анкетування може бути індивідуальним або груповим, очним та заочним (наприклад, поштове або онлайн опитування). Формалізованість процесу анкетування, окрім іншого, дозволяє охопити більшу кількість респондентів з меншими витратами ресурсів.

### **3. Анкета (опитувальник) та правила її побудови**

Анкета є головним інструментом проведення соціологічного опитування. Для зручності в цьому розділі посібника ми ототожнюватимемо поняття анкети (використовується при анкетуванні) та опитувальника (використовується при проведенні інтерв'ю). Варто пам'ятати, що "анкета - не механічна послідовність питань, які можуть бути розміщені в ній як завгодно або зручно досліднику, а особливе ціле. Вона має власні властивості, що не зводяться до простої суми властивостей окремих складових її питань"<sup>48</sup>.

До **анкети** - інструменту збору первинної соціологічної інформації, - висуваються окремі вимоги, адже її структура, мова та логіка повинні бути зрозумілими для респондента та однозначно трактуватися.

Структура анкети повинна відповідати таким фазам її сприйняття респондентом: 1. адаптація; 2. досягнення поставленої цілі; 3. зняття напруги. Анкета може містити такі види запитань:

- за структурою: закриті (такі, де респонденту пропонується готовий перелік відповідей), напівзакриті (такі, де до формалізованого переліку відповідей додається блок з можливістю формування унікальної відповіді), відкриті (питання передбачає наданням респондентом власної відповіді без попередньо заданого переліку варіантів);

---

<sup>48</sup> Бутенко И.А. Анкетный опрос как общение социолога с респондентами: Учеб. пособие для студентов и аспирантов вузов. - М.: Высшая школа, 1989 - 175 с.

- за змістом: питання про факти поведінки, питання про факти свідомості, соціально-демографічні характеристики респондента (вік, стать, фах тощо);
- за формою: прямі та непрямі; табличні, графічні, шкальні тощо;
- за функціями: основні (спрямовані на отримання програмних результатів) та службові (питання-фільтри, уточнюючі, питання-пастки).

Структурно анкета, зазвичай, передбачає наявність преамбули, контактної частини, блок основних питань, заключний блок.

Преамбула в анкеті забезпечує інформування респондентів про мету дослідження, організацію, яка проводить, особливості заповнення анкети, гарантії анонімності та іншу інформацію.

Важливо вірно вибудувати послідовність постановки запитань в анкеті. Найчастіше соціологи вдаються до застосування правила лійки, тобто формулювання спочатку простих, контактних запитань, які дозволять респонденту адаптуватися до ситуації опитування, потім – складніші питання, які безпосередньо вирішують дослідницькі завдання і, насамкінець, простіші питання з врахуванням втомлюваності респондента (наприклад демографічний блок). При упорядкуванні послідовності питань варто враховувати, що може виникати ефект випромінення (гало -ефект), коли відповідь на попередні запитання анкети можуть викривлено впливати на відповіді на наступні.

При створенні анкети треба уникати низки помилок, що суттєво можуть вплинути на якість отримуваної інформації.

1. Постановка тенденційних запитань – це таке формулювання запитання, при якому респондента підштовхують до певного варіанта відповіді (часто використовують при так званих маніпулятивних, формуючих опитуваннях).

2. Помилка «два в одному» - це таке формулювання запитання, яке водночас містить у собі декілька питань, що заплутує респондента (наприклад, «Наскільки Ви задоволені якістю доріг у Вашому районі та якістю медичного обслуговування?»).

3. Неоднозначність формулювання запитання.



4. Використання спеціальних термінів або абревіатур.

5. Формулювання занадто довгих запитань. Запитання, яке складається з багатьох слів, зі складними зворотами, може важко сприйматися респондентами.

6. Зміщення шкал в питаннях побудованих на основі порядкових (рангових шкал).

Обсяг анкети чи опитувальника (кількість запитань) залежить від конкретного виду опитування (телефонне, вуличне, поквартирне, інтернет опитування) Сама анкета не повинна бути великою за обсягом, адже враховуючи втомлюваність респондента при дуже обсяговій анкеті можна отримати неякісну інформацію.

Крім того, важливе значення має оформлення анкети, акуратність. Наприклад, якщо анкету надрукувати дрібним шрифтом, то люди з проблемами зору не зможуть прочитати запитання.

**Експертні опитування.** Особливий вид опитування, який часто стає методом збору даних у випадках, коли проблемна ситуація є недостатньо вивченою, її обставини є унікальними або цільова аудиторія - малочисельна. У таких випадках дослідники звертаються до думки представників окремих професій, які мають унікальний досвід та знання з доволі специфічних питань. Таких респондентів називають **експертами**, а опитування - експертним. Важливо зазначити, що в системі термінології прикладної соціології експертом може виступати носій унікальних, глибоких знань та досвіду, часто незалежно від його рівня освіти, соціального статусу чи рівня визнаності у суспільстві (хоча зазвичай ці характеристики також важливі при відборі експертів).

Цінність експертних опитувань для фахівців у сфері публічного управління полягає у можливості застосування цього методу для побудови стратегічних планів розвитку, удосконалення у нормативно-правовому полі, розробки системи КРІ тощо. Експертне опитування не передбачає забезпечення анонімності учасників.

Експертні опитування можуть бути однотурові та багатотурові. Одним з найпоширеніших багатотурових методів експертних опитувань є метод Делфі.

**До відома**

**Quality of Government (QoG) Expert Survey<sup>49</sup>**  
**(Експертне опитування щодо якості урядування)**

Проект з проведення експертного оцінювання якості урядування розпочався у 2008 році з першої хвилі експертного опитування, а друга хвиля пройшла у 2014 році. У кожній із цих хвиль понад 1000 науковців – експертів у сфері державного управління по всьому світу запропонували свої судження щодо таких питань, як ступінь меритократичності критеріїв при відборі кадрів, стабільність кар'єри, внутрішнє просування по службі, неупередженість, відкритість/закритість, роль жінки в державному управлінні та багато іншого. Третя хвиля опитування припала на 2020 рік. Метою опитування є емпірично-підкріплене оцінювання структури державної бюрократії та бюрократичної поведінки в країнах по всьому світу.

Анкета складається з трьох частин. Частина перша містить вісім питань, що стосуються бюрократичної структури та проявів бюрократичної поведінки в центральних органах влади. Друга частина анкети містить короткі гіпотетичні сценарії, які оцінюють експерти. Частина третя анкети містить питання щодо характеристик самих експертів, у тому числі їхнього рівня освіти, місця роботи, досвіду роботи, самооцінки знань в галузі, а також віку, статі, країни походження та країни проживання. поточне місце проживання.

Масштаб дослідження дозволяє науковцям агрегувати важливі емпіричні дані для подальшої наукової рефлексії різних аспектів публічного управління. Так, звіт, опублікований у 2020 році, присвячений пошуку причин так званої **"нордичної винятковості"** - пояснює, чому скандинавські країни постійно є одними з найщасливіших у світі. Автори наголошують, що "в інституційному плані побудова уряду, який заслуговує на довіру та добре функціонує, і в культурному плані, створення почуття спільності та єдності серед громадян є найважливішими кроками до суспільства, де люди щасливі. У той час як країни Північної Європи йшли власним шляхом до своєї поточної моделі держави добробуту, кожна країна повинна йти своїм шляхом. Якщо добробут і щастя громадян справді є цілями уряду, то серйозне дослідження інституційних і культурних детермінант щастя громадян є першим кроком на шляху до досягнення цієї мети"<sup>50</sup>.

<sup>49</sup> Nistotskaya, Marina & Dahlberg, Stefan & Dahlström, Carl & Sundström, Aksel & Axelsson, Sofia & Dallı, Cem & Pachon, Natalia. (2021). The Quality of Government Expert Survey 2020 (Wave III): Report.

<sup>50</sup> Martel, F., Greve, B., Rothstein, B., & Saari, J. (2020). The Nordic Exceptionalism: What Explains Why the Nordic Countries are Constantly Among the Happiest in the World. In J. F.

## Питання для самоконтролю:

1. Охарактеризуйте метод опитування з точки зору його пізнавальних можливостей та обмежень.
2. Назвіть основні види опитувань, їхні переваги та недоліки.
3. Порівняйте телефонне, поштове, face-to-face та інтернет опитування за критеріями: витратності, можливості забезпечувати достовірність отримуваної інформації, можливості контролювати відбір респондентів, оперативності проведення.
4. Вкажіть основні помилки при складанні опитувального інструментарію (опитувальника, анкети). Проілюструйте прикладами.
5. Розкрийте зміст та ключові сфери застосування експертних опитувань.

## **ЛЕКЦІЯ 6. ЯКІСНІ МЕТОДИ СОЦІОЛОГІЧНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ: ГЛИБИННЕ ІНТЕРВ'Ю, ФОКУС-ГРУПОВІ ДИСКУСІЇ, КЕЙС-СТАДІ.**

### План лекції

1. Пізнавальні можливості методів якісної парадигми в управлінському процесі.
2. Поглиблені інтерв'ю як метод збору інформації про соціальні явища та процеси.
3. Метод фокус-групових дискусій: особливості застосування та вимоги до організації.
4. Метод кейс-стаді.

### Конспект лекції

#### **1. Пізнавальні можливості методів якісної парадигми в управлінському процесі**

Якісна стратегія у дослідженні суспільних явищ дає змогу заглибитися у суть проблемної ситуації та наситити її контекстом. Зазвичай, така стратегія дослідження застосовується у ситуаціях, коли необхідно охарактеризувати явище в усьому його спектрі проявів, а щодо окремих - детально дослідити як саме вони інтерпретуються у свідомості респондентів. Це сутнісно протиставляє такий підхід із кількісною стратегією, яка, як правило, зорієнтована на виявлення та опис динаміки, трендів певного явища. Якісна парадигма у дослідженні соціальних явищ акцентує увагу на актах поведінки, мотивах, оціночних судженнях, емоціях та переживаннях респондента. Більше того, вона, на відміну від кількісної, передбачає фіксацію неусвідомлених, невербальних реакцій. Це дозволяє її назвати найбільш придатною у вивченні нетипових проблемних ситуацій, особливо тих, де важливим є їх емоційний контекст: дослідженні генез та особливостей протікання конфліктів (наприклад, конфліктів між громадою та місцевою владою чи представниками бізнесу), при необхідності генерування нових ідей, пошуку протиріч тощо. Часто якісна стратегія використовується на етапі попереднього

вивчення проблемної ситуації для формування релевантного дослідницького інструментарію в подальшому. Наприклад, в місцева влада певного ОТГ бажає здійснити вивчення громадської думки щодо запотребованості реалізації низки заходів в межах підвищення рівня безпеки в місцевості. Втім, оскільки таких заходів може бути дуже багато і на певний момент дослідження немає розуміння, які із них можуть бути реалізовані, які - ні, зважаючи на ресурс громади, вірним рішенням буде провести серію поглиблених інтерв'ю з представниками місцевої влади, громадського сектору, керівниками комунальних підприємств для формування вичерпного і, головне, реалізованого, переліку дій. І вже на наступному етапі варто проводити опитування громадськості щодо запотребованості таких заходів. В іншому випадку, ігноруючи такий попередній зондаж на основі якісної стратегії, місцева влада ОТГ ризикує отримати нерелевантні дані. Наприклад, низку найбільш запотребованих дій за оцінками громадян, які не можуть бути реалізовані виключно зусиллями місцевої влади.

## **2. Поглиблені інтерв'ю як метод збору інформації про соціальні явища та процеси**

**Поглиблені (глибинні) інтерв'ю** - метод збору соціологічної інформації, що полягає у розгорнутій, вільній, неструктурованій бесіді дослідника та респондента. Незважаючи на те, що глибинне (або поглиблене) інтерв'ю очима респондента виглядає як спонтанний діалог, цей метод передбачає вміння дослідника керувати такою бесідою. Відтак, особливою вимогою до застосування такого методу є висока кваліфікація інтерв'юера. В низці методів, які застосовуються в межах якісної дослідницької стратегії, особлива увага приділяється впливу соціолога на ситуацію дослідження, його вмінню вибудувати адекватну дистанцію між собою та респондентом, здатності максимально неупереджено сприймати інформацію від нього, адекватно на неї реагувати. З одного боку, дослідник повинен володіти техніками стимулювання вільної бесіди, вмінням проявляти емпатію до співрозмовника, розвиненим емоційним інтелектом та, навіть, певними манерами поведінки, невербальними реакціями. Адже

у завданні мотивувати співрозмовника вести вільну бесіду роль відіграють такі тонкощі, як зовнішній вигляд інтерв'юера та його стиль мовлення. З іншого боку, при такому тісному спілкуванні зростає ризик несвідомого викривлення отриманої інформації самим дослідником, що може проявитися, наприклад, у неусвідомленому бажанні погодитися або, навпаки, суперечити окремим висловлюванням співрозмовника. Для недопущення так званого **«ефекту інтерв'юера»** при підготовці серії поглиблених інтерв'ю дослідник розробляє опитувальник або **гайд** інтерв'ю, що є службовим організуючим документом. В гайді інтерв'ю, залежно від міри його деталізації, можуть бути визначені тематики, які варто обговорити, змістовні блоки, кейси, приклади, проблеми, а також рекомендований перелік запитань. Гайд використовується у якості "маршруту" інтерв'ю, дисциплінує дослідника та допомагає йому контролювати, наскільки бесіда відповідає визначеним у програмі дослідження задачам.

При відборі респондентів для участі у поглиблених інтерв'ю, як правило, застосовують такі методи: випадковий відбір, квотний відбір, метод снігової кулі (коли дослідник цікавиться у одного з відібраних респондентів, кого б він міг порекомендувати в якості наступного учасника інтерв'ю), метод фільтруючого опитування.

Важливо розуміти, що одне інтерв'ю може тривати від 1 до кількох годин, тому в його організації важливо продумати час та місце його проведення, а також спосіб фіксування фонетичної інформації.

### **3. Метод фокус-групових дискусій: особливості застосування та вимоги до організації**

**Фокус-група** - метод групового інтерв'ю, яке передбачає розгортання керованої модератором бесіди кількох респондентів (учасників) на задану тему. На відміну від поглибленого інтерв'ю, у межах фокус-груп вивчаються озвучені в ході бесіди висловлювання певної групи респондентів, яка розглядається дослідником як умовна модель соціуму. У даному випадку хід бесіди стимулюється не зусиллями виключно модератора, а й процесами **групової динаміки**, в ході якої відбувається диференціація учасників бесіди (по

відношенню до озвучених ідей), а також їхня подальша інтеграція (об'єднання у певні "коаліції") на основі окремих спільних уявлень чи оцінок. В ході цих двох протилежних процесів і виявляються, набувають свого оформлення, ставлення респондентів до означених модератором проблем чи ідей. Для стимулювання групової динаміки модератор (фахівець-соціолог, який здійснює усвідомлене керування ходом бесіди відповідно до програмних задач дослідження) звертається до низки методик, здатних її підтримати та вмотивувати учасників інтерв'ю вільно висловлювати свої думки. До таких технік можна віднести ряд проєктивних прийомів: метод асоціацій, гіпотетичних ситуацій, стереотипних портретів, співставлення протилежностей тощо.

Зазвичай, фокус-групові дискусії проводять в спеціально обладнаних приміщеннях із забезпеченням відео- та аудіозапису. Проте в сучасних умовах часто вдаються до проведення онлайн-ових фокус-груп, що має як свої очевидні переваги, так і недоліки.

**Принципи формування груп.** Важливою вимогою при проведенні ефективної фокус-групової дискусії є комфортна ситуація її протікання. Для стимулювання процесів групової динаміки склад учасників повинен коливатися від 6 до 12 осіб.

Виділяють такі види фокус-груп: стандартна (класична), реєр-групи (міні-групи, де кількість учасників до 4-х осіб), номінальні, синектичні, десантні, конфліктні, креативні, брейнстормінг та ін.

Надмірне зростання кількості респондентів призводить до проявів анархії в бесіді, знижує її керованість і, як результат, змушує модератора вдаватися до більш жорсткого, регламентного стилю управління дискусією. Недостатня чисельність групи не дає простору для бесіди, в такій групі надмірно гостро проявляються протилежні позиції, не виникає "ефект дефіциту часу", що стимулює окремих учасників переважати у дискусії. Іншою вимогою до формування групи є її **гомогенність**. Наголосимо, що важливим є відбір схожих респондентів за обраними соціальними характеристиками (вік, стать тощо), а не за схожість думок та поглядів. У фокус-групових бесідах, при цьому, не можуть брати участь: ті, хто нещодавно мав подібний досвід, фахівці, обізнані з цим методом (маркетологи, соціологи тощо), особи, що знайомі із модератором.

Іншим важливим аспектом проведення фокус-групової дискусії є врахування так званих ролей учасників фокус-груп.

<b>ХАРАКТЕРИСТИКА РОЛЕЙ УЧАСНИКІВ ФОКУС-ГРУП</b> (сформовано авторами за джерелом <sup>51</sup> )	
КОНСТРУКТИВНІ РОЛІ УЧАСНИКІВ ФОКУС-ГРУП	
Лідер думок	"Учасники, які мають подібні точки зору, мають нерівні здібності в їх артикуляції, тобто. висловлювання, аргументування, відстоювання у суперечці тощо. Особи, що володіють великими здібностями артикуляції природно висуваються на вершину ієрархічних неформальних структур, що складаються з людей, які поступово усвідомлюють себе одnodумцями. Звичайно, залишається в силі побоювання щодо того, що лідери можуть спотворити точки зору інших учасників, однак без них груповий процес протікає мляво, що добре видно з так званих «млявих» груп, у яких з чисто стохастичним причин не виявилось активних лідерів".
Союзник модератора	"Якщо лідери думок є, так би мовити, змістовними лідерами, то союзники модераторів є процесуальні фігури, що допомагають, і часом дуже успішно, підтримувати впорядкованість дискусії, охолоджуючи пристрасті, повертаючи дискусію у потрібне русло тощо. Виступаючи в помірній ролі, такі люди часто протистоять тим, хто схильний виступати проти авторитету модератора. Наприклад, якщо дискусія ведеться занадто активно або відходить від питання, що обговорюється, то союзник модератора може повернути її в потрібне русло, сказавши щось на зразок: «Те, що він (тобто модератор) хотів би знати — це...». Союзник також намагається стримувати явно виражені зарозумілість чи ворожість, які можуть виявляти лідери, сприяючи балансуванню дискусії та, мабуть, зменшуючи спотворення, пов'язані з процесами групової

<sup>51</sup> Белановский С.А. Метод фокус-груп. М.: Издательство Магистр, 1996. 272 с



	<i>поляризації.”</i>
<i>Стримані учасники</i>	<i>“Це основний контингент учасників, на яких, власне, і будується груповий процес. Якщо фільтруюча процедура була проведена правильно, ці люди мають що сказати по суті справи і часто хочуть це зробити. Водночас, будучи людьми вихованими, вони намагаються не висуватися на перший план, побоюючись завадити висловитись іншим і бажаючи переконатися, що у їхній думці справді зацікавлені. Люди цього типу чутливі до питань етики обговорення та загальної психологічної атмосфери.”</i>
<i>Сором'язливі учасники</i>	<i>“Люди цього типу схожі на стриманих, але характеризуються більшою невпевненістю у собі. Вони відразу ж відступають, як тільки активніші учасники привертають до себе увагу. Робота із сором'язливими респондентами потребує певних зусиль з боку модератора, але в принципі, за винятком особливо виражених випадків, вони є повноцінними учасниками обговорення. На поведінку сором'язливих впливає загальний емоційний тонус групи. Чим вище цей тонус, тим легше їм стає подолати свої бар'єри та комплекси.”</i>
<b>ДЕСТРУКТИВНІ РОЛІ УЧАСНИКІВ ФОКУС-ГРУП</b>	
<i>Конкурент модератора</i>	<i>“Такий учасник намагається переконати групу та модератора в тому, що оголошена тема обговорення нецікава чи неактуальна, і насправді слід обговорити зовсім іншу тему. Іноді ця тактика буває досить успішною, оскільки багато тем обговорення не викликають гострого інтересу в учасників, а конкурент модератора дійсно може порушити питання, що викликають інтерес або емоційний відгук. Якщо невербальні та інші непрямі засоби впливу на таких осіб не допомагають, модератору необхідно прямо нагадати учасникам, що вони знаходяться на роботі, та їх робота полягає в тому, щоб сумлінно обговорити цю тему.”</i>

Домінатор	<p>"Це особа, яка прагне сама відповісти на всі запитання та не дає нікому говорити, прагнучи постійно бути в центрі уваги і придушуючи альтернативні точки зору. Домінатори словесно дуже наполегливі, схильні робити довгі промови, бути першими, стверджуючись у своїй позиції. Їхні коментарі завжди прямі і відносяться до справи, до того ж вони можуть бути промовистими. Їхнє прагнення домінування над групою є, мабуть, потуранням своєму «Я». З цієї причини їх мета полягає скоріше у піднесенні себе, ніж у комунікації або переконанні. Якщо модератор та інші члени групи не стримуватимуть домінатора, то він витрачає на себе непропорційно велику кількість часу, не давши іншим можливості висловитись."</p>
Місіонер	<p>"До цього типу відносяться люди, які активно дотримуються якоїсь ідеології або світогляду, і схильні всі питання, навіть найзвичайніші, розглядати крізь призму цієї ідеології. Місіонер - це людина, яка займається догматичними розмовами, промовляє їх з поважним виглядом. Він відрізняється не просто протиставленням чи підтримкою ідей, висловлених модератором, але насамперед зарозумілим стилем їхнього висловлювання."</p>
Антагоніст	<p>Висловлює критичну точку зору з будь-якого аспекту аналізованого групою продукту чи послуги. Така ворожість може виражатися у стриманій та логічно аргументованій формі (раціональний антагоніст) або, як інша крайність, у ворожій манері (залякуючий антагоніст).</p>
Уточнювач	<p>Своїми відповідями на запитання, що потребують узагальнення, наполягає на тому, що узагальнення неможливе. Його життєві обставини, на його думку, є настільки складними, що не дозволяють глобально узагальнювати.</p>

Веселун	<p>Прагне у всьому знайти привід для дотепів, причому тема цих дотепів зазвичай не пов'язана з предметом обговорення, а виникає за асоціацією з тими чи іншими словами, словосполученнями, крилатими виразами, висловленими у групі. Часто гостроти веселуна мають агресивне підґрунтя, спрямоване на дискредитацію або приниження учасників дискусії або модератора.</p>
Нашіптувач	<p>Це людина, яка часто відволікає інших учасників розмовами пошепки. Хоча за подібною поведінкою не обов'язково криється ворожість, проте вона може бути дуже шкідливим для групи. «Нашіптувач», здається, зовсім не усвідомлює деструктивних наслідків подібної поведінки і той дискомфорт, який він створює своєю поведінкою для інших. Такі люди зазвичай зацікавлені в темі обговорення, але вони, як правило, заважають проведення групового інтерв'ю, нав'язуючи оточуючим свої локальні розмови.</p>
Пасивний учасник	<p>Такі особи створюють особливу проблему модератора. Неучасть у роботі групи виражається у різний спосіб. Найпоширеніший із них — це мовчання, що супроводжується різними жестами та виразами особи, що демонструють відсутність інтересу до того, що відбувається в групі</p>
Догоджувач	<p>Людина, що відноситься до пасивного типу, але на відміну від стриманих або просто пасивних, він схильний погоджуватися з будь-якою точкою зору. Така людина може говорити, але при цьому рідко виявляє ініціативу. Якщо модератор просить його висловити свою думку, він починає говорити банальності чи погоджуватися з іншими</p>

#### 4. Метод кейс-стаді

Незважаючи на те, що кейс-стаді в наукових та навчальних публікаціях з соціології та управління називають методом дослідження, більш коректно його називати дослідницькою стратегією. Адже при проведенні кейс-стаді використовується різноманітний методологічний арсенал - опитувальні методи, аналіз документів, спостереження тощо. Крім того, кейс-стаді використовується як дослідницька стратегія, так і як метод навчання (зокрема, став широко відомим завдяки використанню при підготовці управлінців в Гарвардському університеті).

У сучасній соціологічній літературі використовуються різні терміни для позначення методу кейс-стаді (case study). Можна виділити декілька синонімів: метод випадку (case method), вивчення випадку (case study), монографічне вивчення (monographic study), метод аналізу ситуацій, ситуаційний аналіз, монографічний підхід (monographic approach). Сутність такого дослідження полягає в тому, щоб детально вивчивши один або декількох випадків розкрити зміст глибинних процесів, що протікають в суспільстві, глибше зрозуміти явище, що вивчається, і запропонувати множинну інтерпретацію. Таким чином, ключовим методологічним моментом case study є фокус на якісних методах збору і аналізу даних. Case study - дослідницька стратегія, в рамках якої можливе використання поєднання різних методів, як якісних, так і кількісних, але загальна логіка аналізу поза сумнівом тяжіє до якісної парадигми.

Сутність методу case study полягає в тому, що постає необхідність здійснення інтенсивного збору інформації про самі різні аспекти окремого випадку (наприклад, конкретної управлінської ситуації), включаючи ті випадки, які можуть бути розглянуті і як типові, і як унікальні. Таке вивчення має мати холістичний (цілісний) характер. Як вказує Жеребцов М.В.: "Case-study в основному націлені на вичерпне вивчення всіх взаємозв'язків і взаємозалежностей, що характеризують конкретну ситуацію. Це досягається за допомогою методики повного, всеосяжного опису. Подібний опис включає поглиблене дослідження об'єкта дослідження, умов, у яких об'єкт функціонує та

характеристику суб'єктів, які мають відношення до об'єкта”<sup>52</sup>.

Виділяють три способи аналізу даних в дослідженні «кейсів»: інтерпретативний (виявлення концептів, напрямків та зразків поведінки, ситуації), структурний (процес дослідження даних, для знаходження істотних одиниць аналізу, концептів, які представляють собою структурні зразки більш загального порядку) і рефлексивний аналіз (розробка концептів досягається повним відтворенням ситуації, доповненим значеннями і смислами, привнесеними як самим дослідником, так і включеними в процес аналізу особами).

#### Питання для самоконтролю:

1. Визначте переваги та недоліки використання якісної парадигми проведення соціологічних досліджень для розв'язання актуальних завдань публічного управління та адміністрування.
2. Визначте дослідницький потенціал методу поглибленого інтерв'ю?
3. В чому полягає вимога гомогенності при проведенні фокус-групових досліджень?
4. Визначте основні стратегії поведінки модератора, що можуть бути використані для роботи із учасниками фокус-груп, що відносяться до деструктивних ролей.
5. Проаналізуйте потенціал використання кейс-стаді для розв'язання управлінських завдань.

---

<sup>52</sup> Жеребцов М. Метод «CASE-STUDY» в прикладных политологических исследованиях. Вестник Московского университета. Серия 21. Управление (государство и общество). №1. 2004. С. 1-16.

## ЛЕКЦІЯ 7. АНАЛІЗ ДОКУМЕНТІВ ЯК МЕТОД ЗБОРУ ПЕРВИННОЇ СОЦІОЛОГІЧНОЇ ІНФОРМАЦІЇ

### План лекції

1. Пізнавальні можливості методу аналізу документів в прийнятті управлінських рішень
2. Поняття "документ", його види та характеристики
3. Формалізований (контент-аналіз) та неформалізований аналіз документів: особливості застосування на практиці

### Конспект лекції

#### **1. Пізнавальні можливості методу аналізу документів в прийнятті управлінських рішень**

Аналіз документів - широко застосовуваний соціологічний метод дослідження, який знаходить своє використання у цілій низці фахових площин: зв'язках з громадськістю, маркетингу, політології, комунікативістиці та, навіть, в розвідці. У сфері публічного управління він особливо запотребований, адже дозволяє здійснювати аналітичні дослідження інформаційного середовища для управління ним, а також для організації ефективних комунікацій, здійснення аналізу політик тощо.

Пізнавальні можливості аналізу документів визначаються тим, що він дозволяє виявити відображені в документальних джерелах різноманітні аспекти прояву соціальних процесів і явищ, характеристики суб'єктів соціальної діяльності. Аналіз документів дає соціологу багаті можливості ретроспективного вивчення його предмета. Потoki документальної інформації пронизують усі сфери життєдіяльності сучасного суспільства. Звісно, традиція паперових документів за останні десятиліття трансформувалася на традицію цифрових документів. Але пізнавальної сутності методу це змінює. І полягає вона у тому, що хоч би які соціальні процеси чи явища вивчав соціолог, він не може скласти про них цілісне, комплексне уявлення, не звернувшись до аналізу документальних джерел. По-друге,

соціальна інформація, що міститься в документах, іноді дублює дані, одержувані іншими методами (опитування, спостереження), і тоді вона служить засобом взаємної верифікації та контролю за їх надійністю<sup>53</sup>.

В переважній більшості наукової літератури, присвяченої історії аналізу документів, вказується, що історично першим досвідом застосування аналізу документів (контент-аналізу) є випадок його застосування в Швеції у XVII столітті. Йдеться, про здійснення тогочасними теологами порівняння апокрифічної збірки релігійних гімнів «Пісні Сіону» з текстами офіційної церкви із застосуванням кількісних процедур (частота згадування та забарвлення).

Одним з найвідоміших фактів проведення контент-аналітичного дослідження у 19-му столітті стала публікація Дж. Спідом статті "Do Newspapers Now Give the News?"<sup>54</sup>. Провівши аналіз контенту чотирьох нью-йоркських щоденних газет, опублікованих з 1881 по 1893 рр., він дійшов висновку, що протягом проаналізованого періоду «нова журналістика» внесла в газети високий рівень пліток та скандалів і, водночас, зменшила кількість публікацій на суспільно значущі теми. Не менш відомим є випадок, коли результати проведеного контент-аналітичного дослідження стали аргументом для ухвалення рішення Верховним судом США. Йдеться про дослідження Г.Лассвелла та Н.Лейтеса, які порохувавши профашистські та антиамериканські згадування в газеті "Істинний американець" довели її "належність" до інструмента нацистської пропаганди. Також, часто в науковій та навчальній літературі наводиться приклад того, що у 1950-ті роки західні аналітики провівши кількісний аналіз статей радянської газети "Правда" виявили аномальне зниження кількості посилань на Сталіна. Це дало підстави зробити висновок, що послідовники Сталіна - тогочасні партійні функціонери прагнуть дистанціюватись від нього. Як відомо, наслідком стало розвінчання культу особистості Сталіна у 1956 році на XX з'їзді КПРС.

---

<sup>53</sup> Методы сбора информации в социологических исследованиях. Кн. 2. Организационно-методические проблемы опроса. Анализ документов. Наблюдение. Эксперимент / Отв. ред. В. Г. Андреенков, О. М. Маслова. - М.: Наука, 1990. - 224 с

<sup>54</sup> Do Newspapers Now Give the News? by John Gilmer Speed. The Forum, August 1893, pp. 705-711.

Враховуючи те, що значна частина суспільних, зокрема соціально-управлінських відносин, мають комунікативну природу<sup>55</sup>, при аналізі документальної інформації доцільним є врахування комунікаційної моделі Гарольда Лассвела:

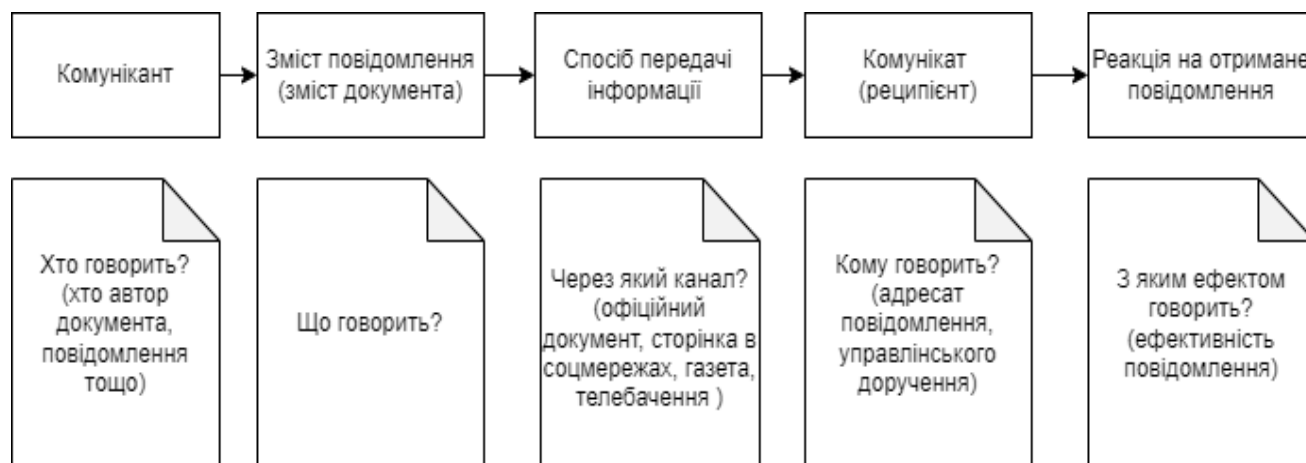


Рис. Комунікаційна модель Г. Лассвела

Така модель зорієнтовує дослідника на те, що при аналізі документів варто звертати увагу не тільки на суто змістовну частину документа (повідомлення тощо), але на інші сторони документа: його автора (спікер, власник медіа ресурсу через який транслюється повідомлення і т.п.), інформаційний канал, цільову групу та вплив інформації (реальний чи потенційний) на цільову групу чи індивіда. Варто відзначити, що в 1967 р. на Міжнародній конференції в Індії у своїй доповіді, присвяченій порівняльному аналізу соціальних процесів, Г.Лассуелл доповнив цю п'ятиелементну модель наступними елементами": "хто, з якими намірами, в якій ситуації, використовуючи яку стратегію, якої досягає аудиторії і з яким результатом"<sup>56</sup>.

<sup>55</sup> Мельниченко А.А., Смольц С.П. Комунікативна природа соціального управління. Збірник тез доповідей учасників VII Міжнародної наукової конференції студентів та аспірантів "Харківські студентські філософські читання". Х.: ХНУ ім. В.Н. Каразіна, 2010. – С.190-192.

<sup>56</sup> Lasswell H. The Uses of Content Analysis Data in Studying Social Change // Science and Culture. 1967. Vol. 33. No 4



## **2. Поняття "документ", його види та характеристики**

Особливість методу аналізу документів полягає в тому, що він, на відміну від опитувальних, спирається на інформацію, зібрану з документів, де накопичується велика кількість даних про соціальні факти. Ця інформація також здатна віддзеркалювати процеси та явища, що мають місце на конкретному етапі розвитку суспільства. Аналіз документів забезпечує дослідника надійною інформацією про тенденції діяльності та наміри комунікантів, про ймовірні впливи інформації на реципієнтів. Для отримання такої інформації соціологи спираються на різні види документів: починаючи від носіїв публічної інформації (нормативні документи, службова документація, статистичні збірники тощо) до документів, створених фізичними та юридичними особами (наукові звіти, соціологічні дослідження, матеріали ЗМІ, навіть художні твори та особиста переписка (якщо на її обробку надано згоду)).

Соціологи у своїх дослідженнях використовують різноманітні документи - державні та урядові акти, статистичні збірники і матеріали переписів, відомчу документацію, художні твори і наукові публікації, пресу, листи населення тощо. Особливе місце в соціологічному аналізі документів займають нормативні документи, вироблені у процесі виконання своїх функцій різними органами державної влади. Оскільки держава є найбільшим агрегатором інформації про розвиток суспільства, то інформація, зафіксована нею, є цінними та, напевно, одним з найбільших джерел даних про процеси та явища у ньому. При цьому, ці дані позбавлені суб'єктивізму та, як правило, максимально формалізовані. До категорії публічної інформації також відносяться і статистичні відомості, які містять узагальнену інформації про низку показників соціально-економічного розвитку суспільства. Часто дослідження на основі аналізу документів можуть включати вивчення неофіційних документів. Зокрема, в одній із найбільш затребуваних сфер застосування цього методу - сфері налагодження комунікацій із громадськістю, - основним джерелом даних є інформація, що продукується ЗМІ та соціальними мережами. В такому разі джерелом даних можуть виступати записи (коментарі, пости) у соціальних

групах, випуски новин в телеефірах чи, наприклад, радіоефірах.

Тож, у термінології соціологічних досліджень документ має своє широке визначення. Документ - носій з соціальною інформацією, яка закріплена в ньому створеним людиною способом для її передачі у часі і просторі (у вигляді тексту, зображення, схеми або менш формалізованим способом - аудіозапис, відеозапис тощо).

Важлива характеристика документа - наявність в ньому семантичної інформації, отриманої в результаті свідомої діяльності людини.

Існує низка класифікаційних критеріїв для визначення видів документів:



Рис. Класифікація документів в соціологічних дослідженнях

### **3. Формалізований (контент-аналіз) та неформалізований аналіз документів: особливості застосування на практиці**

Метод аналізу документів використовується у соціології в межах двох дослідницьких стратегій: неформалізованої та формалізованої. Неформалізований (якісний, традиційний) спосіб аналізу документів передбачає вивчення документів з подальшою інтерпретацією їх змістів. Оскільки застосування цього методу розгортається в межах якісної дослідницької стратегії, то основна задача дослідника тут -

виявити та проінтерпретувати глибинний зміст тексту. Для цього соціолог всебічно вивчає не лише змістовну частину документу, але й контекст (соціально-політичний, історичний) його створення, дізнається про його автора (якщо такий відомий), про мету створення документу, оцінює надійність даних. Як самостійний спосіб дослідження набуває особливого значення щодо унікальних документів: їх кількість завжди невелика, тому немає потреби і можливості у кількісній обробці інформації. Неформалізований аналіз документів передбачає поглиблене логічне дослідження змісту документа, виявлення можливих підтекстів, оцінку своєрідності авторської мови та стилю викладу. Методи традиційного аналізу значною мірою ґрунтуються на інтуїції дослідника і мають у собі потенційну можливість суб'єктивних зміщень у сприйнятті та інтерпретації змісту документів<sup>57</sup>.

Формалізований аналіз документів (контент-аналіз) - є методом, що спирається на кількісно-якісну дослідницьку парадигму. Вперше він був застосований американським соціологом Г. Лассуеллом у 20-30-тих роках ХХ століття для виявлення фактів прихованої пропаганди, що була імплементована у тексті шкільних підручників у Німеччині. Контент-аналіз, на відміну від традиційного аналізу документів, позбавлений суб'єктивізму, адже є формалізованим та передбачає аналіз великих масивів документів. При цьому, алгоритм застосування даного методу передбачає виокремлення так званих категорій аналізу - ключових понять, які відповідають програмним задачам дослідження. До них можуть бути віднесені поняття, виражені в системі термінів, тема або блок тем, особи, подія, факт, випадок тощо. Категорії аналізу повинні бути вимірюваними обраними ознаками. Контент-аналітичні дослідження є одним з основним джерел інформації про зміни в інформаційному середовищі, а тому широко використовуються при управлінні інформаційними кампаніями, іміджем публічних осіб або підприємств та установ. На відміну від опитувальних груп методів, інформація даний метод є

---

<sup>57</sup> Методы сбора информации в социологических исследованиях. Кн. 2. Организационно-методические проблемы опроса. Анализ документов. Наблюдение. Эксперимент / Отв. ред. В. Г. Андреенков, О. М. Маслова. М.: Наука 1990. 224 с.

опосередкованим з точки зору контакту дослідника з проблемною ситуацією, а його ефективність визначається шириною охоплення масиву повідомлень в інформаційному полі. Важливою перевагою методу є те, що з його застосуванням можна досліджувати не лише сьогодення, але й події минулого.

Сьогодні контент-аналітичні дослідження в основному проводяться з допомогою спеціалізованого програмного забезпечення та веб-сервісів. Наприклад, ATLAS.ti, TABARI (KEDS), JFreq, HyperRESEARCH, PROTAN, SALT (Systematic Analysis of Language Transcripts), CAMEO, MonoConc, Simple Word Sorter, QDA MINER LITE, The Yoshikoder, PCAD 2000, Google Trends та інші.

#### Питання для самоконтролю:

1. Опишіть основні історичні етапи розвитку методу аналізу документів в соціологічних дослідженнях.
2. Назвіть основні види документів в соціології за різними критеріями.
3. Назвіть пізнавальні можливості методу аналізу документів при дослідженні соціальних процесів.
4. Охарактеризуйте специфіку застосування формалізованого та неформалізованого аналізу документів.
5. Опишіть основні процедури при здійсненні контент-аналітичного дослідження.

## ЛЕКЦІЯ 8. СТАТИСТИЧНІ МЕТОДИ ОБРОБЛЕННЯ ТА АНАЛІЗУ СОЦІОЛОГІЧНИХ ДАНИХ

План лекції

1. Основні процедури оброблення та аналізу соціологічних даних
2. Одновимірний, двовимірний та багатовимірний аналіз
3. Аналіз основних статистичних показників.
4. Метод факторного та кластерного аналізу

Конспект лекції

### **1. Основні етапи оброблення та аналізу соціологічних даних**

Оброблення та аналіз отриманих результатів дослідження – один з найбільш відповідальних та цікавих етапів проведення соціологічного дослідження. Проведення даного етапу вимагає від його виконавців не тільки знань з методів оброблення та аналізу соціологічної інформації, але й застосування дослідницької інтуїції та досвіду. Запорукою успішності даного етапу є правильне програмування та проектування дослідження, коли під час розробки інструментарію відразу враховано якими мають бути первинна та вторинна обробка інформації, та який отриманий результат буде свідчити про підтвердження або спростування дослідницьких гіпотез. Таким чином, для отримання результату однаково важливими є і статистичні методи обробки та аналізу інформації (одномірний та багатовимірний аналізи, кореляційний та регресивний аналіз, математична обробка), і правильна об'єктивна інтерпретація отриманих даних.

Різні типи шкал, що використовуються в соціологічній метриці, пропонують різні пізнавальні можливості. Так, можливості для аналізу розподілу відповідей щодо ознаки, яка вимірюється через номінальну шкалу, значно вужчі, аніж при аналізі розподілів при застосуванні метричної або інтервальної шкал. Така класифікація шкал вимірювання була запропонована гарвардським психологом С.С.Стівенсом в своїй праці «Про теорію вимірювальних шкал» і вже домінує у соціальних науках більше шестидесяти років.

Спробуємо згрупувати основних характеристик шкал, що найчастіше використовуються<sup>58</sup>:

Тип шкали	Можливість кодування різних категорій	Можливість упорядкування категорій	Можливість вимірювати дистанцію між категоріями	Істинне значення "0"
Номінальна				
Порядкова				
Інтервальна				
Метрична				

Найбільш загально реалізацію процесу аналізу даних можна представити у вигляді поступового розгортання таких етапів. На початковому етапі дослідницьке завдання полягає у виявленні аномалій, помилок у вихідних даних, корекції та дизайну вибіркової сукупності, описі простих розподілів відповідей. На цьому етапі найчастіше застосовуються такі процедури аналізу як описивна статистика, розрахунки простих середніх тенденцій, варіації асиметрії. На наступному етапі відбувається наступне ущільнення отриманих даних та їх опис у зареєстрованих показниках для уникнення надлишкової деталізації та підвищення рівня узагальнення. На цьому етапі доцільно застосовувати прийоми укрупнення використаних в дослідницькому інструментарію шкал, логічне комбінування ознак, побудову індексів, проведення емпіричної та теоретичної типологізації, застосування факторного аналізу. На наступному етапі

<sup>58</sup> Адаптовано на основі Neuman, W. Lawrence. (2014). Social Research Methods : qualitative and quantitative approaches (Ed. 7th). Harlow: Pearson Education Limited, P.123

відбувається виявлення прямих та опосередкованих зв'язків, інтерпретація та пояснення основних залежностей та ознак досліджуваних явищ, перевірка гіпотез. Цей етап характеризується побудовою двовимірних та багатовимірних таблиць із розподілами відповідей респондентів, проведенням кореляційного та регресивного аналізів. Наступний етап пов'язаний із прогнозуванням досліджуваних процесів на основі пояснювальних гіпотез. Він може бути пов'язаний із як із застосування математичного апарату для побудови моделей, так і проведенням мисленнєвого або натурального експериментів, проведенням повторних або порівняльного досліджень, контрольного опитування експертів для перевірки висновків.

## **2. Одновимірний, двовимірний та багатовимірний аналіз**

Під час обробки та аналізу соціологічних даних використовуються деякі розповсюджені процедури, до яких, в тому числі, можна віднести групування, ранжування та інші. Під групуванням ми розуміємо впорядкування ряду даним за обраною ознакою. Так групування відбувається згідно до описової гіпотези відносно до ознаки групування. Квантифіковані дані (кількісні показники) можуть бути груповані за зростанням або спаданням. Якщо метою дослідження є опис однієї характеристики вибірки в певний момент часу, то застосовується одновимірний аналіз, що представляє собою опис розподілу спостережень («випадків») вздовж осі ознаки, що цікавить нас. Відповідно, при узагальненні вимірювань однієї змінної використовується описова (дескриптивна) статистика. Таблиці такого аналізу називаються лінійними (частіше просто «лінійкою»), або одновимірними розподілами.

При одновимірному частотному аналізі Давидов А.О. виділяє декілька підходів до його проведення:

- **статистичний підхід** (частотний розподіл інтерпретується як результат спостереження, в якому значення соціологічної величини схильні до деякого неконтрольованого розкиду при повтореннях спостереження);

- **інформаційний підхід** (частотний розподіл інтерпретується як

повідомлення, яке несе певний обсяг інформації);

- **ранг-розмір** (частотний розподіл сприймається як ієрархічно організована система);

- **модульний підхід** (частотний розподіл інтерпретується як елементарна, відносно автономна структурно-функціональна підсистема соціуму (соціальний модуль))<sup>59</sup>.

За необхідності дослідження двох і більше змінних найчастіше застосовуються різноманітні техніки двовимірного чи багатовимірного аналізу. Багатомірний аналіз дозволяє одночасно досліджувати кореляції двох і більше змінних, а також перевірити гіпотези про причинні зв'язки між ними. Також для статистичного аналізу та візуалізації отриманих даних використовують статистичні таблиці. Таблиці служать для наочного відображення рядів розподілу, а також за її допомогою проводять аналіз зв'язку між ознаками досліджуваного об'єкта. Те саме можна сказати і про всі види графічної інтерпретації (графіки).

### **3. Аналіз основних статистичних показників**

До важливих статистичних показників можна віднести такі. Дисперсія, середнє абсолютне (лінійне) відхилення, середнє квадратичне відхилення – є показниками коливання ознаки в деякій досліджуваній сукупності. Всі ці показники варіації можна застосовувати лише до кількісних ознак. Застосування цих обчислень для номінальних та порядкових (рангових) ознак не є цілком коректним і вимагає ретельної попередньої інтерпретації отриманих результатів. Більшому значенню дисперсії відповідає великий розкид ознаки. Середнє квадратичне відхилення показує, наскільки середньому значенню ознаки відхиляється від свого середнього арифметичного.

Крім середнього арифметичного існують інші міри центральної тенденції. Мода ( $M_o$ ) – таке значення в сукупності спостережень, яке найчастіше зустрічається. Потрібно враховувати, що у ряді розподілу

---

<sup>59</sup> Давыдов А. Анализ одномерных частотных распределений в социологии: эволюция подходов. Социологические исследования. 1995. № 5. С.45-65.



можуть бути дві і більше моди. Медіана ( $Md$ ) - значення, яке ділить множину даних навпіл, де одна половина спостережень (одиниць масиву) за своїми числовими значеннями завжди менше значення медіани, а друга половина – більше.

Важливими при аналізі даних є мір варіації, що являють собою показники того, наскільки коливаються (змінюються, варіюють) значення певної ознаки у об'єктів сукупності.

Найпростішим «представником» мір варіації є варіаційний розмах, який розраховується як різниця між максимальним і мінімальним значенням ознаки в масиві даних.

Наступним показником є дисперсія, яка є мірою розкиду значень ознак. Розмірність дисперсії – квадрат розмірності ознаки. Разом з ними аналізуються Середнє квадратичне (стандартне) відхилення, коефіцієнт варіації (чим менше коефіцієнт варіації - тим сукупність більш однорідна).

#### **4. Метод факторного та кластерного аналізу**

Одне з найважливіших завдань аналізу даних – перевірка гіпотез, у яких висловлюються припущення щодо зв'язку між двома чи більше змінними. На певному етапі аналізу необхідно шукати наявні зв'язки між ознаками. Вивчати взаємозв'язки та тенденції розвитку соціального явища. Таке дослідження здійснюється за допомогою порівняння та зіставлення рядів розподілів, побудованих на основі групування за різними ознаками. Аналіз статистичних залежностей містить, як мінімум, два аспекти: а) вивчення взаємозалежності кількох величин, що є предметом дослідження теорії кореляції; б) розгляд залежності однієї (і більше) величин від інших, чим займається теорія регресії. Регресійний аналіз (у найпростішому вираженні) дає можливість досліджувати залежність однієї змінної від іншої. Кореляційний аналіз також досліджує взаємозв'язок ознак. Він використовується щодо різних характеристик статистичного взаємозв'язку.

Одним з поширених методів аналізу даних є факторний аналіз, який являє собою низку методів багатовимірного статистичного

аналізу, призначених для дослідження кореляційних зв'язків, що має на меті виявлення латентних факторів, які детермінують значення спостережуваних ознак. Як пояснюють Кислова О.М., Кузіна І.І., під латентним фактором у контексті факторного аналізу називають неспостережувану (латентну) змінну, що зумовлює кореляції між наявними (вимірними) змінними. Кожний фактор інтегрує змінні, між якими наявна тісна кореляція. У факторному аналізі фактор розуміється як сконструйована математичними засобами латентна змінна, що тісно корелює з певною групою наявних (вимірних) змінних. Факторний аналіз дозволяє звести велику кількість змінних, які закладені в інструментарій соціологічного дослідження, до значно меншої кількості факторів, які інтерпретуються з урахуванням як сутності формальної моделі факторного аналізу, так і специфіки феномена, що вивчається<sup>60</sup>.

За допомогою факторного аналізу дослідник виявляє приховані змінні фактори, які відповідають за наявність лінійних статистичних кореляцій між змінними, що спостерігаються. Дві основні цілі факторного аналізу: визначення взаємозв'язків між змінними (класифікація змінних) та скорочення кількості змінних необхідні опису даних. Факторний синдром - поняття факторного аналізу, спрямоване на пошук соціальних факторів, що зумовлюють якесь соціальне явище. Факторний синдром – це встановлений взаємозв'язок між явищем та його можливою причиною.

При здійсненні багатовимірною аналізу даних часто перед дослідниками виникає завдання розбиття вихідної множини на деякі підмножини, тобто виокремлення (поділ) окремих груп з характеристиками, що їх відрізняють одна від іншої. Саме в цьому полягає сутність **кластерного аналізу**, який дозволяє провести об'єктивну класифікацію будь-яких об'єктів, які охарактеризовані низкою ознак. При цьому важливо, щоб, з одного боку, кожен об'єкт спостереження належав тільки до однієї підмножини, а з іншого –

---

<sup>60</sup> Кислова О.М., Кузіна І.І. Методи аналізу та комп'ютерної обробки соціологічної інформації. Харків : Вид-во ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2020. 165 с.

об'єкти, що становлять одну підмножину, були максимально подібними, а ті, що входять у різні підмножини, були суттєво різними. Такі підмножини називають кластерами.

Серед недоліків кластерного аналізу можна назвати, те що склад і кількість кластерів залежить від обраних критеріїв розбиття. При зведенні вихідного масиву даних до компактнішому виду можуть виникати певні спотворення, і навіть можуть губитися індивідуальні риси окремих об'єктів за рахунок заміни їх характеристиками узагальнених значень параметрів кластера. У свою чергу, перевагою кластерного аналізу є те, що «він дозволяє робити розбивку об'єктів не за одним параметром, а відразу за цілим набором ознак. Крім того, кластерний аналіз на відміну від більшості математико-статистичних методів не накладає ніяких обмежень на вигляд об'єктів і дозволяє розглядати безліч вихідних даних практично довільної природи. Це має велике значення, наприклад, для прогнозування кон'юнктури, коли показники мають різноманітний вигляд, що утруднює застосування традиційних економетричних підходів»<sup>61</sup>.

Зауважимо також, що методи кластерного аналізу не дають способу перевірки статистичної гіпотези про адекватність отриманих класифікацій, але часто є підмогою змістовного аналізу.

#### Питання для самоконтролю:

1. Охарактеризуйте можливості статистичної обробки даних для ознак вимірних за різними типами шкал.
2. Визначте основні підходи до проведення одно- та багатовимірних аналізів даних.
3. Дайте характеристику основним процедурам проведення факторного аналізу.
4. Опишіть пізнавальні можливості та основні процедури кластерного аналізу.
5. Назвіть основні показники, які використовуються в статистичному аналізі соціологічних даних.

---

<sup>61</sup> Еколого-економічна оптимізація виробництва: методи та засоби кластерного аналізу : методичні вказівки до виконання лабораторних робіт. Укладачі: Н. В. Караєва, І. А. Варава К. : НТУУ «КПІ». 2016. 36 с.

## ЛЕКЦІЯ 9. ПІДГОТОВКА ЗВІТУ ЗА РЕЗУЛЬТАТАМИ СОЦІОЛОГІЧНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ

### План лекції

1. Підготовка звіту та презентація результатів як заключний етап соціологічного дослідження. Види звітів.
2. Форма та структура звіту в залежності від мети дослідження. Вимоги до формування звіту.
3. Взаємозв'язок технічного завдання на соціологічне дослідження та звітної документації.

### Конспект лекції

#### **1. Підготовка звіту та презентація результатів як заключний етап соціологічного дослідження**

Аналіз результатів соціологічних досліджень завершується формуванням звіту. Саме звіт за результатами проведеного дослідження є документом на основі якого можуть ухвалюватися управлінські рішення. Звіт, який готується для керівників органів публічного управління повинен містити лише ту інформацію, яка цікавить замовника. На відміну від наукових звітів у звітах, які готуються для осіб, які приймають рішення, не варто вказувати розлогі цитування на наукові джерела та перевантажувати текст науковими обґрунтуваннями. Фактично, звіт має дати суб'єкту прийняття рішення (замовнику соціологічного дослідження) відповіді на питання, які його цікавили при формуванні інформаційного запиту. Важливо те, що звіт як змістовно, так і формально відповідав вимогам, які пред'являються до такого роду документів. Водночас, залежно від виду дослідження форма звіту може бути доволі різноманітною як за розміром, так і орієнтацією більшою мірою на теоретичні висновки або на практичні рекомендації.

Перед тим, як розпочинати роботу над звітом, соціологу варто мати чіткі відповіді на питання:

- З якою метою пишеться звіт?

- Кому він адресований?
- Як він має виглядати;
- Як будуть надалі використовуватися висновки та пропозиції, що містяться в ньому?

Крім безпосередньо звіту до підсумкових документів дослідження можна віднести наукові публікації та публікації в засобах масової інформації. Зазвичай наукові публікації можуть бути науковими статтями, опублікованими у фахових журналах, монографіями, науковими брошурами, матеріалами доповідей на конференціях тощо. Наукові публікації спрямовані на представників наукового співтовариства у конкретній предметній сфері. У свою чергу, публікація результатів дослідження у ЗМІ (друкована преса, офіційні сторінки в соціальних мережах то) спрямоване на інформування широкого кола громадян.

## **2. Форма та структура звіту в залежності від мети дослідження. Вимоги до формування звіту**

Розрізняють два основні види звіту: проміжний та підсумковий. Проміжний звіт, як правило, відображає або незавершене в повному обсязі дослідження, або попередній первинний аналіз його результатів. Підсумковий звіт про результати дослідження повинен повно, всебічно та глибоко розкривати зміст отриманих результатів, при цьому чітко дотримуватися розробленого програмою методологічного та методичного базису дослідження. Рекомендації, як і перелік основних пропозицій повинні мати конкретний, практичний характер, мати необхідні обґрунтування в контексті звіту, підтверджуватись статистичними даними.

Типовий звіт за результатами соціологічного дослідження складається з таких розділів:

*Титульна сторінка* з вказуванням теми дослідження, найменувань та координат замовника та виконавців, дата здачі звіту, терміни проведення дослідження, а також, в разі необхідності, спеціальні грифи ("Конфіденційно", "Для службового користування" тощо).

*Коротка передмова*, в якій можуть вказуватися замовник/джерела

фінансування, а також висловлення подяки співробітникам, радникам, інформантам.

*Зміст* з метою полегшення орієнтування читача в тексті звіту. В ньому наводиться нумерація змістовних частин (розділів, параграфів, заголовків), додатків тощо.

*Короткі висновки та рекомендації (резюме)*, в яких стисло відображаються ключові результати дослідження для ознайомлення керівників вищого рівня.

*Теоретико-методологічна частина.* У ній формулюється постановка проблеми на тлі існуючих теорій та результатів, опублікованих у літературі з даної галузі досліджень. Також відображається мета, завдання, об'єкт і предмет, обґрунтування вибіркової сукупності, інструментарію, методів збору інформації, інші складові, що відображають теоретико-методологічну та методичну частини програми соціологічного дослідження. Повідомляється, як відбиралися, збиралися та оброблялися дані. Тут же вказуються можливі джерела помилок, зокрема, коли йдеться про оцінку репрезентативності та надійності.

*Аналіз та інтерпретація даних.* У тій частині детально подаються та тлумачаться основні результати дослідження.

*Заклучна частина.* Тут дослідник повертається до постановки проблеми та підбиває підсумки. Формулюються відповіді питання, поставлені початку дослідження.

*Список джерел.* Наводяться всі праці (література, сайти тощо), на які дослідник посилався в текст.

*Додатки.* Додаються таблиці частотних розподілів, графіки, діаграми, транскрипти глибинних інтерв'ю, фокус-групових дискусій, протоколи спостережень. Також може додаватися документація, яку немає сенсу поміщати у самому тексті, але може знадобитися читачеві в оцінці зроблених висновків. Це може бути, наприклад, анкета, гайд фокус-групи, картки кодування, інструкція для інтерв'юера, детальний план вибірки, нормативні документи тощо.

Основними вимогами до звіту є повнота та об'єктивність розв'язання всіх поставлених у дослідженні проблем, чіткість

структури викладу, обґрунтованість сформованих на основі дослідження рекомендацій, коректність у використанні професійної термінології, доступність, зрозумілість викладу висновків, правильність оформлення результатів дослідження, в тому числі його візуальної частини. У звіті має бути надано підтвердження або спростування дослідницьких гіпотез.

Оцінити якість соціологічного дослідження в цілому, в тому числі за змістом звіту можна з точки зору якості мети, засобів та результату. Мету - власне те, заради чого проводиться дослідження, необхідно розглядати з позиції її актуальності, важливості, соціальної значущості (теоретичної та практичної). Зазвичай, потрібно користуватися правилом, відповідно до якого ми не вдаємося до проведення соціологічного дослідження тоді, коли можемо отримати інформацію, потрібну для розв'язання проблемної ситуації, іншим шляхом. А отже, поставлена мета має бути реалістичною для досягнення. Якість засобів полягає: у коректності розробки завдань, формулювання та обґрунтування гіпотез, проведенні операціоналізації; у грамотності реалізації методичних, технічних та організаційних процедур. Якість результату, як правило, визначається такими параметрами, як ступінь ціледосягнення, теоретична та практична значущість, надійність та достовірність отриманої інформації.

Анотація як складова звіту. Анотація потрібна для замовника, а також для можливого ширшого для кола потенційних читачів звіту. Обсяг анотації зазвичай не перевищує 5-10 рядків. Завдання анотації полягає в тому, щоб просто викласти основний зміст звіту з результатами дослідження. В анотації зазвичай зазначається основна мета проведення дослідження, об'єкт, метод (та інструментарій анкетне опитування, інтерв'ю), іноді згадується основний висновок.

Характер звіту багато в чому відображає тип дослідження - суто науковий чи прикладний. При підготовці звіту з наукового дослідження увага акцентується насамперед на постановці проблем, їх концептуальній розробці та формулюванні цілей та завдань дослідження. Поряд із цим аналізується ступень розробленості проблеми, визначаються існуючі підходи до її вивчення та вирішення.

У розділі, присвяченому аналізу результатів дослідження, обґрунтовується досягнутий рівень вирішення поставлених завдань, формулюються висновки та на їх основі рекомендації. У додатку до звіту подаються матеріали, що ілюструють положення всіх розділів звіту. Якщо дослідження здійснювалось на замовлення, при його складанні акцент має бути зроблений на практичних висновках та рекомендаціях. У таких дослідженнях на підготовчому етапі здійснюється опис проблемної соціальної ситуації мовою дослідження (в тому числі під час здійснення процесу операціоналізації основних понять), а на останньому етапі, при формулюванні практичних рекомендацій відбувається опис результатів дослідження мовою управлінських рішень.

### **3. Взаємозв'язок технічного завдання на соціологічне дослідження та звітної документації**

Використання соціологічного дослідження як джерела отримання необхідної інформації для прийняття управлінського рішення вимагає тісної співпраці між тими, хто має приймати управлінське рішення (і відповідно формує запит на отримання необхідної інформації), і тими, хто буде виконувати соціологічне дослідження. Зазвичай, таку співпрацю полегшує складання правильного технічного завдання (ТЗ) на проведення дослідження. Також написання ТЗ спрощує процес формування звіту. Найчастіше технічне завдання є додатком до договору на виконання робіт з проведення соціологічного дослідження (в разі якщо замовник і виконавець представляють різні організації) або наказу (розпорядження) про проведення дослідження.

Технічне завдання - це вихідний документ для програмування та проектування соціологічного дослідження, в якому формулюються основна мета та завдання дослідження, проблемна ситуація, що має бути вирішена, визначаються терміни та етапи дослідження. У складанні технічного завдання беруть участь як представники замовника, так і представники виконавця. Технічне завдання (як сполучна ланка між замовником і виконавцем) дозволяє обом сторонам уявити яким має бути результат дослідження до початку



роботи; виконати перевірку робіт з проведення дослідження; зменшити кількість помилок, пов'язаних зі зміною вимог внаслідок їхньої неповноти або хибності. Замовнику наявність ТЗ дозволяє усвідомити, що саме йому потрібно, чітко це сформулювати; вимагати від виконавця відповідності звіту всім обумовленим та затвердженим пунктам ТЗ. Виконавцю - зрозуміти суть поставленого завдання; планувати виконання проекту в деталях і працювати за наміченим планом; відмовитися від виконання робіт, не зазначених у ТЗ. Часто співпраця замовника (в нашому випадку людини, що планує приймати те чи інше управлінське рішення) та виконавця дослідження з формування технічного завдання, допомагає глибше зрозуміти проблемну ситуацію та проблему дослідження, сформулювати додаткові завдання, виконання яких можливе та корисне для розв'язання мети дослідження.

Таким чином, технічне завдання на виконання дослідження, а також звіт за результатами соціологічного дослідження, є необхідними документами, які значно полегшують отримання та використання соціологічної інформації в процесі прийняття управлінського рішення.

#### Питання для самоконтролю:

1. Визначте, яку роль грає звіт за результатами соціологічного дослідження при підготовці управлінського рішення.
2. Перелічіть основні вимоги до підготовки звіту.
3. Вкажіть структурні елементи звіту за результатами соціологічного дослідження.
4. Охарактеризуйте зв'язок технічного завдання на проведення соціологічного дослідження та звітом за його результатами.

## ЗАВДАННЯ ДО ВИКОНАННЯ ДОМАШНЬОЇ КОНТРОЛЬНОЇ РОБОТИ

Завдання передбачає його виконання у 2 етапи:

**Перший етап роботи** передбачає розробку програми дослідження та створення опитувального інструментарію, за затвердженою викладачем темою.

Програма соціологічного дослідження має містити виклад загальної концепції дослідницького проекту, що включає опис основних етапів дослідження та методи, правила, технології та процедури науково-практичної дослідницької діяльності з проведення дослідження.

Формуючи програму соціологічного дослідження потрібно дотримуватися таких вимог:

1. Складові програми повинні мати чітке однозначне формулювання та викладення відповідно до логічної структури.

2. Формування програми потрібно починати відповідно до логіки дослідження починаючи з теоретико-методологічної частини. Порушення плану викладення складових дослідження може призводити до виникнення помилок: наприклад, не можна формувати вибіркочну сукупність не маючи уявлення щодо об'єкту дослідження, або намагатися формулювати гіпотези без операціоналізації понять. Всі складові програми мають бути пов'язані в логічний ланцюг.

Тема дослідження має бути обрана відповідно до актуальних напрямків практики публічного управління та адміністрування, відображати гострі соціальні проблеми, що вимагають прийняття відповідних управлінських рішень, а також відповідати науковим інтересам здобувачів вищої освіти.

*Приклади тем, що можуть бути обрані для виконання ДКР:*

1. Визначення факторів підвищення якості та безпеки життя мешканців ОТГ

2. Переваги та недоліки процесу децентралізації очима представників органів місцевого самоврядування

3. Оцінка досвіду корупції пересічних громадян під час із взаємодії із органами публічної влади
4. Оцінки ефективності діяльності ЦНАП очима громадян
5. Ідеальний державний службовець очима пересічних українців
6. Діяльність Президента України в оцінках пересічних громадян
7. Визначення рівня довіри до органів державної влади та факторів, що впливають на його формування
8. Імідж державного службовця: чинники формування та удосконалення
9. Оцінка реформування державної служби очима її бенефіціарів та стейкхолдерів
10. Оцінка гендерних аспектів розвитку інфраструктури ОТГ
11. Оцінка якості надання цифрових послуг ЦНАП
12. Цифрові навички державних службовців
13. Подолання цифрового розриву містян та селян управлінськими інструментами
14. Визначення переваг та недоліків додатку ДІЯ очима його користувачів
15. Дослідження рівня довіри та факторів її формування до цифрових послуг держави
16. Оцінка якості цифрових послуг для підприємців
17. Визначення рівня задоволеності наявною інфраструктурою розумного міста
18. Дослідження корупційних ризиків при використанні цифрових послуг
19. «Держава в смартфоні» - сильні та слабкі сторони проєкту концепції очима його споживачів
20. Шляхи оптимізації отримання громадянами адміністративних послуг
21. Оцінка готовності громадян сільської місцевості до впровадження цифрових послуг

### **Структура першої частини ДКР:**

#### **Теоретико-методологічний розділ програми соціологічного дослідження**

1. Обґрунтування актуальності теми дослідження
2. Формулювання проблемної ситуації та проблеми дослідження
3. Формулювання мети та завдань дослідження (5-7 завдань)
4. Визначення об'єкта та предмета дослідження
5. Інтерпретація та операціоналізація основних понять
6. Формулювання гіпотез

#### **Методичний розділ програми соціологічного дослідження**

7. Обґрунтування генеральної сукупності
8. Правила формування вибіркової сукупності та розрахунок її обсягу
9. Обґрунтування методики дослідження
10. Організаційний план дослідження

При формуванні цих складових теоретико-методологічної частини дослідження варто дотримуватися наступних рекомендацій.

#### **Обґрунтування актуальності теми дослідження.**

Визначення актуальності проєктованого дослідження не тільки початковий, але й один з найважливіших етапів його проведення. В практиці проєктування соціологічних досліджень побутує уявлення відповідно до якого вдаватися до проведення соціологічного дослідження варто тільки тоді, коли не є можливим отримання потрібної інформації будь-яким іншим чином. Адже проведення дослідження завжди пов'язане із використанням значних людських, матеріальних та часових ресурсів. В цій частині здобувачам варто зосередитися на аналізі існуючої необхідності в отриманні інформації шляхом аналізування даних статистичних спостережень, результатів подібних соціологічних досліджень, існуючих теоретичних розвідок за тематикою. Плануючи використання отриманої соціологічної інформації для прийняття управлінських рішень потрібно проаналізуватися кращі практики в цій галузі та визначити чому проведення соціологічного дослідження саме зараз відповідає

нагальним потребам досліджуваної частини соціуму.

Наприклад:

*Розуміння публічними управлінцями переваг інтеграції гендерних підходів у їхню діяльність допоможе зробити державну службу в Україні ефективнішою та сприятиме її відповідності європейським стандартам і принципам належного врядування. Разом з тим, це забезпечить створення гендерно чутливого корпусу кадрів державної служби, який буде налаштований на сприйняття гендерних аспектів будь-яких політичних, соціальних та економічних явищ, на розроблення гендерних стратегій та управління гендерним процесом у сфері державної служби зокрема, та в суспільстві загалом.<sup>62</sup>*

або:

*Актуальність дослідження «Державна служба в Україні: Ваша точка зору» обумовлена реалізацією Стратегії реформування державного управління України на період до 2021 року, що затверджена розпорядженням Кабінету Міністрів України від 24 червня 2016 року № 474-р. Зазначене дослідження є щорічним і у 2020 році його проведено вдруге.<sup>63</sup>*

### **Формулювання проблемної ситуації та проблеми дослідження**

Проблемна ситуація є тим, що по суті детермінує необхідність проведення соціологічного дослідження. Для правильного формулювання проблемної ситуації та проблеми дослідження варто розуміти існуючу між ними значну відмінність. Так, зазвичай, під проблемною ситуацією ми розуміємо певну невідповідність існуючого стану існування соціуму або його частини та певного ідеального його стану, зафіксовані існуючі об'єктивні суперечності, які негативно відображаються на об'єкті дослідження. Зазвичай проведення дослідження не дозволяє подолати проблемну ситуацію, а тільки дає змогу отримати інформацію, яка буде використана для її вирішення. І

<sup>62</sup> Формування позитивного іміджу жінки-керівника на державній службі / [М. Канавець та ін.; за заг. ред. Н. Алюшиної]. К.: Центр адаптації державної служби до стандартів Європейського Союзу, 2021. 60 с.

<sup>63</sup> Дослідження організаційної культури державної служби України: 2020 «Державна служба в Україні: ваша точка зору». Доступ за посиланням: <https://nads.gov.ua/storage/app/sites/5/2020-nads.pdf>

ось цей недолік, потрібної для вирішення проблемної ситуації інформації, і є проблемою дослідження. Отже, проблема дослідження відображає протиріччя між усвідомленням потреби певних практичних дій і незнанням засобів і методів їх реалізації. Формулюючи проблему дослідження, зазвичай, варто звертатися до широкого аналізу існуючої статистичної, соціологічної, експертної інформації для визначення тієї її частини, яка не була досліджена раніше, і може бути використана для розв'язання проблемної ситуації. У практичних соціологічних дослідження часто формулювання проблеми дослідження визначається побажаннями замовника дослідження або певним соціальним замовленням.

При формулюванні проблемної ситуації та проблеми дослідження не варто допускати такі помилки:

✓ототожнювати проблемну ситуацію та тему дослідження

✓проблема дослідження - лише частина соціальної проблеми, її конкретна сторона, отже проблемна ситуація та проблема дослідження не мають бути однаковими

✓ототожнювати проблему дослідження та завдання дослідження, адже останні розкривають конкретні напрямки розв'язання складових основної мети дослідження.

Наприклад:

Українські дослідники<sup>64</sup>, досліджуючи функціональну і компетентнісну готовність державних службовців України до здійснення публічного адміністрування в умовах демократії шляхом соціологічного дослідження зазначають наступне:

*Проблемність ситуації посилюється наростанням конфлікту між новим змістом мотивації особи державного службовця і старою формою практики (методології і методів) оцінювання державних службовців, що її віддзеркалює нині діюча в органах влади України щорічна оцінка державних службовців та неготовність (світоглядна і методична) керівних кадрів до впровадження сучасних (тестових) оціночних процедур<sup>65</sup>.*

<sup>64</sup>[https://ukr-socium.org.ua/wp-content/uploads/2015/01/7-22\\_no-1\\_vol-52\\_2015\\_UKR.pdf](https://ukr-socium.org.ua/wp-content/uploads/2015/01/7-22_no-1_vol-52_2015_UKR.pdf)

<sup>65</sup>Там само

### **Формулювання мети та завдань дослідження.**

Зазвичай мета дослідження може бути теоретична чи прикладна в залежності від орієнтації на кінцевий результат. Вона повинна відображати кінцевий результат дослідження. Дослідниця О. Богдан зазначає, що "мета дослідження - це ключове (центральне) питання дослідження, представлене у беззапитальній формі."<sup>66</sup> Важливими у формулюванні мети є також складові частини, з яких вона має складатися, а саме мета повинна відповідати на запитання "що", "де", "коли".<sup>67</sup>

Завдання дослідження призначені для того, щоб конкретизувати шляхи досягнення мети, визначити її підскладові, які сприятимуть досягненню загальної мети. Визначення кількості завдань, необхідних для конкретизації мети залежить від операціоналізації основного поняття дослідження. При формулюванні мети та завдань дослідження варто уникати достатньої розповсюдженої помилки під час якої до переліку завдань потрапляє завдання, що дублює формулювання загальної мети дослідження.

Приклад.

*Мета дослідження - оцінка рівня задоволеності діяльністю ЦНАП міста Києва очима їх користувачів.*

або

*Дослідження мало на меті визначити рівень організаційної культури на державній службі, з'ясувати її сильні та слабкі місця, а також визначити цінності спільні для всіх державних службовців.<sup>68</sup>*

### **Визначення об'єкта та предмета дослідження**

Попередній приклад яскраво відображає те, що інколи достатній опис мети дослідження дає також розуміння щодо майбутнього об'єкта дослідження.

<sup>66</sup> [https://www.sii.org.ua/wp-content/uploads/2016/07/Bogdan\\_SocResearch.pdf](https://www.sii.org.ua/wp-content/uploads/2016/07/Bogdan_SocResearch.pdf)

<sup>67</sup> [https://www.sii.org.ua/wp-content/uploads/2016/07/Bogdan\\_SocResearch.pdf](https://www.sii.org.ua/wp-content/uploads/2016/07/Bogdan_SocResearch.pdf)

<sup>68</sup> <https://nads.gov.ua/storage/app/sites/5/2020-nads.pdf>

За визначенням В.В. Вербець<sup>69</sup> "об'єктом соціологічного дослідження може виступати носій конкретної соціальної проблеми, яка турбує соціальну спільноту, групу, а також соціальні інститути, соціальні явища та процеси тощо. Об'єкт виступає носієм суб'єктивного фактору в суспільстві, відрізняється свідомою активністю, проявом волі, наявністю інтересів, цінностей та мотивів, він часто-густо досить складний та поліфункціональний, може мати в собі протиріччя, репрезентувати статистичну та вірогідну природу. В об'єкті дослідження соціолог повинен відшукати ті його сторони і властивості, в яких у найбільш повному вигляді знаходить свій вияв суперечність, конкретна проблема, що підлягає вивченню. Ці сторони і властивості і становлять предмет дослідження. Можна стверджувати, що поняття "об'єкт" більш широке, ніж "предмет" дослідження. Предметом дослідження може виступати окрема характеристика чи ознака об'єкта соціологічного дослідження. Таким чином, у предметі соціологічного дослідження знаходять теоретичне відображення істотні взаємозв'язки проблеми й об'єкта дослідження"<sup>70</sup>.

На відміну від інших галузей знань, де розуміння об'єкта дослідження може різнитися, в соціологічних дослідження об'єктом соціологічного дослідження завжди є носії проблемної ситуації: люди, спільноти, професійні групи тощо.

Приклад. *Об'єкт дослідження - державні службовці категорії "Б" та "В".*

### **Інтерпретація та операціоналізація основних понять.**

Інтерпретація основних понять в програмі соціологічного дослідження слугує для того, щоб надавати тлумачення основних понять, що використовуються в дослідженні, формуючи їх однакове розуміння у всіх членів дослідницької команди, а також тих, хто, як планується, буде використовувати результати дослідження. Процедура відбору понять, які доступні спостереженню та вимірюванню, а отже, можуть формувати гіпотезу дослідження, має

<sup>69</sup> Вербець В.В. Методологія та методика соціологічних досліджень: Навчально-методичний посібник. – Друге вид. доп. і перероб. – Рівне: РДГУ: Інститут соціальних досліджень, 2006. – с.167

<sup>70</sup> Там само.



назву емпіричної інтерпретації або операціоналізації. Це процес, під час якого відбувається розкладання загального поняття на окремі підпоняття (індикатори), які точно позначають вимірювані оцінки та погляди цільової аудиторії стосовно предмету дослідження. Необхідність використання процедури операціоналізації понять детермінується тим, що складні соціальні феномени неможливо виміряти безпосередньо, потрібна процедура сходження від теоретичного концепту до конкретних емпіричних показників, які його відображають. Наприклад, складно безпосередньо сформулювати уявлення стосовно соціальних потреб, ціннісних орієнтацій, мотивацій тощо.

Поняття, що позначають ознаки, що реєструються, називаються поняттями-індикаторами. Під ними розуміються - елемент або характеристика об'єкта, які доступні спостереженню та вимірюванню. Останнє дає розуміння стосовно того, на якому етапі сходження від загального концепту до емпіричного індикатору можна зупинитися: якщо окрема складова концепту охоплена переліком вимірюваних індикаторів, які можна відобразити в анкеті або опитувальному листі, то процедура може бути завершена. При цьому варто пам'ятати про основні вимоги до емпіричних індикаторів:

а) вимога необхідності та достатності індикаторів для емпіричного опису проблеми/ключового поняття дослідження;

б) можливість забезпечення індикаторів потенційними джерелами інформації (факти та поведінка, доступні для зовнішнього спостереження; вербальна інформація у випадку використання методу опитування).

Отже, процедура операціоналізації слугує для відображення проблеми дослідження у вигляді системи емпіричних індикаторів, що в загальному розумінні означає перехід від теоретичного опису проблеми дослідження до емпірично реєстрованих фактів та вчинків.

### **Формулювання гіпотез.**

Гіпотеза - це науково обґрунтоване припущення про структуру соціальних об'єктів, про характеристику їх елементів і зв'язків, а також про механізм їх функціонування і розвитку. Зазвичай науково

обґрунтовані гіпотези можуть бути сформовані на основі попереднього теоретичного аналізу об'єкта дослідження, або як результат проведення пілотажного дослідження, або можуть стати результатом попереднього використання якісного соціологічного дослідження, наприклад, серії фокус-групових дискусій із цільовою аудиторією. В ході проведення основного дослідження наукові гіпотези мають бути спростовані або підтверджені. Досягнення обох результатів вважається позитивним результатом проведення дослідження.

Під час формулювання гіпотез намагайтеся уникати наступних помилок:

- Формування гіпотези, яка не може бути підтверджена або спростована в ході соціологічного дослідження, яке ви проектуєте. Це означає, що програма дослідження має містити, перш за все в частині інструментарію, методики, які дозволятимуть фіксувати наявність чи відсутність елементів та зв'язків припущення, які ви формулюєте у гіпотезі.

- Формування гіпотези, яка суперечить загальновідомим фактам, або такою, спростування або підтвердження якої не потребує проведення даного соціологічного дослідження.

*Приклад. Мешканці сільської місцевості мають нижчий рівень готовності до впровадження цифрових державних послуг в порівнянні із мешканцями міст.*

### **Методична частина програми соціологічного дослідження.**

#### **Обґрунтування генеральної сукупності.**

Даний підрозділ містить обґрунтування генеральної сукупності дослідження, що має відповідати, визначеному в теоретико-методологічній частині програми, об'єкту дослідження. Сенс даного підрозділу полягає у наведенні науково обґрунтованих джерел інформації стосовно обсягу об'єкта дослідження, що в подальшому буде використано для формування вибіркової сукупності.

#### **Правила формування вибіркової сукупності та розрахунок її обсягу.**

В даному підрозділі відповідно до визначеної генеральної сукупності потрібно чітко визначити вибірку дослідження. Вибірка в

даному сенсі розглядається як процес (як відбирати), та як результат (певний обсяг сукупності). Також у разі достатньо великої генеральної сукупності потрібно використати потрібну формулу розрахунку обсягу вибірки.

### **Обґрунтування методики дослідження.**

Цей підрозділ має містити визначення та обґрунтування методу дослідження, який найкраще відповідає меті та завданням дослідження, а також може бути використаний для дослідження об'єкту дослідження за критеріями доступності та зручності. Методика дослідження включає в себе не тільки визначення самого методу дослідження, але й особливості та процедури його використання.

Приклад.

*Опитування проведено методом анонімного онлайн-опитування з використанням стандартизованої форми опитувальника за допомогою ресурсу SurveyMonkey.<sup>71</sup>*

### **Організаційний план дослідження**

Містить у собі перелік основних етапів з проведення дослідження, а також опис їх часових рамок та залучені для виконання ресурси.

Розділи програми повинні відповідати основним вимогам до їх написання.

Програма повинна бути викладена не менш ніж на 10 аркушах, кеглем розміром 14 пт, з відступами 1,5 інтервали.

Крім того, перша частина розрахункової роботи передбачає розробку анкети

(опитувальника) відповідно до розробленої програми дослідження, що міститиме не менш, ніж 25 запитань. В анкеті (опитувальнику) повинні бути реалізовані всі види шкал (номінальна, порядкова та метрична). Анкета повинна містити запитання-фільтри, табличні запитання, запитання-діалоги, закриті, напівзакриті та відкриті запитання, а також інші форми запитань.

Анкета повинна відповідати всім вимогам до формування запитань

---

<sup>71</sup> <https://nads.gov.ua/storage/app/sites/5/2020-nads.pdf>

та побудови анкет.

Тема розрахункової роботи може змінюватися студентом після обговорення із викладачем.

**Другий етап виконання домашньої контрольної роботи передбачає обробку та аналіз результатів соціологічного дослідження за допомогою програмного забезпечення OCA for Windows.**

На основі сформованої анкети, відповідно до програми дослідження (перша частина розрахункової роботи), необхідно створити паспорт анкети. Структура паспорта для кожної ознаки буде залежати від типу шкали.

При підготовці паспорта необхідно ввести коментар, який би дозволяв в подальшому при відкритті масиву визначати ПІБ виконавця та дату.

Після завершення підготовки паспорта його необхідно перевірити на коректність з використанням базового модуля «OCA for Windows» та з допомогою функції меню «Редактор» - «Перевірка паспорта». В разі наявності помилок в паспорті необхідно внести відповідні виправлення та повторити процедуру перевірки.

За підготовленим паспортom необхідно сформувавши масив анкет (файл з розширенням \*.frm) за допомогою модуля вводу MakeForm.exe., який повинен містити не менше, ніж 1000 анкет.

За сформованим масивом побудувати таблиці одновимірного розподілу за всіма ознаками, з виводом їх до редактора таблиць MS Excel. Для кожної з таблиць одновимірного розподілу необхідно побудувати відповідні графічні об'єкти (діаграми, гістограми і т.п. за вибором студента). Графічні об'єкти повинні відповідати вимогам наглядності, зрозумілості.

Побудувати таблиці двовимірного розподілу ознак за наступними парами ознак:

- «порядкова-порядкова»;
- «порядкова-метрична»;
- «порядкова-номінальна»;

- «номінальна-номінальна»;
- «номінальна-метрична».

Вказати на наявність (відсутність) зв'язку між ознаками, напрямок та тісноту (щільність) зв'язку, враховуючи значення  $\chi^2$ -квдрат, коефіцієнтів Чупрова та Крамера, а також коефіцієнтів кореляції. Відповідь обґрунтувати.

Підготувати висновки за результатами виконаної роботи.

Робота повинна бути роздрукованою на аркушах А4 і складатися з:

- титульної сторінки;
- програми дослідження (1 частина розрахункової роботи);
- анкети (1 частина розрахункової роботи);
- паспорту анкети;
- таблиць одновимірного розподілу ознак та відповідних їм графічних об'єктів (діаграм, гістограм);
- таблиць двовимірного розподілу ознак;
- висновків за результатами роботи.

## РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

### Основна:

1. Арабаджієв Д. Використання методу case-study в процесі здійснення громадського моніторингу за виборчим процесом (на прикладі виборів до Верховної Ради України 2012 року). Політичний менеджмент: наук. журнал. 2013. № 59. С. 78–85

2. Арабаджієв Д. Ю. Фокус-групові політичні дослідження як метод громадського моніторингу виборів в Україні: досвід застосування. Гілея (науковий вісник) [зб. наук. праць], 2015. Випуск 101. С. 453–456.

3. Барвінський А. О. Соціологія: курс лекцій для студ. вищ. навч. закл. Київ: ЦНЛ, 2005. 328 с.

4. Богдан О. Що варто знати про соціологів та соціальні дослідження? Посібник-довідник для громадських активістів та всіх зацікавлених. К.: Дух і літера, 2015. 380 с.

5. Вербець В.В., Субот О.А., Христюк Т.А. Соціологія. Курс лекцій: навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів. Київ: Кондор. 2009. 549 с.

6. Вишняк О.І., Шевель І.П. Становлення та розвиток соціологічного забезпечення виборчих кампаній у країнах Заходу (20-60-ті). Мультиверсум. Філософський альманах. Випуск 10. 2000. С. 36-51.

7. Гірник А., Гірник Д. Метод он-лайн фокус-груп. Наукові записки. Том 97. Педагогічні, психологічні науки та соціальна робота. 2009. С. 24-27.

8. Гладун О.М. Вибіркові обстеження населення: методологія, методика, практика: Монографія. Ніжин: ТОВ "Видавництво „Аспект-Поліграф". 2008. 348 с.

9. Дембіцький С. Теоретична валідність виміральної процедури і зміщення даних у соціологічному дослідженні. Соціологія: теорія, методи, маркетинг. 2008. № 3. С. 99–118.

10. Іванов О.В. Класичний контент-аналіз та аналіз тексту: термінологічні та методологічні відмінності. Вісник Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна. 2013. № 1045. С. 69-74.

11. Кислова О.М., Кузіна І.І. Методи аналізу та комп'ютерної обробки соціологічної інформації. Харків: Вид-во ХНУ імені В.Н. Каразіна, 2020. 165 с.
12. Кислова О.М., Кузіна І.І. Методи аналізу та комп'ютерної обробки соціологічної інформації. Харків : Вид-во ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2020. 165 с.
13. Кодекс професійної етики соціолога. Затверджений П'ятим з'їздом Соціологічної асоціації України. 20 травня 2004 року. Київ.
14. Костенко Н.В., Іванов В.Ф. Досвід контент-аналізу: Моделі та практики: Монографія. К.: Центр вільної преси. 2003. 200 с.
15. Марковець О.В., Березняк Є.Ю., Лисик Б.О., Кравець Р.Б. Інформаційна модель системи проведення соціологічних досліджень у веб-середовищі. Вісник Національного університету "Львівська політехніка". Серія: Інформаційні системи та мережі. 2016. № 854. С. 274-281.
16. Мацко І. Досвід глибинних інтерв'ювань у дослідженні іммобільної поведінки мешканців малого міста. Соціальні виміри суспільства. Київ: Ін-т соціології НАН України. 2009. С. 378–388.
17. Мельниченко А.А. Використання соціологічної інформації в управлінні вищим навчальним закладом. Вища школа. 2015. №2-3. С. 19-27.
18. Мельниченко А.А., Акімова О.А. Проблеми і перспективи електоральної соціології в Україні. Вісник Національного технічного університету України "Київський політехнічний інститут": Політологія. Соціологія. Право. 2014. №1. С.73-79.
19. Методичний посібник з оцінювання потреб ВПО у громадах. Кобзін Д., Левкіна Г., Луньова О. та ін. Харків, Харківський інститут соціальних досліджень (ХІСД). 2020. 246 с.
20. Михайлич О. Метод фокус-груп у соціологічному супроводі виборчих кампаній. Політичний менеджмент. 2010. №10. С.123-132.
21. Міжнародний кодекс ICC/ESOMAR з практики проведення маркетингових та соціальних досліджень, вивчення громадської думки та аналізу даних. URL: <https://esomar.org/uploads/attachments/ckqgtgf5ux01l9kjtrrv6ovzlx->

iccesomar-code-russian.pdf

22. Паніна Н. Професійна етика і соціологія в Україні (до прийняття Кодексу професійної етики соціолога САУ). Соціологія: теорія, методи, маркетинг. 2004. № 3. С. 5-8.

23. Паніна Н.В. Технологія соціологічного дослідження: курс лекцій. 2-ге видання, доп. Київ: ІС НАН України. 2007. 320 с.

24. Переверзєв О. Сучасні практики використання новітніх неопитувальних методів збору даних у соціології. Наукові записки НаУКМА. 2017. Том 196. Соціологічні науки. 2017. С. 19-24.

25. Порядок проведення консультацій з громадськістю з питань формування та реалізації державної політики. Затверджено постановою Кабінету Міністрів України від 3 листопада 2010 р. № 996.

26. Резнік О., Козловський, О. Соціально-демографічні чинники ставлення українців до судової влади. Соціологія: теорія, методи, маркетинг. 2020. №2. С. 42–56

27. Розгляд методу контент-аналізу з погляду кількісно-якісних технік проведення /В. Бондар, М. Допіра. 2007 - [http://ekmair.ukma.edu.ua/bitstream/handle/123456789/6877/Bondar\\_Dopira\\_Rozglyad\\_metodu\\_kontent-analizu.pdf](http://ekmair.ukma.edu.ua/bitstream/handle/123456789/6877/Bondar_Dopira_Rozglyad_metodu_kontent-analizu.pdf)

28. Сурмін Ю. П. Кейс-стаді: архітектура і можливості. К.: НМЦ Консорціум із удосконалення менеджмент-освіти в Україні. 2012. 336 с.

29. Якісні дослідження в соціологічних практиках: [навч.посіб]; за ред. Н.Костенко, Л.Скокової. К.: ІС НАНУ. 2009. [https://i-soc.com.ua/assets/files/library/g\\_s\\_ok.pdf](https://i-soc.com.ua/assets/files/library/g_s_ok.pdf)

### **Додаткова:**

1. Alasuutari Pertti, Leonard Bickman, and Julia Brannen *The SAGE Handbook of Social Research Methods*. London : SAGE Publications Ltd, 2008.

2. American Psychological Association. Standards for educational and psychological tests and manuals. Washington, 1974.

3. Carmines E.G. Zeller R.A. Measurement in the social sciences. Cambridge University Press. 1980.

4. Spalter-Roth, Roberta & Best, Amy & White, Patricia. Bringing



Sociology into the Public Policy Process: a Relational Network Approach. The American Sociologist. 2018. №49.

5. Stockemer D. Quantitative Methods for the Social Sciences.- : Springer. 2019. 181 с.

6. Wiedemann, G. Text Mining for Qualitative Data Analysis in the Social Sciences. Springer. 2016. 294 с.

7. Браймен Алан. Интервью в качественных исследованиях. Социология власти. 2007. № 4. С. 15–32.

8. Волович В.И. Надежность информации в социологическом исследовании : проблемы методологии и методики. К., 1974. 134 с.

9. Волянская Е.В., Подкуркова И.В. Доверие к суду как фактор доверия к публичной власти: международное и национальное измерения. Вісник Національного університету «Юридична академія України імені Ярослава Мудрого». Серія: Філософія, філософія права, політологія, соціологія, 2018. №2 (37). С. 151-165.

10. Девятко И.Ф. Методы социологического исследования. Университет. 2002. 295 с.

11. Джантеев Т.Х. Основные направления социологического обеспечения диагностики и предупреждения организационных рисков в органах внутренних дел. Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Социология. 2016. №2. С. 418-425.

12. Докторов Б.З. О надежности измерения в социологическом исследовании. Под редакцией Б.М.Фирсова. Л. Наука. 1979. 128 с.

13. Здравомыслов А.Г. Методология и процедура социологических исследований. М.: Мысль. 1969.

14. Козачок В. И., Фролов В. А. Социологическое обеспечение управления информатизацией региональных органов государственной власти. Среднерусский вестник общественных наук. 2013. №3. С. 56-60.

15. Методы сбора информации в социологических исследованиях. Кн. 2. Организационно-методические проблемы опроса. Анализ документов. Наблюдение. Эксперимент. М.: Наука. 1990. 224 с.

16. Панина Н.В. Избранные труды по социологии: в 3 т. Т.1. Вопросы теории, методологии, технологии социологического

исследования и профессиональной этики. К.: Факт. 2008.

17. Паниотто В.И. Качество социологической информации: методы оценки и процедуры обеспечения. Киев: «Наукова думка», 1986. 206 с.

18. Рабочая книга социолога. Под общ. ред. и с предисл. Г. В. Осипова. Изд. 5-е. М.: Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2009. 480 с.

19. Саганенко Г.И. Надежность результатов социологического исследования. Л.: Наука. 1983. 194 с.

20. Семенова В.В. Качественные методы: введение в гуманистическую социологию: Учеб. пособие для студентов вузов / Институт социологии РАН: М.: Добросвет, 1998. - 289 с.:

21. Сердюк А. В. Оценивание качества в администрировании судебной деятельности: проблема операционализации. Вісник Національного університету «Юридична академія України імені Ярослава Мудрого». Серія: Філософія, філософія права, політологія, соціологія. 2012. №1 (11). С. 299-306.

22. Соціальні результати державних програм: теоретико-методологічні та прикладні аспекти оцінювання: [монографія] / за ред. Е. М. Лібанової; Інститут демографії та соціальних досліджень імені М. В. Птухи НАН України. Умань: Видавець «Сочінський». 2012. 312 с.

23. Сухачева А. В., Кочнева О. П., Латфулина А. Р. Социологическое сопровождение управленческих решений на региональном и муниципальном уровнях. Вестник Кемеровского государственного университета. Серия: Политические, социологические и экономические науки. 2018. № 1. С. 42-50.

24. Цариценцева Е.В. Социологическая информация в контексте государственного управления. Теоретический журнал "Credo". Ел. ресурс 1999. Электрон. текстовые дан. Режим доступа: <http://credonew.ru/content/view/152/51/>

25. Чаплай І.В. Державно-громадська комунікація як об'єкт наукового дослідження в Україні: Монографія. Одеса : Купрієнко Св. 2018. 385 с.

26. Чурилов Н. Типология и проектирование выборочного

социологического исследования (история и современность): монография. Институт социологии Национальной академии наук Украины. Киев: Факт, 2008. 366 с.

27. Шапиева А.В. Социологическая информация в управлении молодежной политикой. Ученые записки Забайкальского государственного университета. Серия: Социологические науки. 2017. № 12 (3). С. 135-140.

28. Шевель І. Соціологічне забезпечення виборчих кампаній. Розбудова держави. 1998. № 9/10. С.65-71.

29. Ядов В.А. Социологическое исследование: методология, программа, методы. М., 1972.

## ДОДАТОК

### Зразок анкети, яка використана авторами для опитування державних службовців у 2021 році

#### **Шановні добродіі!**

*Просимо Вас узяти участь у соціологічному опитуванні, присвяченому дослідженню ролі жінки-керівника на державній службі, яке проводиться Національним агентством з питань державної служби та Навчально-науковим центром прикладної соціології «Соціоплюс».*

*Пропонуємо Вам дати відповіді на наведені питання. Отриману інформацію буде використано винятково в узагальненому вигляді зі збереженням повної конфіденційності.*

#### **1. Оцініть, будь ласка, наскільки Ви задоволені своїм місцем роботи в системі державної служби в цілому?**

- 1.1. Повністю задоволені
- 1.2. Швидше задоволені
- 1.3. Швидше не задоволені
- 1.4. Взагалі не задоволені
- 1.5. Важко відповісти

#### **2. Якими життєвими орієнтирами Ви керуєтесь у професійній діяльності?**

- 2.1. Матеріальна забезпеченість
- 2.2. Здоров'я
- 2.3. Саморозвиток та вдосконалення
- 2.4. Цікава робота
- 2.5. Суспільне визнання
- 2.6. Користь для суспільства
- 2.7. Незалежність у вчинках і діях
- 2.8. Щасливе сімейне життя
- 2.9. Ваш варіант: \_\_\_\_\_

#### **3. Чи доводилося Вам у своєму житті відмовлятися від реальних можливостей кар'єрного зростання заради сім'ї (наприклад, відмовились від переходу на вищу посаду через необхідність приділяти час сім'ї)?**

- 3.1. Так
- 3.2. Ні

#### **4. При виникненні конфліктних ситуацій, пов'язаних із виконанням Вами професійних обов'язків, Ви більшою мірою схильні...**

- 4.1. ...до останнього відстоювати свою позицію
- 4.2. ...відшукувати компромісне рішення
- 4.3. ...уникати конфронтації, навіть поступаючись власними переконаннями або інтересами
- 4.4. Важко відповісти / Залежно від ситуації

**5. Які з наведених soft skills (навички комунікації, роботи в команді тощо) Ви вважаєте найважливішими для державного службовця? (оберіть, будь ласка, не більше 3-х варіантів):**

- 5.1. Комплексне (системне) вирішення робочих проблем
- 5.2. Вмотивованість до роботи
- 5.3. Дотримання правил корпоративної етики
- 5.4. Ініціативність, творчий підхід до справи
- 5.5. Критичне мислення
- 5.6. Дотримання трудової дисципліни, обов'язковість у виконанні робочих справ
- 5.7. Уміння працювати в команді, взаємодіяти з людьми
- 5.8. Уміння представити результати своєї роботи
- 5.9. Здатність до управління людьми
- 5.10. Емоційний інтелект (уміння керувати своїми емоціями, розуміти і керувати емоціями інших людей)
- 5.11. Клієнтоорієнтованість
- 5.12. Здатність до мультизадачності
- 5.13. Вміння діяти в умовах стресу
- 5.14. Ваш варіант: \_\_\_\_\_
- 5.15. Важко відповісти

**6. Як Ви вважаєте, які характеристики, в першу чергу, повинні бути притаманні керівникам для більш ефективної діяльності...(дайте відповідь по кожному рядку у таблиці)**

	Жінці-керівнику	Чоловіку-керівнику	Не залежно від статі
...вольовий характер			
...авторитарність			
...чесність			
...комунікабельність			
...сміливість та рішучість			
...справедливість			
...відповідальність			
...лояльність			
...цілеспрямованість			
...обов'язковість			
...наполегливість			
...урівноваженість			
...порядність			
...дисциплінованість			
Ваш варіант:			

**7. Чи доводилося Вам звертатися до керівництва щодо встановлення Вам надбавок, виплат чи премій у зв'язку зі збільшенням обсягу роботи або виконанням особливо важливої роботи?**

7.1. Так

7.2. Ні

**8. Чи обіймаєте Ви керівну посаду:**

8.1. Так, вищої ланки

8.2. Так, середньої ланки

8.3. Ні → *Перехід до питання 10*

**9. Наскільки Вам притаманні наведені нижче характеристики/риси управлінця:**

	Цілком притаманне	Швидше притаманне	Швидше не притаманне	Взагалі не притаманне
Заохочую в роботі підлеглих прояви високого рівня ініціативи і самостійності				
Одноосібно вирішую, що потрібно робити для досягнення поставлених цілей, залишаючи підлеглим виконавські функції				
Піклуюся про кар'єрне зростання своїх підлеглих				
З розумінням ставлюсь до необхідності поєднання роботи та сімейного життя				
Використовую делегування повноважень (залишаю за собою вирішення лише найбільш важливих питань, а другорядні передаю на розсуд підлеглих)				
Як керівник я створюю умови для забезпечення фізичного здоров'я та комфорту підлеглих на роботі				
Докладаю зусиль, щоб досягти забезпечення високої трудової дисципліни				
Намагаюся встановлювати неформальні, довірливі взаємовідносини з підлеглими				

**10. Чи доводилося Вам під час Вашої професійної діяльності відчувати упереджене ставлення до себе за статевою ознакою з боку...**

	Так	Ні	Важко відповісти
... колег Вашої статі			
... колег протилежної статі			
... керівництва			

**11. Як Ви вважаєте, чи мають чоловіки та жінки в Україні однакові шанси на кар'єрне зростання на державній службі?**

	Шанси на кар'єрне зростання на державній службі жінок є вищими	Шанси на кар'єрне зростання на державній службі є рівними	Шанси на кар'єрне зростання на державній службі чоловіків є вищими	Важко відповісти
<b>На посади категорії А</b>				
<b>На посади категорії Б</b>				
<b>На посади категорії В</b>				

**12. Які з перелічених обов'язків, на Вашу думку,...?**

	... є суто жіночими	... є суто чоловічими	... є як жіночими, так і чоловічими
Перебування у відпустці для догляду за дитиною до досягнення нею трирічного віку			
Виховання дітей			
Приготування їжі			
Підтримка чистоти, комфорту в оселі			
Матеріальне забезпечення родини			
Ремонтні роботи, облаштування оселі			
Організація дозвілля родини			
Організація позашкільної освіти дітей			
Допомога у навчанні дітей у школі (домашні завдання тощо)			
Підтримка належного стану здоров'я членів родини			
Інше			

- 13. Якби Вам запропонували на вибір під чиїм керівництвом працювати – жінки чи чоловіка, якою була б Ваша відповідь (за умови, що в них схожі професійні характеристики)?**
- 13.1. Жінки
  - 13.2. Чоловіка
  - 13.3. Не бачу різниці
  - 13.4. Важко відповісти
- 14. Чи відмовились би Ви від роботи, якщо була б можливість не працювати?**
- 14.1. Так
  - 14.2. Ні
  - 14.3. Важко відповісти
- 15. При виборі місця роботи на що Ви звертаєте/звертали увагу в першу чергу (оберіть не більше трьох варіантів)?**
- 15.1. Відстань від дому
  - 15.2. Заробітна плата
  - 15.3. Можливість кар'єрного зростання
  - 15.4. Соціальний захист
  - 15.5. Статус
  - 15.6. Графік роботи
  - 15.7. Інший варіант (запишіть)\_\_\_\_\_
- 16. Як Ви вважаєте, чи зазнають сьогодні особи Вашої статі в реальному житті ґендерної дискримінації щодо кар'єрного зростання?**
- 16.1. Так
  - 16.2. Ні
  - 16.3. Важко відповісти
  - 16.4. Інший варіант (запишіть)\_\_\_\_\_
- 17. Чи стикалися Ви, під час проходження державної служби, з конкретними випадками, коли при влаштуванні на роботу була віддана перевага чоловіку при однакових вихідних професійних якостях?**
- 17.1. Так
  - 17.2. Ні
  - 17.3. Важко відповісти
- 18. Чи стикались Ви із конкретними випадками у Вашому житті, коли, перебуваючи на однакових посадах, жінка та чоловік отримували різну заробітну плату (враховуючи всі види виплат)?**
- 18.1. Так, жінка отримувала більше
  - 18.2. Так, жінка отримувала менше
  - 18.3. Ні, не стикався/не стикалася
  - 18.4. Важко відповісти



**19. Як Ви вважаєте, наскільки достатнім є теперішній рівень присутності жінок на керівних посадах державної служби України?**

- 19.1. Цілком достатній
- 19.2. Швидше достатній
- 19.3. Швидше недостатній
- 19.4. Повністю недостатній
- 19.5. Важко відповісти

**20. Як у цілому, на Вашу думку, змінилася ситуація з дотриманням ґендерної рівності в Україні за останні п'ять років?**

- 20.1. Значно покращилася
- 20.2. Дещо покращилася
- 20.3. В цілому не змінилася
- 20.4. Дещо погіршилася
- 20.5. Значно погіршилася
- 20.6. Важко відповісти

**21. Чи є у Вашому структурному підрозділі функціональні повноваження та завдання щодо реалізації ґендерної політики?**

- 21.1. Так
- 21.2. Ні
- 21.3. Важко відповісти

**22. Чи передбачено у системі оцінювання ефективності Вашої діяльності (КРІ) завдання, пов'язані з питаннями реалізації ґендерної політики?**

- 22.1. Так
- 22.2. Ні
- 22.3. Важко відповісти

**23. Чи відчували Ви щодо себе:**

	Так	Ні	Важко відповісти
...ґендерну дискримінацію на роботі (наприклад, при працевлаштуванні, в ході кар'єрного зростання, в оплаті праці тощо)?			
...ґендерну дискримінацію у сімейному житті чи побуті (наприклад, щодо Вашої участі в ухваленні рішень про життя та побут сім'ї, вихованні дітей, розподілу сімейних обов'язків тощо)?			

**24. Чи хотіли б Ви підвищити рівень своєї професійної компетентності у сфері ґендерної політики?**

- 24.1. Так
- 24.2. Ні

- 25. Вкажіть тематику, яка була б Вам цікава?\_\_\_\_\_**
- 26. Який формат підвищення кваліфікації був би зручнішим для Вас?**
- 26.1. Загальна професійна програма
  - 26.2. Спеціалізовані короткострокові навчальні курси
  - 26.3. Тематичні семінари, тренінги
  - 26.4. Самоосвіта
  - 26.5. On-line курси
  - 26.6. Ваш варіант:\_\_\_\_\_
- 27. З яким із наведених тверджень Ви погоджуєтесь більшою мірою:**
- 27.1. Заради грошей та кар'єрного зростання я можу працювати більше часу, навіть за умови скорочення часу, який я хочу присвятити собі та родині
  - 27.2. Я не можу працювати більше за будь-яких умов, адже це скорочує час, який я хочу присвятити собі та родині
  - 27.3. З жодним з тверджень не погоджуюся
- 28. Наскільки часто Вам доводиться затримуватися на роботі після завершення робочого дня?**
- 28.1. Постійно
  - 28.2. Час від часу
  - 28.3. Рідко
  - 28.4. Ніколи
- 29. Оберіть, будь ласка, твердження, з якими Ви згодні:**
- 29.1. Незаміжні ЖІНКИ більш амбітні та швидше досягають кар'єрного успіху, ніж ті, які мають сім'ю
  - 29.2. Сімейний стан ЖІНКИ не має значення, лише особисті якості визначають успіх у кар'єрному зростанні
  - 29.3. ЖІНКИ із сім'єю мають менше шансів на успішне кар'єрне зростання
- 30. Оберіть, будь ласка, твердження, з якими Ви згодні:**
- 30.1. Неодружені ЧОЛОВІКИ більш амбітні та швидше досягають кар'єрного успіху, ніж ті, які мають сім'ю
  - 30.2. Сімейний стан ЧОЛОВІКА не має значення, лише особисті якості визначають успіх у кар'єрному зростанні
  - 30.3. ЧОЛОВІКИ з сім'єю мають менше шансів на успішне кар'єрне зростання
- 31. Як Ви вважаєте, чи потрібно ввести квоту на кількість жінок на керівних посадах?**
- 31.1. Так
  - 31.2. Скоріше так
  - 31.3. Скоріше ні
  - 31.4. Ні
  - 31.5. Важко відповісти

- 32. Зазначте, будь ласка, Ваш стаж у системі державної служби:\_\_\_\_\_**
- 33. Ви працюєте в ...**  
33.1. ...органі виконавчої влади  
33.2. ...органі місцевого самоврядування
- 34. Вкажіть Ваш ранг:\_\_\_\_\_**
- 35. Зазначте, будь ласка, Ваш вік:\_\_\_\_\_**
- 36. Зазначте, будь ласка, Вашу стать:**    чоловіча    жіноча

Щиро вдячні за Ваші відповіді!

# Соціологічне забезпечення управлінської діяльності

Навчально-методичне видання

Мельниченко Анатолій Анатолійович  
Акімова Олена Андріївна  
Іщенко Анна Миколаївна