

Міністерство освіти і науки України  
Чорноморський державний університет ім. Петра Могили

***Л. В. Калашнікова***

# **ОРГАНІЗАЦІЯ ДІЯЛЬНОСТІ СОЦІОЛОГІЧНИХ СЛУЖБ**

Навчальний посібник для студентів  
вищих навчальних закладів



Миколаїв – 2016

УДК 316:061.1/2(075.8)

ББК 60.5я73

К 17

Рекомендовано до друку вченою радою ЧДУ імені Петра Могили (протокол № 6 від 29.02.2016).

**Рецензенти:**

**Онищук В. М.**, д-р соціол. наук, професор, завідувач кафедри соціології Одеського національного університету імені І. І. Мечникова;

**Рущенко І. П.**, д-р соціол. наук, професор, професор кафедри соціології та психології Харківського національного університету внутрішніх справ;

**Лобанова А. С.**, д-р соціол. наук, професор, завідувач кафедри соціології та економіки Криворізького педагогічного інституту ДВНЗ «Криворізький національний університет».

К 17

**Калашнікова Л. В.**

Організація діяльності соціологічних служб: [навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів] / Людмила Володимирівна Калашнікова. – Миколаїв : Вид-во ЧДУ ім. Петра Могили, 2016. – 192 с.

**ISBN 978-966-336-353-0**

Цей навчальний посібник є спробою системного викладу загальних відомостей щодо становлення й функціонування провідних світових та вітчизняних соціологічних установ. Аналізуються проблеми, що виникають у процесі роботи аналітико-дослідницьких соціологічних центрів під час організації та проведення емпіричних соціологічних досліджень.

У посібнику представлено тексти лекцій, а також програму вивчення курсу (теми і зміст практичних занять; запитання і завдання для самоконтролю; методичні вказівки щодо написання есе, тез доповідей, рецензій та рефератів; запитання до заліку).

Книга стане корисною студентам, що опановують професію соціолога, соціального працівника, менеджера соціального управління, а також викладачам, науковцям, аспірантам, керівникам організацій, потенційним замовникам соціологічних досліджень і всім, хто цікавиться актуальними проблемами сучасного соціологічного знання.

УДК 316:061.1/2(075.8)

ББК 60.5я73

ISBN 978-966-336-353-0

© Калашнікова Л. В., 2016

© ЧДУ імені Петра Могили, 2016

# **ЗМІСТ**

---

<b>Вступ .....</b>	<b>5</b>
<b>Модуль 1. СОЦІОЛОГІЧНА СЛУЖБА ЯК НАУКОВО-ДОСЛІДНА ОРГАНІЗАЦІЯ.....</b>	<b>8</b>
<b><i>Розділ 1. Професіоналізація соціологічної діяльності .....</i></b>	<b>9</b>
Формування основних ознак професії, професіоналізація соціології .....	9
Функції соціологічної науки .....	11
Групи чинників, що визначають соціологічну культуру.....	17
Професійна етика у сфері соціологічних досліджень .....	20
<b><i>Розділ 2. Історія виникнення соціологічних служб та основні напрями їх діяльності.....</i></b>	<b>25</b>
Етапи розвитку емпіричної соціології.....	25
Індустріальна соціологія як один з основних напрямів емпіричної соціології Заходу.....	31
Умови та періодизація розвитку промислової соціології в СРСР .....	33
Функціонування соціологічних служб у період 1970–1990-х рр.....	36
Характеристика основних підходів до організації діяльності соціологічних служб .....	37
<b><i>Розділ 3. Становлення й особливості функціонування світових соціологічних дослідницьких центрів .....</i></b>	<b>42</b>
Діяльність Міжнародного інституту соціології та Міжнародної соціологічної асоціації .....	42
Особливості функціонування Інституту Геллапа .....	46
Напрями діяльності Інституту демоскопії.....	47
Європейська асоціація дослідження громадської думки та ринку .....	49
Національний центр опитування громадської думки США .....	50
Національний центр соціальних досліджень NatCen.....	52
Діяльність GfK Group .....	53
Соціологічні дослідницькі установи Росії .....	55

<b>Розділ 4. Організаційна структура та діяльність соціологічних служб в Україні .....</b>	<b>61</b>
Установи Національної академії наук України, що здійснюють розробку загальних теоретико- методичних і галузевих соціологічних проблем .....	61
Діяльність Соціологічної асоціації України .....	69
Загальна характеристика діяльності мережі аналітичних центрів України .....	77
Соціологічні кафедри та лабораторії ВНЗ .....	85
<b>Модуль 2. МЕНЕДЖМЕНТ ДІЯЛЬНОСТІ СОЦІОЛОГІЧНОЇ СЛУЖБИ .....</b>	<b>88</b>
<b>Розділ 5. Організаційна структура соціологічної служби підприємства .....</b>	<b>89</b>
Особливості діяльності соціологічної служби підприємства.....	89
Права та обов'язки керівника соціологічного підрозділу і штатного соціолога підприємства.....	91
Специфіка роботи соціолога на підприємстві .....	96
<b>Розділ 6. Добір, навчання й атестація працівників соціологічних служб .....</b>	<b>104</b>
Оцінювання працівників при прийомі на роботу.....	104
Особливості діяльності працівників соціологічних служб: інтерв'юера, супервайзера, рекрутера, контролера .....	108
Ділове оцінювання працівників соціологічної служби .....	117
Атестація соціологів .....	119
<b>Розділ 7. Особливості управління дослідницьким соціологічним проектом .....</b>	<b>123</b>
Організація соціологічного дослідження.....	123
Ескіз проекту, проект, програма, робочий та стратегічний плани соціологічного дослідження .....	126
Документація як організаційний чинник діяльності соціологічних служб .....	131
<b>Висновки .....</b>	<b>141</b>
<b>Бібліографічний список.....</b>	<b>143</b>
<b>Додатки.....</b>	<b>151</b>

# **ВСТУП**

---

Суттєві перетворення на сучасному етапі розвитку українського суспільства актуалізували потребу у фахівцях-соціологах, які володіють системними соціальними знаннями, навичками організації та реалізації дослідницької діяльності, досвідом прогнозування, підготовки й обґрунтування комплексних соціальних рішень в умовах євроінтеграції та глобалізації. Задоволення цієї потреби визначеною мірою залежить від ефективності системи вищої професійної освіти, оскільки саме вона спрямована на підготовку висококваліфікованих фахівців у галузі соціології, здатних у майбутньому до професійного зростання й професійної мобільності на ринку праці.

З огляду на провідні сфери професійної самореалізації майбутнього соціолога до числа його основних професійних якостей треба віднести фахові (професійна мотивація, діловитість, професійна усталеність), інтелектуальні (дослідницькі та прогностичні), комунікативні, творчі й морально-етичні якості. Значною мірою на процес формування професійних якостей студента-соціолога у процесі навчання впливає професійна мотивація, що являє собою процес стимулювання себе й інших людей до досягнення визначних професійних успіхів. Ця складова мотиваційної сфери студентів визначає не лише правильність вибору професійного шляху й продуктивність трудової діяльності, ступінь задоволеності результатами своєї праці, але й успішність всього процесу професійного навчання.

Ознайомлення студентів-соціологів з основними напрямками діяльності світових та вітчизняних соціологічних служб, організацій, соціологічних підрозділів вищих навчальних закладів, академічних інститутів, організаційною структурою соціологічних установ, специфікою їх становлення та функціонування в умовах розвитку сучасного суспільства дозволить мотивувати їх на майбутню успішну професійну діяльність.

Мета цього навчального посібника полягає в озброєнні студентів знаннями про концептуальні та організаційно-методичні засади діяльності сучасних соціологічних служб, ознайомити зі світовим і вітчизняним досвідом організації роботи дослідницьких установ, а також із

методикою підготовки та координації роботи фахівців, які залучаються до процесу організації й проведення емпіричного соціологічного дослідження.

Структура посібника має два змістові модулі, що присвячено вивченню соціологічної служби як науково-дослідної організації та з'ясуванню специфіки менеджменту діяльності соціологічних установ. Кожен із модулів складається з розділів, які, у свою чергу, діляться на підрозділи. Подібний розподіл навчального матеріалу дозволяє акцентувати увагу на базових поняттях, а також обґрунтувати їх функціональне призначення.

У першому розділі схарактеризовано формування основних ознак професії, процес професіоналізації соціології, визначено функції соціологічної науки та групи чинників, що визначають соціологічну культуру, висвітлено сутність поняття «професійна етика» у сфері соціологічних досліджень.

Другий розділ присвячено визначенню етапів розвитку емпіричної соціології, окресленню особливостей становлення індустріальної соціології, з'ясуванню умов розвитку промислової соціології в СРСР і характеристик основних підходів до організації діяльності соціологічних служб.

У третьому розділі подано коротку характеристику діяльності Міжнародного інституту соціології, Міжнародної соціологічної асоціації, Інституту Геллапа, Інституту демоскопії, Європейської асоціації дослідження громадської думки та ринку, Національного центру опитування громадської думки США, Національного центру соціальних досліджень NatCen, GfK Group, провідних соціологічних дослідницьких установ Росії.

Четвертий розділ присвячено з'ясуванню особливостей становлення та функціонування українських аналітико-дослідницьких соціологічних центрів – Національного інституту стратегічних досліджень, Інституту демографії та соціальних досліджень ім. М. В. Птухи НАНУ, Інституту соціальної та політичної психології НАПНУ, Інституту соціології НАНУ, Міжнародного центру перспективних досліджень, Соціологічної асоціації України, соціологічного факультету Харківського національного університету ім. В. Н. Каразіна, громадської організації «Центр «Соціальний моніторинг», Українського інституту соціальних досліджень ім. О. Яременка, Східноукраїнського Фонду соціальних досліджень, Центру науково-прикладних досліджень «СОЦІО», Київського міжнародного інституту соціології, Центру Разумкова, Центру соціальних та маркетингових досліджень «СОЦІС», громадської організації «Соціополіс», Фонду «Демократичні ініціативи ім. Ілька Кучеріва», Всеукраїнської

соціологічної служби, Київського інституту проблем управління ім. Горшеніна, соціологічних кафедр та лабораторій ВНЗ.

У п'ятому розділі визначено особливості діяльності соціологічної служби підприємства, схарактеризовано права та обов'язки керівника соціологічного підрозділу й штатного соціолога підприємства, окреслено специфіку роботи соціолога на підприємстві.

У шостому розділі окреслено сутність процесів оцінювання й атестації працівників соціологічних служб, з'ясовано особливості діяльності інтерв'юера, супервайзера, рекрутера й контролера.

Сьомий розділ присвячено визначенню особливостей організації соціологічного дослідження, складання ескізу проекту, проекту, програми, робочого та стратегічного планів соціологічного дослідження, формуванню пакетів звітних документів за результатами проведених досліджень.

У додатках представлено: типову навчальну програму вивчення курсу «Організація діяльності соціологічних служб»; перелік світових соціологічних установ й організацій; список провідних соціологічних журналів, часописів, вісників.

## **Модуль 1**

---

# **СОЦІОЛОГІЧНА СЛУЖБА ЯК НАУКОВО-ДОСЛІДНА ОРГАНІЗАЦІЯ**



# **РОЗДІЛ 1**

---

## **Професіоналізація соціологічної діяльності**

### **ФОРМУВАННЯ ОСНОВНИХ ОЗНАК ПРОФЕСІЇ, ПРОФЕСІОНАЛІЗАЦІЯ СОЦІОЛОГІЇ**

Сучасна соціологічна наука як галузь наукового знання та як професія вимагає високого рівня професіоналізму, що формується переважно за рахунок професійної підготовки спеціалістів у цій сфері практичної діяльності. Професіоналізм конкретного спеціаліста є результатом його самореалізації в ході тривалого професійного становлення, для якого характерні індивідуальна своєрідність та унікальність умов протікання.

*Професійне становлення фахівця-соціолога* – це цілісний та безперервний процес розвитку практичної, освітньої й дослідницької діяльності у галузі соціології, орієнтований на формування у нього професійних знань, умінь, навичок та особистісних якостей, адекватних кваліфікаційним й етичним стандартам професії.

За свою двохсотрічну інституціональну історію соціологія встигла апробувати цілий ряд варіантів легітимізації. Необхідність розвитку, належного функціонування соціологічної науки та соціологічної освіти було обґрунтовано відповідно до конкретної епохи й країни. Дискусія ж про професіоналізацію сучасної вітчизняної соціології розгортається навколо питання про співвідношення теорії й практики в навчальному процесі, адже достеменно відомо, що навчання повинно давати теоретичну базу, яка буде ефективно конвертуватися у практичні навички задля забезпечення конкурентної позиції соціологів-професіоналів на ринку праці. Така професіональна модель є ефективною лише за умов організаційно-правового закріплення та громадського визнання соціології як галузі наукового знання, оскільки її професіоналізація тісно пов'язана з інституціоналізацією, що, як відомо, відбувалася в українському суспільстві майже на століття пізніше, ніж у країнах Західної Європи та США.

Саме тому зауважимо, що *професіоналізацію соціологічної діяльності* варто розглядати як процес поступового формування основних ознак професії, які характеризують соціологію як спеціалізований різновид занять із функціональним змістом, та полягають:

- в актуалізації суспільної потреби в професійній соціологічній підтримці населення;
- у формуванні соціально-професійної групи фахівців-соціологів та створенні мережі навчальних закладів, у яких відбувається освітня підготовка таких спеціалістів;
- у визначенні та обґрунтуванні кола професійних завдань, що постають перед соціологами;
- в утвердженні нового типу закладів, що створюють робочі місця для соціологів, та норм, які регламентують їх діяльність;
- у виникненні спеціального наукового знання, що пропонує теоретичне обґрунтування практичної діяльності в галузі соціології.

Першими паростками інституціоналізації соціології в Україні стали так звані лабораторії конкретних соціологічних досліджень, створені на початку 1960-х рр. Така лабораторія почала функціонувати у 1962 р. у Київському державному університеті ім. Т. Г. Шевченка при кафедрі філософії, створеної за ініціативи П. В. Копніна. Подібні лабораторії було створено у Львівському, Харківському університетах, а згодом і в інших ВНЗ країни.

Із започаткуванням соціологічної освіти розгорталася підготовка соціологічних кадрів вищої кваліфікації. У грудні 1979 р. у Київському державному університеті ім. Т. Г. Шевченка було створено першу кафедру соціології, у 1986 р. – відділення соціології, а у квітні 1991 р. – факультет соціології та психології. Перший в Україні соціологічний факультет було засновано в 1990 р. у Харківському національному університеті ім. В. Н. Каразіна. Пізніше соціологічні факультети, відділення було створено у Львівському, Одеському, Дніпропетровському та Волинському університетах.

Сьогодні соціологічну освіту можна отримати у понад ніж 30 ВНЗ України: Державний університет телекомунікації (Київ); Дніпродзержинський державний технічний університет (Дніпродзержинськ); Дніпропетровський національний університет ім. О. Гончара (Дніпропетровськ); Донецький державний університет управління (Донецьк); Донецький національний технічний університет (Донецьк); Запорізький державний університет (Запоріжжя); Київський національний університет ім. Т. Шевченка (Київ); Класичний приватний університет (Запоріжжя); Луганський національний університет ім. Т. Шевченка (Луганськ); Львівський національний університет ім. І. Франка (Львів);

Мелітопольський державний педагогічний університет ім. Б. Хмельницького (Мелітополь); Міжнародний Соломонів університет (Київ); Міжрегіональна академія управління персоналом (Київ); Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут» (Київ); Національний університет «Києво-Могилянська академія» (Київ); Національний університет «Львівська політехніка» (Львів); Національний університет «Одеська юридична академія», (Одеса); Національна академія керівних кадрів культури та мистецтв (Київ); Національний авіаційний університет (Київ); Національний педагогічний університет ім. М. Драгоманова (Київ); Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут» (Харків); Одеська національна академія зв'язку ім. О. Попова (Одеса); Одеський національний університет ім. І. Мечникова (Одеса); Східноєвропейський національний університет ім. Лесі Українки (Луцьк); Східноукраїнський національний університет ім. В. Даля (Луганськ); Ужгородський національний університет (Ужгород); Харківський державний педагогічний університет ім. Г. Сковороди (Харків); Харківський інститут екології та соціального захисту (Харків); Харківський національний університет ім. В. Н. Каразіна (Харків); Харківський гуманітарний університет «Народна українська академія» (Харків); Харківський національний університет внутрішніх справ (Харків); Харківський соціально-економічний інститут (Харків); Чернівецький національний університет ім. Ю. Федьковича (Чернівці); Чорноморський державний університет ім. Петра Могили (Миколаїв) та ін.

### **ФУНКЦІ СОЦІОЛОГІЧНОЇ НАУКИ**

Взаємозв'язок сучасної соціологічної науки з напрямками функціонування та розвитку суспільства стверджується через низку основних й допоміжних функцій. Автори соціологічних наукових праць індивідуально підходять до визначення їх сутнісного змісту та кількості. У більшості такого роду робіт до числа провідних функцій соціологічної науки відносять пізнавальну, практичну та ідеологічну, натомість у інших – пізнавальну, прогностичну, соціального проектування і конструювання, організаційно-технологічну, управлінську та інструментальну. Детермінує відсутність спільної думки щодо кількості та змісту функцій соціології, з одного боку – наявна складна структура соціологічного знання, з іншого – розмаїття завдань, що мають розв'язувати соціологи, пізнаючи, аналізуючи й розробляючи соціальні технології впливу на соціальну дійсність. Синтезуючи наявні підходи, треба

визначити найважливіші функції соціологічної науки, які далі розглянемо більш докладно.

Провідною функцією соціології є *теоретико-пізнавальна*, що спрямована на продукування нового знання про соціальну дійсність. Цю функцію соціологічна наука реалізує за рахунок нагромадження знання, його систематизації, формулювання висновків щодо закономірностей розвитку суспільства, джерел та механізмів функціонування, розвитку соціальних явищ і процесів. Іншими словами, соціологічна наука дозволяє реалізувати теоретичне пізнання напрямів розвитку сучасного соціуму, вивчати закони стабільного функціонування й аналізувати динамку змін, виробити теоретико-методологічні засади емпіричного соціологічного дослідження специфіки соціального буття.

Не менш значущою є *практико-перетворювальна функція*, яка виявляється, насамперед, у тому, що соціологія виробляє науково обґрунтовані прогнози стосовно змін соціуму, визначаючи напрями подальшого розвитку. Прикладна складова соціологічного знання, співставляючи наукові теоретичні здобутки з соціальною дійсністю, акцентує увагу на необхідності розробки і запровадженні інноваційних практичних засобів розв'язання наявних соціальних проблем як суспільства загалом, так і конкретних сфер суспільного життя, зокрема.

Загальновідомо, що соціологічне дослідження є різновидом систематичної пізнавальної діяльності, спрямованої на вивчення поведінки груп людей, відносин, процесів соціальної взаємодії у різних сферах життєдіяльності суспільства та отримання нової інформації, виявлення закономірностей суспільного життя на основі соціологічних теорій, методів і процедур.

Орієнтуючись на наявну специфіку прикладних емпіричних соціологічних досліджень, варто зауважити, що пропозиції фахівців-соціологів щодо напрямів можливого покращення соціальної дійсності визначається такими групами факторів, як:

- об'єктивні (соціальна структура соціуму, соціально-політичний устрій, умови організації трудової діяльності та повсякденного життя, поведінка людей за різних умов їх життєдіяльності й т. ін.);
- суб'єктивні (ціннісні орієнтації, мотиви, прагнення, інтереси, уявлення, оцінні судження, припущення, передчуття тощо).

Важливою специфічною рисою конкретних соціологічних досліджень є комплексність та багатофакторність у вивченні суспільства під час його діагностування. Як правило, вивчаючи ту чи іншу проблему, соціологи тісно співпрацюють із фаховими експертами – юристами, економістами, психологами, така форма організації роботи забезпечує здобуття цілісного системного знання.

Специфічність конкретних соціологічних досліджень полягає також у тому, що їх результати широко використовуються у практиці соціального управління, прогнозуванні соціальних процесів, при розробці соціально-політичних технологій, визначенні стратегії й тактики удосконалення соціального життя суспільства.

*Світоглядно-ідеологічна функція* передбачає підтримку взаємозв'язку з іншими науковими концепціями, формування у широких верств населення соціологічного стилю мислення, навчання й високопрофесійну, етичну підготовку фахівців-соціологів. Провідне значення в реалізації цієї функції відіграють факти оприлюднення результатів як теоретичних, так і прикладних емпіричних соціологічних досліджень. Соціологічна інформація, здобута в ході проведення подібних досліджень, сприяє гуманітарній освіті різних представників соціуму, формуванню й розвитку соціологічної культури як суспільства в цілому, так і підвищенню рівня індивідуальної соціологічної культури окремих членів соціуму.

Сутність *гуманістичної й культурної функцій* визначаються як місцем і роллю соціологічної науки в сучасному суспільстві, так і характером наявних соціальних відносин. Соціологічне знання є домінуючою детермінантою, що уможливорює процеси гуманізації соціального буття. Гуманістичне спрямування соціальних змін, ядром яких є конкретна особистість, – головний принцип дослідницької та викладацької роботи, що нерозривно пов'язаний з реалізацією провідних функцій соціології. Незважаючи на те, що соціологія здебільшого зосереджена на вивченні повторюваних форм поведінки людей, масових соціальних явищ, процесів й засновується на наявних статистичних даних, все актуальнішим стає положення про те, що соціолог повинен мати «гуманістичний нерв», тобто ставитись до проблем людей, не як пасивний дослідник, констатує факти, а зі щирим співчуттям й увагою, виконуючи функцію «світського священика». Ніколи в його ставленні до людей загальне не має бути вище особистого. Іншими словами, професіонала-соціолога повинно вирізняти почуття відповідальності, альтруїзму, патріотизму, співчуття, гуманізму, щире бажання використовувати свої знання, уміння та навички практичної роботи виключно на благо соціуму.

*Описову функцію* соціологічної науки спрямовано на узагальнення, опис, систематизацію результатів соціологічних досліджень у форматі аналітичних записок, різноманітних наукових звітів, статей, книг, електронних баз даних тощо. Аналіз такого роду матеріалів дозволяє відтворити досліджувану соціальну дійсність, кількісно й якісно схарактеризувати вивчені соціальні об'єкти. На основі результатів соціоло-

гічних досліджень фахівці роблять практичні висновки й приймають відповідні рішення щодо удосконалення діяльності соціальних інститутів, організацій, оптимізації перебігу змін у різних сферах життєдіяльності суспільства. Такого роду дані є також джерелом виміру, відліку й порівняння, прогностною основою визначення тенденцій розвитку соціальних явищ та процесів.

*Інформаційна функція* передбачає використання емпіричних соціологічних даних задля формування достовірної інформаційної картини, що відбиває максимальну кількість показників розвитку сучасного суспільства, емпірично зафіксованих у ході проведення різного роду прикладних соціологічних досліджень. Соціологічна інформація є одним із найоперативніших видів соціальної інформації, що призначена для оцінки перебігу кількісно-якісних змін соціальних явищ і процесів. З іншого боку, вона відіграє вирішальну роль під час ухвалення науково обґрунтованих управлінських рішень, встановлення зворотного зв'язку з підрозділами владних структур, підлеглими, з населенням конкретного регіону тощо. У зв'язку з постійним ускладненням соціального життя роль соціологічного знання в управлінні суспільством стрімко зростатиме, перш за все, завдяки усвідомленню необхідності його використання як наукової основи державної політики.

*Прогностична функція* соціологічної науки реалізується через соціальні прогнози. В сучасних умовах емпіричне соціологічне дослідження повинно завершуватись не просто описом досліджуваних соціальних явищ чи процесів, а безпосередньо практичними рекомендаціями щодо поліпшення ситуації, можливості соціального впливу на ці процеси, явища – визначення стратегії й тактики розвитку, методів досягнення бажаного результату. Суттєва відмінність у термінах дії прогнозів полягає в тому, що здійснення короткострокового прогнозування передбачає встановлення тенденцій розвитку досліджуваних соціальних явищ, тоді як довгостроковий прогноз спрямовано на вивчення тих же тенденцій, зафіксованих закономірностей, детермінант, що суттєво, довготривало впливають на прогнозований соціальний об'єкт. Виявлення таких факторів та подальше моделювання досліджуваного процесу є беззаперечно найперспективнішим напрямом розвитку сучасної соціології.

*Функція соціального управління* передбачає здійснення свідомого, цілеспрямованого впливу на соціальні системи, організації, інститути, процеси задля покращення соціальної дійсності, оптимізації напрямів, темпів її розвитку й функціонування. Успішність соціального управління цілком залежить від наявності наукового підґрунтя – теоретичних концепцій, методологічних підходів, методичних прийомів пізнання

дійсності й об'єктивних, повних, достовірних, валідних, репрезентативних емпіричних соціологічних даних щодо розвитку суспільства в цілому, й конкретних об'єктів управління, зокрема.

Сутністю *соціально-інженерної функції* є вироблення й розробка механізмів запровадження технологій соціального впливу, типових процедур управління, сценаріїв проведення ділових ігор різних видів – від імітаційних до організаційно-діяльнісних. Отже, зазначена функція дозволяє визначати сутнісний зміст соціальних технологій й розробляти методи впровадження практичних рекомендацій, запропонованих соціологами. Визначаючи специфічні риси реалізації соціально-інженерної діяльності, зауважимо, що, перш за все, наукове знання, використане в цьому виді діяльності, має бути адаптоване стосовно практики, мати вжитковий характер. По-друге, для здійснення цієї діяльності необхідні фахові знання й навички. По-третє, здійснення соціоінженерної діяльності як практичної роботи передбачає наявність низки умов соціально-політичного, економічного та соціокультурного характеру, оскільки соціальна інженерія визначає інтереси різних груп населення й впливає на виконання ними різноманітних функцій. До інших характеристик соціоінженерної діяльності, які треба враховувати для ширшого розуміння природи соціальної інженерії, належать такі: інженерна діяльність є оперативною, інженерний стиль мислення означає вміння поєднувати теоретичне та практичне, поняттєве й образне.

Функції соціологічної науки тісно взаємопов'язані у процесі реалізації основного її призначення, беручи до уваги розмаїття завдань, що вона сьогодні має вирішувати в ході всебічного вивчення й прогнозування соціальних явищ і процесів, варто звернути увагу на необхідність визначення основних напрямів досліджень сучасної вітчизняної соціології:

– синтез знань суспільствознавчих дисциплін задля вироблення сучасної теоретичної концепції розвитку та функціонування громадянського суспільства;

– соціологічний аналіз процесів зміни соціуму в контексті (ретроспектива, сучасність, перспектива – короткострокова, довгострокова);

– дослідження соціальної стратифікації сучасного українського суспільства, формування нових соціальних груп, верств, прошарків за умов суспільної трансформації;

– аналіз міжкультурних, міжетнічних, національних проблем, вивчення процесів формування національної свідомості, відносин між різними націями й народностями;

– активізація соціальної політики в умовах структурних перетворень;

– аналіз якісних змін мотивації трудової діяльності працівників, їх ціннісних орієнтацій та інтересів;

– вивчення проблем становлення громадянського суспільства, розвитку демократії, свободи слова, політичного плюралізму, функціонування масових суспільно-політичних об'єднань, громадських рухів.

Майже всі ці проблеми вивчають й інші науки гуманітарного циклу, проте соціологія зосереджує увагу не лише на необхідності вивчення сутності, причин виникнення, динаміки змін соціальної реальності, а й намагається визначити шляхи розв'язання наявних проблем, завдяки використанню іншого (повнішого, а тому глибшого) підходу до їх вивчення та практичного розв'язання. Для соціоінженерного подолання цих проблем потрібні рекомендації, програми соціально-проектувального й соціально-технологічного характеру, розроблені на підставі використання наявного соціологічного знання. Цим пояснюється той факт, що залучення соціологів для практичного розв'язання масштабних соціальних проблем є вкрай недостатнім.

Значно частіше соціологів задіють у ході розв'язання практичних завдань, які перебувають у царині компетенції більш низького рівня управління. На будь-якому підприємстві, у будь-якій організації існує коло проблем, пов'язаних із необхідністю втілення в життя певних соціальних програм та управлінських рішень, що впливають на оптимізацією людського чинника. До них належить, наприклад, питання добробуту й розстановки, просування кадрів, інтеграції колективу, задоволеності працею і різними аспектами трудової діяльності тощо.

Діяльність соціолога, якщо врахувати досвід вивчення соціологією соціальних проблем, може бути пов'язана і з реалізацією більш масштабних соціальних програм – регіонального, поселенського (реалізованого в певному місті, селі), галузевого характеру (організація системи освіти, культури, галузей народного господарства). Світова практика соціологічної роботи свідчить про те, що соціологи повинні бути залучені до роботи управлінських органів різного рівня, а також у різних царинах державного, господарського та громадського життя; у службах соціального захисту, в органах правопорядку, у бізнесі та засобах масової інформації тощо. За такою схемою, наприклад, діє Американська соціологічна асоціація, щорічно публікуючи список посад, які можуть зайняти особи, що отримали соціологічну фахову освіту різного рівня.

Масштаби діяльності соціологів на соціально-інженерних посадах у нашій країні на сьогодні ще незначні. Проте в останні роки соціологів запрошують на роботу до адміністрацій, міністерських відділів, служб зайнятості, органів правопорядку, великих телевізійних центрів тощо.



## Групи чинників, що визначають соціологічну культуру

Результативність реалізації зазначених вище функцій соціологічної науки та успішність усіх видів соціологічної діяльності безумовно залежить не лише від характеру закономірностей розвитку й функціонування суспільства, соціальних умов, рівня організації соціологічної діяльності, розмаїття зв'язків соціологічної науки зі сферами життєдіяльності людини, а й від рівня професійної підготовки фахівців-соціологів. Саме тому більш детально зупинимось на розгляді питання про соціологічну культуру та етику професійної соціологічної діяльності.

Під поняттям *«соціологічна культура»* треба розуміти рівень професійної майстерності, досягнень соціологів країни чи соціологічної школи, яким визначається і гарантується стандарт якості соціологічних досліджень, надійність їх результатів, авторських висновків й прогнозів, а також авторитет та імідж соціологів, соціології в суспільстві. Поняття соціологічна культура багатозначне й може відображати цей феномен стосовно різних носіїв: окремого індивіда-соціолога, групи соціологів, дослідницького соціологічного центру, соціологів країни, світу.

Н. В. Четирина стверджує, що сьогоденні соціологічна культура існує на п'яти автономних рівнях розвитку:

- 1) рівень соціологічної культури самих соціологів;
- 2) рівень соціологічної культури населення, перш за все, професійних еліт, які визначають розвиток культури в цілому, до їх числа варто віднести політичну еліту, бізнес-еліту, еліту ЗМІ, академічну та референтну еліту;
- 3) інституціональний рівень (наявність соціологічної культури у сфері політики, освіти, охорони здоров'я, релігії, спорту тощо);
- 4) макрорівень (інтегральний рівень);
- 5) мікрорівень (особистісний рівень).

Соціологічну культуру можна розглядати не тільки як феномен соціального знання, а й як атрибут особистісного розвитку. Власне соціологічне бачення особистості передбачає аналіз її ролі та способів участі у відтворенні суспільного життя.

Основними складовими елементами соціологічної культури є:

- соціологічне мислення – здатність мислити з позиції соціологічного знання, системне розуміння об'єктивних й суб'єктивних основ соціальних процесів та їх взаємодії;
- соціологічна уява – створення в процесі мислення нових образів на основі минулого соціологічного сприйняття та наявних соціальних понять;

– уміння враховувати в індивідуальній та груповій поведінці соціологічні закони як існуючі, необхідні, постійно повторювані зв'язки соціальних систем, підсистем, соціальних спільнот, процесів, інститутів та інших складових суспільства;

- соціологічні знання, навички й уміння;
- теоретичні та емпіричні дослідження.

Зрозуміло, що соціологічна культура є похідною від багатьох чинників, але у їх сукупності варто виділити дві групи: ті, що пов'язані з діяльністю самих соціологів, і ті, що своїми коренями заглиблені в суспільство, яке потребує соціологічної інформації, використовує її і так чи інакше поважає як соціальне знання в його соціологічній інтерпретації, так і здобувача цього знання. Безумовно, серед чинників першої групи вирішальне значення мають ті з них, що безпосередньо визначають рівень професійної підготовки, компетентності і майстерності соціологів: освіта, кваліфікація, досвід роботи, методологічна свідомість, чесність, функціонування професійних організацій та ін. Без сумніву, самі соціологи власною діяльністю створюють свою фахову культуру й свій імідж у суспільстві. І тут діють прямі залежності: високий рівень професійної діяльності – високий рівень соціологічної культури, низький рівень діяльності – низький рівень цієї культури. Але й остання шляхом зворотної дії впливає на професійну діяльність соціологів, підвищуючи чи знижуючи її рівень.

Сьогодні в українській соціології спостерігаються суперечливі процеси, пов'язані з роллю та значенням стандарту в дослідницькій практиці. З появою нових соціологічних центрів, різних дослідницьких фондів, фірм, аналітичних установ й інших структур соціологія значно урізноманітнілась, ставши оперативнішою. Водночас ця ж практика демонструє зниження ролі наукового стандарту хоча б з тих причин, що до сфери соціологічних досліджень долучаються непрофесійні дослідники, а зазначені дослідницькі структури нерідко проводять не соціологічні наукові дослідження, а демоскопічні обстеження громадської думки, видаючи їх за подібні дослідження. Справа зайшла так далеко, що практикуються дослідження без програм (тільки за робочим планом або за спрощеною програмою), коли навіть проблема, що досліджується, не фіксується на науковому рівні, а вивчається безпосередньо – так, як її сприймає замовник чи сам дослідник.

Про не досить надійний стандарт соціологічної праці свідчать прогностичні помилки, яких припускаються дослідницькі центри, особливо під час виборчих кампаній, коли значно зростають динаміка громадської думки, зміни масових настроїв та орієнтацій. І вже на відсутність будь-якого стандарту вказують численні соціологічні публікації у пресі, в

яких часто-густо немає й натяку на все те, чим визначається ступінь довіри до дослідження і дослідників (обсяг вибірки, спосіб відбору респондентів, методи проведення опитування, розміри похибки тощо). З огляду на це соціологічним установам, центрам, навчальним закладам, професійним організаціям соціологів потрібно вести послідовну активну боротьбу за жорстку стандартизацію в соціології, налагодження такої системи оцінок, кваліфікації досліджень, яка б виключала можливість дилетантизму та спроб видавати результати випадкових опитувань за професійні наукові дослідження.

Отже, про свою соціологічну культуру мають дбати, насамперед, самі соціологи, що є, до речі, однією з вимог до їх професійного обов'язку та його складових. Проте ця культура містить у собі ще й такі складові, які залежать безпосередньо не від соціологів, а від суспільства, у якому живуть і діють ці спеціалісти-дослідники, а також функціонує соціологічна наука.

Загалом соціологічна культура суспільства відбиває характер його реакцій на потреби в особливій соціальній науці, спроможній постачати йому конкретну інформацію про соціальні процеси і явища, збагачувати його інтелект, раціонально обґрунтовувати соціальну творчість, забезпечувати прийняття необхідних рішень соціальних проблем тощо. *Соціологічна культура суспільства* – це відображення міри поширення в ньому соціологічного мислення й соціологічної інформації, його поваги до соціологічного знання та діяльності соціологів, готовності скористатися їх рекомендаціями на практиці. Іншими словами, соціологічна культура суспільства – це відображення стану інституціоналізації в ньому соціологічної науки, освіти та забезпечення життя і професійної діяльності соціологів за загально визнаними стандартами.

З іншого боку, соціологічна культура характеризується також і моральними чинниками, що узагальнюються термінами «професійна мораль», «професійна честь» соціологів. Безумовно, цей аспект культури доволі своєрідний, оскільки він пов'язаний із суто людськими та громадянськими рисами соціологів як членів того чи іншого суспільства і носіїв соціального престижу вченого та науки в цілому.

Отже, соціологічна культура є, з одного боку, результатом професійної діяльності соціологів, а з іншого – чинником, що забезпечує певний рівень престижу соціологічної науки і праці соціолога в суспільстві.

## ПРОФЕСІЙНА ЕТИКА У СФЕРІ СОЦІОЛОГІЧНИХ ДОСЛІДЖЕНЬ

*Професійна етика* у сфері соціологічних досліджень вимагає обов'язкового регулювання, впровадження системи контрольних заходів. Діяльність професійних соціологічних об'єднань регламентують особливі етичні кодекси, що відображають багатоаспектність професійної етики соціолога. В умовах функціонування та розвитку сучасного суспільства соціолог як представник професійної спільноти повинен нести особисту відповідальність за відносини з різного роду суб'єктами в ході реалізації його професійної діяльності:

1) із суспільством, що презентовано: ретрансляторами інформації (засобами масової інформації в цілому, і зокрема журналістами, політиками, політологами, коментаторами й ін.); споживачами інформації (фахівцями, що звертаються у своїй діяльності до результатів емпіричних соціологічних досліджень); населенням як носієм суспільної думки; владними структурами й ідеологічними інституціями, зацікавленими в отриманні якісних, достовірних, своєчасних соціальних даних;

2) із співвиконавцями в конкретних проектах;

3) із респондентами;

4) із замовниками;

5) із професійною спільнотою.

Етика соціолога ґрунтується на загальнолюдській моралі, чинних законодавчих актах та загальних етичних нормах праці, спілкування, прийнятих у науковому товаристві. Але соціологічна наука (і, перш за все, емпірична складова) має певні особливості, що виявляються в додаткових вимогах до моральної регламентації: характер колективної праці; наступність і співставлення результатів; конфіденційність проблем дослідження; ділові відносини із замовниками; соціально-політична й громадська значущість результатів.

Колективний характер праці, наступність і співставлення результатів призводять до того, що питання нерегламентованого запозичення в емпіричній соціологічній науці має складніший характер, ніж в інших галузях суспільних наук. Фахівець-соціолог не захищений з точки зору наявності можливості привласнення результатів його професійної діяльності або ігнорування його імені в разі маніпуляцій даних, отриманих у ході проведення ним різного роду досліджень. Проблема посилення у соціологічній науці потребує ретельного контролю, особливо це стосується інструментарію емпіричних досліджень. У сучасній соціології доволі багато новачків, аматорів, які з дитячою безпосередністю привласнюють чужі методики і вважають подібного роду дії цілком законним способом наукової або прикладної праці, забуваючи про те,

що наукова робота вимагає обов'язкових посилань, а прикладна – оплати праці реального автора.

Соціальні трансформації, що спостерігались у нашому суспільстві, починаючи з періоду «перебудови» і здобуття Україною державної незалежності, не могли обійти стороною інституції науки загалом, і соціології, зокрема, яка на відміну від усіх наукових дисциплін, зазнала найсуттєвіших структурних та етико-професійних змін. Головна причина подібного роду перетворень полягала в тому, що потреба в соціологічному забезпеченні соціально-політичних й економічних інституцій не відповідала можливостям якісної професійної, кваліфікованої підготовки необхідної кількості фахівців-соціологів.

З одного боку, інтерес до соціологічної науки як такої, з іншого – зростання потреби в проведенні чисельних, масштабних і конкретних соціологічних досліджень спричинило стрімке залучення до наукового соціологічного кола великого числа людей, які не мають вищої спеціалізованої освіти, належної кваліфікаційної підготовки, незнайомі або недостатньо знайомі із специфікою морально-етичної професійної регламентації соціологічної діяльності. Одна з таких груп фахівців представлена фахівцями в галузі історичного матеріалізму, наукового комунізму та інших соціально-гуманітарних наук минулого, яких до соціологічної науки призвела зміна ідеологічної парадигми. Як правило, ці фахівці досить добре володіють навичками роботи з літературою, тому опанування нової царини теоретичних знань або викладання, не є для них принциповою новою сферою професійної діяльності. Але коли життєві обставини й потреби спонукають їх брати участь у здійсненні емпіричних соціологічних досліджень, які потребують принципово іншого підґрунтя знань, практичних умінь і навичок роботи з різними засобами математично-статистичного аналізу, використанням багатофункціонального програмного забезпечення, здійснення кількісно-якісного аналізу соціологічної інформації.

Почастішання випадків порушення принципів та провідних засад професійно-етичного кодексу в Україні за нової соціальної ситуації, на жаль, уже призвело до численних публічних спекуляцій навколо соціології, до спотвореного сприйняття суспільством ролі та місця соціологічної науки. Представники професійного співтовариства, на відміну від громадськості, дещо спізнюються із внутрішньо корпоративним обговоренням питань, пов'язаних із взаємовідносинами соціологів як представників професійної спільноти, із громадськістю загалом, поступаючись пріоритетом в обговоренні такого роду питань, належної оцінки різноманітних соціально-політичних спекуляцій.

Зважаючи на те, що професіоналізм передбачає, перш за все, виконання професійних зобов'язань, професійну відповідальність за процес і результат професійної діяльності. У цьому значенні *професійний обов'язок соціолога* варто визначити як вироблене товариством соціологів уявлення про зобов'язання перед суспільством, які фахівці-соціологи добровільно виконують, відповідно до місця та ролі своєї професії у сучасному суспільному житті. Заломлюючись крізь призму особистісних переживань конкретним спеціалістом, зумовлених професією соціолога, етичних вимог, засвоєння загального уявлення про професійні зобов'язання народжується особистісне самовизначення професійного обов'язку, впевненість у необхідності особистісної участі у виконанні суспільних вимог до професії. Зміст професійних зобов'язань сучасного соціолога описано й конкретизовано в професійному кодексі соціолога.

Усвідомлення необхідності розв'язання етико-професійних проблем соціологічної спільноти визначило такі рішучі кроки – на III з'їзді Соціологічної асоціації України було ухвалено рішення створити Комісію з професійної етики і доручити їй підготовку Кодексу професійної етики відповідно до сучасних вимог до професійної діяльності соціологів.

Під час підготовки Кодексу Комісія виходила з таких критеріїв: кодекс має не заперечувати головним вимогам, прийнятим у Світовій соціологічній спільноті; відповідати реаліям професійної діяльності й типовим етичним проблемам вітчизняних соціологічних дослідницьких центрів, наукових осередків у реаліях сучасного українського суспільства; це має бути нормативний документ, який чітко регламентує аспекти професійної діяльності; кодекс має сприяти запобіганню професійним конфліктам і конструктивному розв'язанню етичних колізій, що виникають у ході професійної діяльності.

На сьогодні, коли нормативну базу сформовано, узагальнено в межах регламентаційного документа, головним завданням тієї частини соціологічного співтовариства, яка вважає себе професіоналами, є зробити все можливе, щоб норми, закріплені в Кодексі, являли собою не лише задокументовану цінність, а стали дієвими засобом контролю професійної діяльності, сприяючи становленню й розвитку корпоративної солідарності. Деякі матеріальні втрати сьогодення надолужаться створенням реальної професійної асоціації, яка відстоюватиме інтереси своїх членів завдяки високому рівню професійної етики, необхідної не лише для нормального розвитку соціуму, а й для піднесення ролі, зміцнення реального статусу соціологічної науки в цьому розвитку.

Чинний на сьогодні Кодекс професійної етики соціолога, затверджений V з'їздом Соціологічної асоціації України 20 травня 2004 р., складається зі вступу, преамбули, основних принципів (повага до прав

людини, її гідності та індивідуальності; професійна компетентність; чесність; професійна та соціальна відповідальність) й етичних норм щодо організації професійної діяльності і трудових відносин, науково-дослідницької діяльності, наукового спілкування, презентації результатів дослідження й наукових публікацій, публічних виступів, редакційно-видавничої діяльності, освіти, викладання, професійної підготовки, консультування й експертизи, здійснення роботи за контрактами і надання послуг.

Відповідно до цього Кодексу в основі професійної діяльності соціолога знаходяться:

- професійна компетентність, наукова чесність та коректність на всіх етапах соціологічного дослідження;
- необхідність точності, правдивості й достовірності інформації;
- особистісна відповідальність за отримані результати, професійне розв'язання проблем, суворе дотримання вимог, передбачених довірними відносинами;
- необхідність довільного відбору й інтерпретації отриманих даних, а також впливу на отримані результати особистісних інтересів та інтересів сторонніх осіб;
- гарантії суворої конфіденційності у відносинах з респондентами, нерозголошення отриманих у ході дослідження відомостей.

Отже, професія соціолога володіє системою ціннісних переваг, що задають мета, зміст та напрями діяльності спеціалістам-професіоналам. Водночас професійні цінності соціологічної науки, як і будь-якої іншої сфери професійної діяльності, не існують незалежно від системи суспільних цінностей. Професія визнає, підтримує й проголошує визначені соціальні цінності, а суспільство, у свою чергу, санкціонує існування цієї професії й гарантує її визнання. Нескладно помітити, що в основі будь-якої системи професійної етики покладено класичні загальнолюдські моральні норми, що, в першу чергу, забороняють неправду, насилля, обмеження прав людини. Тому професійна етика соціолога є не лише важливою складовою загальної системи етики, а й може розглядатися як продукт вторинної соціалізації особистості фахівця-соціолога, як один із виявів стану моралі в суспільстві у визначених історичних умовах.

## **КОНТРОЛЬНІ ЗАПИТАННЯ ТА ЗАВДАННЯ ДЛЯ САМОПЕРЕВІРКИ**

1. Визначте, що являє собою процес професійного становлення фахівця-соціолога?

2. Назвіть ознаки формування професії соціолога.
3. Схарактеризуйте провідні функції соціологічної науки.
4. Окресліть найважливіші напрями досліджень сучасної вітчизняної соціології.
5. Дайте визначення поняття «соціологічна культура».
6. Схарактеризуйте складові та рівні сформованості соціологічної культури.
7. Що спільного/відмінного мають соціологічна культура суспільства й соціологічна культура особистості?
8. Коли і ким було затверджено Кодекс професійної етики соціолога? Ознайомтесь та схарактеризуйте зміст його основних розділів.

**Література:** 1, 2, 5, 11, 16, 68, 70, 73, 74, 86, 91, 92, 93, 94, 98, 102, 116, 117.



## **РОЗДІЛ 2**

### **Історія виникнення соціологічних служб та основні напрями їх діяльності**

#### **ЕТАПИ РОЗВИТКУ ЕМПІРИЧНОЇ СОЦІОЛОГІЇ**

Головною передумовою розвитку емпіричної соціології на Заході стали перші дослідження статистичного та соціально-демографічного характеру, необхідність проведення яких у XVII–XVIII ст. визначалась, перш за все, численними запитамі суспільства щодо отримання інформації про населення й матеріальні ресурси для більш ефективного соціального управління в епоху стрімкої урбанізації та індустріалізації.

У розвитку західноєвропейських емпіричних досліджень можна умовно виділити такі основні напрями, як: *політична арифметика* (У. Петті, Дж. Граунт) – кількісне дослідження соціальних явищ; *соціальна фізика* (А. Кетле) – емпіричне кількісне дослідження фізичних характеристик людини й встановлення статистичних закономірностей соціальних явищ із використанням складних математичних процедур; *соціографія* (Ф. Ле Пле, Б. і С. Вебб) – монографічний опис визначених територіальних й професійних спільнот із використанням статистичних методів і спостереження задля аналізу динамічного стану об'єктів.

У. Петті (1623–1687) засновник класичної політекономії, «політичної арифметики», який уперше обґрунтував необхідність створення державної статистичної служби для обчислення національних багатств і доходу. Здійснюючи розрахунок цих показників для Англії, він заклав основу сучасної системи національних розрахунків.

Дж. Граунт (1620–1674) є одним із засновників демографії, який разом із У. Петті розробляв методи статистики, здійснював переписи населення. Його вважають автором таблиці дожиття, що містила дані про ймовірність дожити до визначеного віку. Праця «Природничі та політичні спостереження за списками померлих» присвячено статистиці з соціальної гігієни. В ній Дж. Граунт намагався систематизувати дані про смертність та здійснив спробу створення системи попередження виникнення й поширення хвороб.

А. Кетле (1796–1874) намагався застосовувати математичні методи в процесі вивчення деяких масових соціальних явищ (народжуваність, смертність, злочинність та ін.), що підпорядковуються визначеним закономірностям. Його вважають автором концепції середніх величин і «середньої людини», згідно з якою арифметична середня величина, отримана в ході побудови розподілів відповідей на запитання, онтологізується, набуваючи самостійності в середньо-типовому представнику цієї групи суспільства. Окрім відкриття статистичних закономірностей, розробки концепції середніх величин, формулювання поняття соціального закону, А. Кетле визначив методологічні правила формулювання анкетних запитань. Він рекомендував ставити тільки такі запитання, які необхідні й на які можна отримати відповіді, адже, на його думку, запитання, що не викликають підозри, однаково зрозумілі всій сукупності опитуваних. За участі А. Кетле були організовані національні статистичні спільноти в Англії та Франції, також він став ініціатором створення Міжнародної статистичної асоціації для кооперації зусиль у процесі збору соціальної інформації.

Ф. Ле Пле (1806–1882) у шеститомній праці «Європейські робочі» (1877–1879) представив вичерпну типологію робочих сімей за стилем життя, професіями, бюджетом, а також подав дані щодо техніко-економічного розвитку галузей, професійного просування молодих працівників, умов їх життя. Розроблена ним техніка пошуку індикаторів для вимірювання й діагностування соціальних відносин (соціографія) має подальший розвиток у сучасній соціології.

Подружжя Б. Вебб (1858–1943) та С. Вебб (1859–1947) заснувало школу Лондонської економіки та політичних наук, свої основні ідеї вони виклали у праці «Історія тред-юніонізму» (1894), в якій на основі аналізу документального матеріалу намагались простежити еволюцію різних соціальних інститутів.

У Німеччині зазначені напрями отримали розвиток як вторинне явище. На початку XIX ст. німецька статистика являла собою конгломерат відомостей з географії, історії, демографії, економіки, медицини, а зародження власне емпіричної соціології відбулося за рахунок запозичення ідей французької та англійської емпіричних шкіл. Під впливом ідей А. Кетле, Ф. Ле Пле організовуються конкретні дослідження Е. Енгеля (концепція бюджетного закону), А. Вагнера й В. Лексиса (математична модель масової поведінки) та ін.

Серед класиків соціології О. Конт першим обґрунтував необхідність застосування конкретних математично-статистичних методів у емпіричних дослідженнях. У своїх працях він, з одного боку, санкціонував побудову соціології подібно до фізики і математики. З іншого, при-

діляючи особливу увагу розробці методів соціологічного дослідження, зазначив, що головним методом має постати метод спостереження, який вимагає використання математичних процедур й вимірювання зміни стану соціальних об'єктів.

На відміну від О. Конта, Е. Дюркгейм здійснив наочну спробу впевнити наукове співтовариство в необхідності використання методів математичної статистики, розробивши методологію функціонального аналізу й провівши глибокий аналіз проблеми самогубства на фактологічному матеріалі.

Пізніше В. Парето аргументував використання математичного методу аналізу для вивчення механізмів встановлення рівноваги між потребами людини й органічними засобами їх задоволення, намагаючись теоретично обґрунтувати концепцію взаємозв'язку всіх економічних чинників.

На початку ХХ ст. центр світової соціології перемістився зі старої Європи до США, де склалися сприятливі умови для формування й розвитку, перш за все, емпіричної соціології. Зокрема, у 1910 р. у США було проведено близько 3 тис. емпіричних досліджень із використанням новітніх статистичних технологій. Ці дослідження мали розрізнений характер, оскільки не існувало розробленої методології й методики їхньої підготовки та проведення. З причини «відірваності від повсякденного життя» загальносоціологічні теорії розглядалися як дещо абстрактні. Однак соціологічний інструментарій, вимірювальні процедури та числові еквіваленти підвищували рівень доказовості й валідності (надійності, відповідності) отриманого соціологічного знання. Отже, корисна фактична інформація і практичні рекомендації отримували здебільшого аргументацію від методів, а не від змісту, тобто дослідники переважно виходили із власних позицій та методик, що ускладнювало узагальнення багатоманітної й неоднорідної інформації в загальну теорію.

Зауважимо, що соціологія в США стверджувала свій престиж не за рахунок висунення нових, оригінальних ідей, оскільки у сфері теоретичної соціології американські науковці ще не могли конкурувати з європейцями, а, скоріш за все, за рахунок безпрецедентного розвитку емпіричних досліджень, а також розвитку фундаментальної методології.

Емпірична соціологія у своєму розвитку проходить *кілька історичних етапів*. Основи цієї складової соціологічного знання сягає праць Е. Дюркгейма й А. Смолла; останній ще у 1895 р. висловив ідею про необхідність підготовки та реалізації емпіричних соціологічних досліджень в американській соціології. Саме відтоді фахівці починають

вирізняти *перший етап*, чи *ранню фазу (1885–1920)* у розвитку емпіричної соціології.

*Другий етап (1920–1950)* пов'язаний із поширенням конкретно-соціологічних досліджень, початок яким поклали представники Чиказької школи. Проблеми міжетнічної взаємодії поряд із різким збільшенням населення, боротьбою окремих соціальних груп за свої громадянські права в нових індустріальних умовах стали візитною карткою Чикаго (штат Іллінойс, США). Бурхливий розвиток індустрії загострив також питання екології навколишнього природного середовища. Усі ці обставини створили сприятливе підґрунтя для практичних і теоретичних соціологічних досліджень, метою яких було вивчення зазначених соціальних проблем, їх усебічний аналіз, а також обґрунтування шляхів подолання. Ось основні об'єктивні передумови того, що саме Чикаго стало центром створення провідної соціологічної школи в першій половині ХХ ст. Суб'єктивним фактором є те, що Чикаго було визнано науковим центром США на той час, адже Чиказький університет у цілому був третім за величиною і потужністю наукових кадрів у країні, а на соціологічному факультеті, зокрема, працювали видатні учені зі світовим ім'ям.

В. Томас і Ф. Знанецький у 1918–1920 рр. видають свою відому працю «Польський селянин в Європі та Америці», у якій на підставі аналізу 754 листів, особистих щоденників та автобіографій розглядалися проблеми адаптації емігрантів із Польщі до умов США. У цій праці викладено провідні ідеї соціологічної концепції В. Томаса, основною яких є поняття соціальної ситуації, що включає три взаємопов'язані елементи: об'єктивні умови (соціальні норми і цінності); установки індивіда та групи; визначення ситуації діючою особою. Найважливішим є аналіз відповідності останніх двох складових. Якщо розуміння сутності ситуації не відповідає груповими цінностями, то виникає соціальна дезінтеграція, що провокує появу численних хвороб соціуму. Окреслення ситуації на рівні конкретної групи дає уявлення про закони, цінності, норми. Розуміння ситуації особою, в межах її власних установок й нормативних приписів групи, свідчить про пристосованість до цієї спільності, ступінь конформності людини. Керуючись цими положеннями, автори розробили типологію особистостей за характером їх пристосованості до соціального оточення: міщанський (для нього характерні традиційні установки і стереотипи), богемний (нестійкі і слабо пов'язані між собою установки) та творчий (логічно взаємозв'язані між собою установки і творчі потенції, які зумовлюють оптимальне визначення ситуації) типи. В. Томас зауважував, що напрями змін культури і суспільного життя визначаються креативними особис-

тостями, здатними до розробки й запровадження різного роду новацій. Запроваджена В. Томасом і Ф. Знанецьким практика використання в ролі інструментарію соціологічного дослідження особистих документів (біограм) стало нововведенням у методології якісних досліджень.

Соціальна проблематика міста стала ключовою в теоретичній і практичній діяльності представників Чиказької школи. І це природно, тому що їм випала унікальна можливість бути очевидцями і дослідниками тих соціальних явищ, що виникли на зламі двох епох, викликаних, передусім, урбанізацією. Незважаючи на те, що об'єктом дослідження соціологів було суто місто, вони розглядали його крізь призму соціальних явищ у суспільстві взагалі, справедливо зауважуючи, що тенденції соціального розвитку сучасного суспільства в політичній, економічній, культурній сферах найбільш яскраво простежуються саме в місті. Недарма Р. Парк, Е. Берджес і Р. Маккензі у своїй праці «Місто» (1925) зазначали, що місто є чимось більшим аніж проста сукупність людей і соціальних зручностей, системи інститутів й адміністративних механізмів, воно скоріше є станом душі, сукупністю звичаїв і традицій, складовою частиною життєдіяльності людей, що його населяють.

Р. Парк є автором класичної соціально-екологічної теорії, згідно з якою соціальна еволюція відбувається в чотири етапи, й відповідно будь-які соціальні організми переживають чотири уклади: екологічний (просторова, фізична взаємодія), економічний, політичний і культурний. У процесі руху до культурного укладу посилюється роль соціальних зв'язків (просторових, економічних, політичних, моральних), тоді як суспільство прагне досягти оптимальної «змагальної кооперації» та «згоди» – діє принцип «суспільство як взаємодія». Міграція як різновид колективної поведінки є основою екологічного укладу суспільства. Синтезуючись економічний, політичний і культурний уклади за допомогою законів, норм, правил, звичаїв, утворюють «організацію контролю» – «згуду». Основні ідеї соціально-економічної теорії представлені Р. Парком у праці «Вступ в науку про суспільство» (1921), написаній у співавторстві з Е. Берджесом.

Узагальнюючи соціально-економічну концепцію в ході вивчення локальних співтовариств у рамках міського агломерату, на початку 1920-х рр. Е. Берджес сформулював припущення щодо існування концентричних зон. Для визначення таких зон в емпіричному дослідженні він використав метод картографування. Зважаючи на те, що кожна із зон належала визначеній соціальній групі, то, вивчаючи їх життєдіяльність у місті Чикаго, він виділив 75 таких зон. У ході аналізу концентричних зон і локальних співтовариств Е. Берджес здійснював опитування респондентів, включене спостереження, аналіз документів, задля

складання «Карти соціальних досліджень Чикаго». Аналіз результатів здійснених досліджень, дозволив дійти висновку, що за умови зміни співвідношення сил між соціальними групами відбувається перерозподіл міської території. Формування нових соціальних спільностей зумовлює необхідність появи відповідних норм соціальних відносин.

Серед інших проблем, що були предметом наукового інтересу представників Чиказької школи можна виділити аналіз соціальної структури американського суспільства (У. Уорнер «Американське місто»), вивчення впливу «великої депресії» на суспільне життя (Р. і Х. Лінд «Середнє місто»), дослідження міжрасових й міжетнічних відносин (Л. Вірт «Гетто», Р. Карван «Негритянська родина у Чикаго») та ін.

Дослідницька техніка, що використовувалася науковцями Чиказької школи, базувалася переважно на польових дослідженнях етнографічного характеру. Збір інформації було спрямовано на перевірку теорій з точки зору пояснення причин значущих соціальних явищ, встановлення механізмів, що визначають розподіл соціальних характеристик.

Із 1950-х рр. лідерство в розвитку емпіричної соціології переходить до Колумбійського (Р. Мак-Айвер, Я. Л. Морено, П. Лазарфельд, Р. Мертон) та Гарвардського (Т. Парсонс, П. Сорокін, Дж. Хомманс) університетів, що започатковують новий, *третій етап* у розвитку емпіричної соціології. Соціологи Колумбійського університету основну увагу зосереджували на відкритті універсальних закономірностей поведінки людини в соціальній організації, з'ясуванні механізмів збереження стабільності соціальних систем, структури соціальної взаємодії між людьми і ролі особистості тощо.

Паралельно в Гарварді розроблялася промислова соціологія і концепція «людських взаємин». Головне місце в розвитку індустріальної соціології посідали «хоторнські експерименти» Е. Мейо, що проводилися у «Вестерн Електрик Компані», де активно вивчалася факторна зумовленість продуктивності праці (вплив умов і форм організації праці, рівень заробітної плати, причини конфліктів, особливості стилів управління). Працями Е. Мейо та його однодумцями було закладено фундамент сучасного менеджменту.

У 1970–1980 рр. в США відбувається посилене зростання обсягів емпіричних прикладних досліджень, які стають особливою галуззю індустрії. У 1980-х рр. у них виокремлюються два основні, тісно пов'язані між собою напрями – соціальна інженерія й клінічна соціологія.

Коротко схарактеризувавши етапи розвитку емпіричної соціології, зазначимо, що ця галузь наукового знання виникає і розвивається як самостійний специфічний напрям, метою якого є ретельний емпіричний аналіз соціальної дійсності й вироблення на його основі практичних

рекомендацій, скерованих на вдосконалення різних сфер соціально-економічного життя суспільства.

*Провідними рисами емпіричної соціології є:* ототожнення наукової соціології з емпіричними дослідженнями; вимога звільнення соціології від оціночних суджень і перетворення її на ціннісно-нейтральну соціальну науку, яка інформує зацікавлені системи про реальний стан суспільства, уникаючи його оцінок; з'ясування істинності наукового пізнання лише на основі емпіричних процедур, таких, як опитування, анкетування, інтерв'ювання, експеримент, спостереження, математичні та статистичні методи; визнання всього, що існує, підвладним соціологічному поясненню і соціальному управлінню.

### **ІНДУСТРІАЛЬНА СОЦІОЛОГІЯ ЯК ОДИН З ОСНОВНИХ НАПРЯМІВ ЕМПІРИЧНОЇ СОЦІОЛОГІЇ ЗАХОДУ**

Загальновідомо, що потреба суспільства в публічності громадської думки – це індикатор його політичної зрілості, панування принципів демократії в управлінні соціальними процесами. З іншого боку, інституалізація опитувань громадської думки свідчить про усвідомлення владними структурами необхідності розробки нових методологічних підходів до розуміння складних засобів маніпуляції свідомості соціуму. В СРСР, як і у США та Європі, ініціатори вивчення громадської думки були ентузіастами, які не переслідували комерційних цілей, скоріш за все, за власний кошт намагалися довести, що саме інтегроване волевиявлення широких мас, їх політична свобода є передумовою легітимності політичної влади у правовій державі. Вони, відкриваючи завісу наукової обґрунтованості технологій масових опитувань, демонстрували необхідність побудови прогнозів, перш за все, в електоральних опитуваннях.

Вивчення громадської думки зароджувалося не як одиничне явище, і навіть не як окремий вектор розвитку суспільної науки, а як затребувана політичною практикою дія, яка в подальшому сприяла створенню численних дослідницьких лабораторій, соціологічних центрів тощо. Якщо, ініційована у 1930-х рр. практика опитувань громадської думки в США, продовжувала активно розвиватися, то у СРСР такі опитування проводилися лише на початку 1960-х рр. У цьому сенсі американських дослідників можна назвати ініціаторами наукових опитувань громадської думки, зауважуючи, що для проведення таких заходів на той момент як у суспільства в цілому, так і у політичній еліті, зокрема, визріла практична потреба, натомість у СРСР будь-які ініціативи

науковців щодо реформування інформаційної взаємодії влади і населення, без санкції діючих владних структур були виключені. Інтерес до вивчення громадської думки в СРСР саме у 1960-х рр. було породжено, скоріш за все, не політичною «відлигою», а необхідністю стрімкого реформування економіки, що почала втрачати свою конкурентоспроможність на міжнародному ринку, підвищення динамізму та якості трудових ресурсів.

*Індустріальна (промислова, заводська) соціологія* є одним з основних напрямів емпіричної соціології, що досліджує сферу виробництва, вивчає трудові відносини людей на підприємстві й розробляє практичні рекомендації щодо підвищення ефективності виробництва. Головні концепції цього напрямку зародилися в США, потім поширилися у Великобританії, Німеччині, Японії, Франції та інших країнах.

Індустріальна соціологія почала формуватися наприкінці XIX ст. – на початку XX ст. (Т. Мор, Ф. Тейлор, Г. Форд, Е. Мейо, Д. Макгрегор, Ф. Херцберг, Ф. Джільберт, А. Файоль, Г. Емерсон, Г. Черч, К. Левін, Дж. Морено, Д. Карнегі, А. Маслоу й ін.). Саме в цей час у багатьох країнах швидкими темпами розвивалося велике машинне виробництво. Підприємці все більше переконувалися в тому, що для підвищення ефективності виробництва необхідно активно впливати на ставлення робітників до праці, на відносини, які складаються між підприємцями та виконавцями, між різними соціальними групами на виробництві. Ці проблеми не могли вирішувати самі тільки підприємці, потрібна була допомога вчених-фахівців. У зв'язку з цим і виникла індустріальна соціологія. Представники цієї галузі наукового знання вивчають проблеми промислового виробництва, намагаються узагальнити реальний досвід управління ним, досліджують соціально-трудова відносини і розробляють рекомендації щодо їх удосконалення.

На цьому етапі розвитку й функціонування соціологічної служби, її варто розглядати як невід'ємну складову промислової соціології та психології праці. Заснування науково-дослідницьких лабораторій на підприємствах і у ВНЗ, запровадження професійної підготовки студентів й аспірантів, спеціалістів-прикладників, соціологічна освіта керівників, створення навчально-методичних доробків, підручників, монографій, організація і проведення симпозіумів, семінарів, конференцій стало підґрунтям процесу інституціонального становлення промислової соціології.

Отже, індустріальна соціологія охоплювала широке коло спеціалістів незалежно від того, якою була їх базова освіта (соціологи, психологи, інженери, філософи та ін.), що займаються розв'язанням прикладних проблем (а не тільки і не скільки питань у межах академічної соціологічної науки) в народному господарстві й функціонують як кадрові



одиниці в штатному розкладі конкретного підприємства, організації, які виступають у якості постійного (а часто й єдиного) дослідницького простору. Більшість заводських соціологів працювали саме в організаційних структурах промислових підприємств. Розроблені ними програми, методики й технології тиражувались для роботи в регіонах й областях, ВНЗ, науково-дослідницьких інститутах і т. д.

### УМОВИ ТА ПЕРІОДИЗАЦІЯ РОЗВИТКУ ПРОМИСЛОВОЇ СОЦІОЛОГІЇ В СРСР

Умови розвитку промислової соціології у СРСР можна умовно розділити на суб'єктивні (рівень зрілості академічної соціології) й об'єктивні, до числа яких, у першу чергу, треба віднести: розширення свободи внутрішньогалузевого, горизонтального переміщення робітників (у 1930–50-ті рр. воно було значно обмежено, а в колгоспах взагалі заборонено) і як наслідок стрімка плінність кадрів; спроби запровадження масштабних соціально-економічних реформ, що розширили фінансову, юридичну й господарчу самостійність підприємств, й як результат – виникнення спеціальних фондів, які знаходились у розпорядженні підприємства й дозволяли їх керівництву самостійно ухвалювати управлінські рішення на місцях, у тому числі у сфері розв'язання соціальних проблем.

У розвитку радянської промислової соціології виокремлено три історичні етапи:

1) *Перший етап* (1960–1967 рр.) можна визначити як період становлення промислової протосоціології. У цей час специфіка академічної та прикладної соціології ще не визначена, на підприємствах лише розпочинають проводити дослідження управлінських проблем, не існує спеціалізованих служб і підрозділів на підприємствах, які на постійній основі займаються пошуковою діяльністю. Соціологічна служба як така не створена, оскільки не сформовано групи спеціалістів, які спеціалізуються на виконанні завдань конкретного підприємства-замовника. Робота науковців на підприємстві носить переважно дослідницький характер, будучи логічним продовженням фундаментальних досліджень. Поступово з'являються перші дослідницькі установи, наукові осередки, професійні співтовариства, що всебічно досліджують індустріальну проблематику.

Перші конкретні соціологічні дослідження, що проводилися на підприємствах, стосувалися проблем розв'язання трудових конфліктів, скорочення їх числа, зменшення плінності кадрів, запровадження

соціальних технологій трудової адаптації молоді, мотивації праці, формування системи професійного відбору та професійної орієнтації, іноваційних форм організації трудової діяльності тощо. Завдяки цим дослідженням, працівник підприємства став розглядатись як особистість із притаманними їй потребами, інтересами, мотивами трудової та позатрудової діяльності; було визначено коло соціальних процесів, що підлягають регулюванню та управлінню; розроблені відповідні методики дослідження. Тим самим було сформовано внутрішньонаукові передумови для практичного розв'язання соціальних проблем у сфері виробничої праці, організації діяльності заводських соціологічних служб.

Цей етап відзнаменувався проведенням масштабних академічних досліджень у промисловості, активним запозиченням методичного досвіду із західної до вітчизняної академічної соціології, лібералізацією політичних відносини, переорієнтацією в бік людського чинника й соціальних проблем.

2) *Другий етап* (1968–1978 рр.) характеризується безпосереднім зародженням промислової соціології, створенням перших соціологічних служб (лабораторій, груп, бюро тощо), провідним завданням яких було забезпечення професійного науково-методичного рівня роботи в галузі планування соціального розвитку.

У 1964 р. на Пермському телефонному заводі почала успішно функціонувати перша соціологічна лабораторія, вже у 1967 р. на її базі було створено галузевий науково-дослідницький відділ соціології та психофізіології праці.

На початку 1970-х рр. стало широко відомим проектно-конструкторське бюро систем управління «Майнор», що діяло на підприємствах легкої промисловості Естонії. У експериментальному порядку на визначений час психологи обіймали посади керівників різних рівнів – директорів, їх заступників, начальників підрозділів, спеціалістів із питань кадрового забезпечення, задля формування кадрової політики, прийому нових робітників, їх навчання, вирішення питань адаптації, стабільності й плинності кадрів, розробкою рекламних проектів продукції та профорієнтацією, запровадженням бригадної організації праці тощо.

Виникнення перших заводських соціологічних лабораторій стало поштовхом до залучення соціологів до роботи в системі управління. На цьому етапі більшість соціологічних служб працювали під егідою таких академічних закладів, як Інститут проблем управління АН СРСР, Ленінградський фінансовий інститут, Інститут соціологічних досліджень АН СРСР. Методичне керівництво цими службами здійснювали Ж. Тощенко, В. Подмарков, Л. Коган, С. Фролов, Н. Лапін та ін.

Іншою визначною рисою цього етапу розвитку промислової соціології стало те, що до роботи промислових соціологічних служб долучались академічні науковці, які працювали на договірних засадах, виконуючи роль управлінських консультантів, допомагаючи в проектуванні стратегії соціального розвитку.

Як і для всіх інших етапів розвитку заводської соціології, основною проблемою діяльності соціологічних служб була відсутність високо-професійних фахівців-соціологів. Соціологічна освіта у вищій школі була відсутня, тому робота служб будувалась на діяльності ентузіастів, які не мали спеціальної підготовки. Окрім того, теоретичною основою для проведення досліджень виступала ідеологія, а напрями роботи визначались ситуативним замовленням адміністрації, партійних комітетів, профспілок, що значною мірою обмежувало діяльність соціологів на підприємстві.

Основні функції соціологічних служб полягали в проектуванні планів соціального розвитку, організації збору соціальних даних, що призначалися для вжитку керівниками підприємства в ході прийняття управлінських рішень. Натомість управлінські функції служб ще не були закріплені, оскільки не були чітко окреслені роль і сфера функціональних завдань, зобов'язань по відношенню до представників інших служб, упорядкованість, відповідальність за впровадження власних управлінських рішень. Практичні розробки переважно були стороннім продуктом наукового дослідження, для запровадження вони передавались іншим службам.

3) *Третій етап* (1979–1989 рр.) припадає на період активного розквіту промислової соціології й активізацію управлінського консультування. У цей час функціонує сотні соціологічних служб, у дослідницьких соціологічних лабораторіях, бюро на підприємствах зайнято близько 8 тис. соціологів. Для цього етапу становлення промислової соціології характерно: окреслення соціологічної специфіки діяльності заводських служб, їх місця в управлінській структурі; визначення стійких напрямів прикладної соціологічної роботи, що не перетинаються з діяльністю інших служб; усвідомлення наявності межі між прикладною та академічною соціологією, здійснення спроби розробки інноваційних методик, які цілком відповідають управлінським завданням й принципово відрізняються від дослідницьких.

До числа найважливіших ознак цього періоду треба віднести:

- наявність різних точок зору стосовно місця і ролі заводського соціолога в організаційній структурі підприємства;
- формування й реалізація концепцій, розроблених заводськими соціологами;

- відмова від використання у ролі теоретико-методологічної бази діяльності соціологічних служб соціології праці й перенесення акцента на спеціальні соціолого-управлінські теорії, зокрема, теорію соціального управління та соціологію організації;
- формування багаторівневих соціологічних служб (галузеві міністерства, главки великих виробничих об'єднань, зокрема, Міністерства електротехнічної промисловості, оборонної промисловості і т. д.).

### **ФУНКЦІОНУВАННЯ СОЦІОЛОГІЧНИХ СЛУЖБ У ПЕРІОД 1970–1990-х РР.**

У 1970–1980 рр. у соціолого-психологічних службах почали широко використовуватись автоматизовані інформаційні системи – автоматизовані системи управління (АСУ) «Кадри», «Соціальний розвиток», «Здоров'я» тощо. Так, у Ризькому виробничому об'єднанні «Комунар» було створено цілий набір автоматизованих систем соціального управління, в тому числі АСУ прогнозування професійної придатності, атестації інженерно-технічних працівників, укомплектування колективів, підготовка кадрового резерву тощо.

У виробничому об'єднанні «Воркутавугілля» було реалізовано проект зі сприяння охороні здоров'я й оновленню соціально-психологічного, фізіологічного стану шахтарів.

У ряді служб спеціалісти запровадити використання нових методів раціоналізації каналів ділової комунікації (метод селекторної наради). Фактичним результатом цих інновацій стали ухвалені ЦК КПРС офіційні рішення щодо роботи служб відділу кадрів, яким було запропоновано обов'язково при зміні робочого місця враховувати особистісні інтереси працівників, здійснювати контроль взаємовідносин персоналу й керівників різних рівнів.

У цей період створено розгалужену систему заводських служб, виділилися райони, найбільш прогресивні з точки зору соціологічного та психологічного забезпечення потреб виробництва – Москва, Ленінград, Дніпропетровська область, Прибалтика. Наприклад, у Дніпропетровській області соціологічні бюро, дослідницькі лабораторії та групи діяли більш ніж на 100 великих підприємствах, функціонувала велика кількість служб підтримки морально-психологічного клімату, дослідження громадської думки. Відомі досягнення використання діяльності соціологічних служб на виробничих об'єднаннях «Дніпрошина» (Дніпропетровськ), «Азот» (Дніпродзержинськ), на Південному та Північному гірничо-збагачувальному комбінатах (Кривий Ріг) і т. д.

До числа лідерів цього періоду варто віднести соціологічну службу виробничого об'єднання Дніпровського машинобудівельного заводу, створену у 1972 р. Фахівці цієї служби займалися вивченням проблем адаптації новачків, попередження плинності кадрів, забезпеченням соціально-психологічного супроводу процесу запровадження інноваційних форм організації трудової діяльності, покращення умов праці та побуту, а також здійснювали консультування керівників усіх рангів щодо соціально-психологічних основ керівництва.

За даними досліджень А. Трачева, Н. Крилової, які проаналізували за представницькою вибіркою відомості про діяльність 139 соціально-психологічних служб у 1986 р., найрозповсюдженішою формою виявилася невелика за складом працівників лабораторія соціологічних досліджень (51 %), що підпорядковувалася начальнику відділу наукової організації праці (26 %) або ж заступнику керівника відділу кадрів (25 %). Зазвичай, очолював соціологічну службу підприємства психолог або соціолог, рідше – філософ. Більшість досліджуваних соціологічних служб (46 %) мало більше 7–8 років досвіду роботи в структурі промислового підприємства. Як правило, чисельність працівників типової служби становила 1–5 осіб (60 %). Географія промислової соціології: найбільшу кількість служб зосереджено в Україні (22 %), в Москві, Ленінграді та областях (17 %). З точки зору галузевого розміщення – найбільша кількість служб діяла на машинобудівельних підприємствах (35 %), в об'єднаннях електронної промисловості та на підприємствах, що спеціалізувалися на приладобудуванні (20 %).

Однією з ключових проблем розвитку соціологічних служб у 1960–1980 рр. було нераціональне розподілення за галузями та підприємствами. Окрім того, служби створювалися на успішних підприємствах, натомість були відсутні на підприємствах, що відставали у своєму розвитку. Третій етап формування промислової соціології характеризується розвитком управлінського консультування з використанням активних методів навчання (інноваційних, ділових та організаційних ігор; аналізу конкретних ситуацій; рольових, комунікативних та сенситивних тренінгів; професіограмм тощо).

### **ХАРАКТЕРИСТИКА ОСНОВНИХ ПІДХОДІВ ДО ОРГАНІЗАЦІЇ ДІЯЛЬНОСТІ СОЦІОЛОГІЧНИХ СЛУЖБ**

У період з середини 1970-х до середини 1980-х рр. науково оформилося дві принципово відмінних концепції організації діяльності соціологічних служб.

*Перший підхід* засновувався на положеннях теорії соціального управління й соціального планування, у межах яких предметом діяльності фахівця-соціолога виступали соціальні відносини. У цій моделі планування соціального розвитку розглядалося як провідний спосіб управління. Фактичним застосуванням цих теоретичних ідей на підприємстві, було створення якісно різних підходів до розуміння сутності соціологічної служби на підприємстві. З одного боку – як управлінського підрозділу, який реалізує плани соціального розвитку, займалися В. Герчиков, А. Зайцев, С. Железко та ін.

Так, В. Герчиков розробив управлінську концепцію роботи соціолога в організаційній структурі підприємства, заснував ідеологію створення системи соціальних нормативів, є автором перших соціальних технологій, оригінального розуміння функціональних завдань соціологічного дослідження, що наближає дослідницьку діяльність до оперативної діагностики. А. Зайцев, розвиваючи концепцію В. Герчикова, намагався окреслити сферу діяльності заводського соціолога, прив'язавши її до сфери соціального управління, місцем служби у структурі управління. Окремим здобутком А. Зайцева є виділення *основних функцій соціологічної служби* як окремого підрозділу підприємства:

- планово-прогностична функція спрямована на розробку й реалізацію довгострокового плану соціального розвитку;
- інформаційно-дослідницька функція визначається необхідністю отримання оперативної інформації для розробки плану соціального розвитку і розв'язання спеціальних управлінських програм (створення прообразу соціального діагностування);
- соціально-інженерна функція, що передбачає запровадження інноваційних проектів і соціальних технологій, які спрямовано на реалізацію програм розвитку, соціальних змін в організації;
- інформаційно-просвітницька функція забезпечує здійснення соціологічної просвіти представників адміністрації різного рівня, ознайомленням працівників підприємства з результатами діяльності соціологічних служб.

Основні положення концепції А. Зайцева знайшли своє відображення в праці «Положенні про службу соціального розвитку підприємства» (1986 р.).

*Другий підхід* і тип соціолого-управлінських концепцій, що йому відповідає, активно розвивався у другій половині 1980-х рр. (С. Калашніков, А. Федотова, В. Щербіна та ін.). У межах цього підходу мова йшла про відмову від планів соціального розвитку і надання особливого статусу соціологічній службі в організації – оперативна практико-управлінська робота в режимі звичайної функціональної служби.

Так, В. Щербіна запропонував розглядати соціологічну службу як звичайну функціональну службу з чітко визначеною сферою компетенції. За стратегічними цілями, місцем у структурі, способом діяльності, за характером участі в ухваленні рішень й розподілу відповідальності соціологічна служба не відрізнялась від інших функціональних підрозділів підприємства. Цей підхід передбачав відмову від принципу організації діяльності у форматі «дослідження-рекомендації-запровадження» й перехід до соціоінженерного режиму – підготовка й реалізація управлінських рішень. За такої моделі діяльність соціологічної служби розповсюджувалася на галузевий рівень, запровадження посади соціолога на всіх рівнях управління було обов'язковим.

На початку 1990-х рр. (цей період можна назвати *четвертим етапом* у розвитку вітчизняної виробничої соціології) соціологічні служби на підприємствах зникають, натомість формується ринок платних соціологічних послуг прикладного характеру, що включає діяльність спеціалізованих дослідницьких центрів, з'являється система зовнішнього управлінського консультування. Зі сфери діяльності практичного соціолога зникають підприємства як основні клієнти, натомість з'являються замовлення від банків, комерційних структур, страхових компаній, муніципалітетів тощо. Спостерігається розширення спектра запропонованих послуг, відбувається інтенсивне налагодження контактів вітчизняних консультантів із західними колегами, залучення соціологічного досвіду роботи західних науковців.

У цей же період з'являються такі нові напрями, як соціальна робота, управлінське консультування, маркетингові дослідження, економічна соціологія і т. ін. Останні два витікають із соціології праці й її переорієнтацією на ринкові відносини, а перший напрям пов'язаний із трансформаційними процесами в українському суспільстві, зокрема, з потребами суспільства в соціальній сфері.

В умовах розбудови незалежного українського суспільства, починаючи з 1990-х рр. характер і сферу діяльності соціологічних служб було суттєво змінено, набули поширення так звані служби персоналу, які є чимось на кшталт поєднання соціологічної й кадрової служб підприємства. Актуальність такого реструктурування соціологічних служб детермінована, перш за все, суттєвими кількісно-якісними змінами в системі управління підприємствами, переходом на самофінансування і самооплатність. Відбувається заміна авторитарного, директивного стилю керівництва на демократичний чи змішаний, спостерігається стрімке зростання особистісної відповідальності кожного працівника за результати колективної діяльності. Особливо значущою є роль управлінців, керівників усіх рівнів. З іншого боку, корегуванню підлягає

співвідношення витрат часу на виконання обов'язкового спектра завдань кожним конкретним працівником й обсягу соціально-економічних витрат із боку колективу в разі ухвалення неправильного управлінського рішення чи невідповідності рівня професійної компетенції працівників, покладеним на них виробничих функцій. Наявні зміни стимулюють застосування в кадровій роботі найефективніших новітніх наукових досягнень, які забезпечили б досягнення максимально прийняттого результату, найбільшу віддачу від кожного працівника. Практична реалізація подібного роду завдань фактично пов'язана з діяльністю спеціалізованих кадрових служб, що володіють відповідними юридичними повноваженнями.

В. Щербіна зосереджує увагу на тому, що в майбутньому функціонування служб персоналу цілковито визначається можливістю поєднання соціологічної й кадрової служб. Ефективність діяльності такого роду об'єднань цілком залежить від вдалої організації та запровадження науково-дослідницьких заходів, здатних забезпечити надійність й обґрунтованість добору, розміщення, службового просування й раціонального використання кадрового резерву, а також належного і вчасного відстеження різного роду зміни в трудовому колективі. Порівнюючи кадрову і соціологічну службу, зазначимо, що кадрових склад соціологічних служб становлять спеціалісти, більшість яких мають профільну – психологічну або соціологічну освіту. Частина соціологів із непрофільною освітою має можливість здійснити перепідготовку або ж за необхідності підвищити кваліфікацію на спеціальних курсах, майстер-класах тощо.

До числа провідних напрямів соціологічної діяльності на підприємстві входить: оцінка особистісних якостей та організаторських умінь, менеджерських навичок осіб, що посідають керівні й інженерно-технічні посади; порівняльний аналіз стилів управління, соціально-психологічна і професійна адаптація робітників, стабілізація кадрів, створення прийняттого соціально-психологічного клімату. Подекуди проводиться робота з добору кадрового резерву на керівників різного рівня, забезпечення раціонального кар'єрного зростання й планування професійного переміщення вже під час прийняття на роботу, формування і зміни кількісно-якісного складу колективу працівників. У сфері кадрової політики ефективність запровадження, якість управлінських рішень, сформульованих за професійної соціологічної підтримки, значно вища від якості рішень, ухвалених більшістю керівників-практиків на основі досвіду, здорового глузду чи інтуїції. У ситуації, що склалася, цього недостатньо, зважаючи на те, що соціологічні служби не можуть належно, професійно виконувати функції, покладені на працівників відділів управління персоналом.



Узагальнюючи зазначене вище, зауважимо, що організація діяльності принципово нових служб персоналу на основі поєднання сучасних кадрових і соціологічних служб є перспективним напрямом розвитку промислової соціології. Така тактика практичної діяльності визначена суттєвим розширенням госпрозрахункових, комерційних і ринкових відносин, зокрема, появою нових форм організації діяльності дослідницьких соціологічних центрів, що займаються не лише організацією і проведенням прикладних соціологічних досліджень різного спрямування й складності, а й консультативною роботою, здійснюючи наукову підтримку процесів упровадження нововведень в об'єднаннях, організаціях, на підприємствах, розробкою стратегії, організаційним проектуванням тощо.

Беззаперечно подальший розвиток соціологічних служб відкриває нові горизонти запровадження соціологічного знання до управлінської практики, як на рівні конкретного підприємства, організації, об'єднання, так і на рівні держави в цілому.

#### **КОНТРОЛЬНІ ЗАПИТАННЯ ТА ЗАВДАННЯ ДЛЯ САМОПЕРЕВІРКИ**

1. Схарактеризуйте провідні напрями емпіричних досліджень, що проводились у Західній Європі у XVII–XVIII ст.
2. Визначте особливості розвитку емпіричної соціології на початку XX ст.
3. Які провідні риси емпіричної соціології?
4. Визначте передумови становлення індустріальної соціології в США.
5. Схарактеризуйте періоди розвитку промислової соціології в СРСР.
6. Окресліть основні напрями діяльності соціологічних служб у СРСР у період 1970–1990 рр.
7. Визначте суттєві відмінності підходів до організації діяльності соціологічних служб.

**Література:** 7, 9, 12, 15, 23, 26, 27, 32, 33, 50, 51, 54, 60, 71, 79, 84.

## **РОЗДІЛ 3**

---

### **Становлення й особливості функціонування світових соціологічних дослідницьких центрів**

#### **Діяльність Міжнародного інституту соціології та Міжнародної соціологічної асоціації**

На сучасному етапі розвитку соціологічної науки велику роль відіграють різного роду інституціональні організації, як міжнародні, регіональні, так і місцеві. Розглянемо відомості щодо діяльності провідних світових соціологічних центрів, що внесли вагомий внесок у становлення емпіричної та прикладної соціології.

**Міжнародний інститут соціології** (МІС) (International Institute of Sociology) перше інтернаціональне об'єднання професійних соціологів, створене у 1893 р. у Парижі за ініціативи французького соціолога, політичного діяча, аудитора Державної Ради Франції Р. Вормса. Основним призначенням організації стало стимулювання, розробка, обмін та впровадження наукового знання з питань соціологічної релевантності, зокрема, підвищення якості соціальних досліджень. Членство відкрито для всіх соціологів, а також науковців із суміжних дисциплін. Кожні два роки МІС організує всесвітні соціологічні конгреси, 41-й конгрес відбувся у 2013 р. в Упсала (Швеція).

Керівництво МІС здійснюється президентом, нині його очолює К. Калхун (США), і бюро, що складається з 7 членів (не більше двох представників від однієї країни), обраних на конгресі. Членство в бюро триває 4 роки з моменту обрання, або до наступного конгресу. Члени бюро можуть бути переобрані, але не більше ніж один раз. Сьогодні секретаріат МІС розташовано в шведській колегії перспективних досліджень (Упсала (Швеція), якій у 1985 р. присвоєно статус національного наукового закладу та іменовано як Національний інститут передових досліджень.

МІС у 1893 р. заснував видавництво соціологічного журналу «The International Review of Sociology / Revue Internationale de Sociologie»,

який нині видається Римським університетом (Rome University; видавництво «Taylor and Francis»).

У видозміненій формі МІС існує і зараз, однак після другої світової війни осередком професійного спілкування та співробітництва стала Міжнародна соціологічна асоціація (МСА) (Internacional Sociological Association) – об'єднання національних соціологічних асоціацій, дослідницьких інститутів, відділень та факультетів, а також фізичних осіб, що займаються проведенням різноманітних соціологічних досліджень, засноване у 1949 р. за сприяння ЮНЕСКО. Установчий конгрес асоціації відбувся у вересні 1949 р. в Осло (Норвегія), у його роботі взяли участь представники 21 країни світу. Серед них Ж. Даві (Франція), Ж. Гурвич (Франція), Г. Ле Бра (Франція), А. Холландер (Нідерланди), Р. Кеніг (Швейцарія), Л. Вірт (США), П. Лазарсфельд (США), О. Клінеберг (США), Е. Рінде (Норвегія), Т. Маршалл (Великобританія), президентом виконавчого комітету було обрано Л. Вірта (США). Сьогодні членами асоціації є національні соціологічні об'єднання 126 країн світу. Офіційними мовами асоціації визнано англійську, французьку та іспанську.

Відповідно до уставу, за мету діяльності МСА було визначено: сприяння розвитку соціології у світі, використання соціології для розв'язання глобальних та регіональних проблем, розширення особистісних контактів між соціологами різних країн, посилення міжнародного обміну інформацією в галузі соціології, підтримка проведення міжнародних соціологічних проєктів.

До МСА, у ролі її членів, входять національні соціологічні асоціації, а також прирівняні до них організації. Радянська соціологічна асоціація АН СРСР стала членом міжнародної соціологічної асоціації у 1958 р.

Вищим органом управління МСА є рада, до складу якої входять по одному представнику від національних асоціацій, що вступили до неї. Рада обирається один раз на чотири роки, її робочим органом є виконавчий комітет, що керує роботою асоціації у період між конгресами. До складу виконавчого комітету входять президент, три віце-президенти, виконавчий секретар, 7 основних членів і 4 асоційовані члени від дослідницьких комітетів, а також экс-президент асоціації. Виконавчий комітет ділиться на чотири підкомісії: програмну підкомісію, підкомісію з прийому нових членів та фінансів, підкомісію з публікацій, підкомісію з координації та досліджень.

До 1962 р. Всесвітні соціологічні конгреси проводилися з інтервалом у три роки, а після 1962 р. – через 4 роки. З дня свого утворення МСА підготувала і провела 18 конгресів:

1) 1950 р., Цюріх (Швейцарія), проведений спільно з міжнародною асоціацією політичних наук. Тема конгресу: «Вплив соціологічних досліджень на міжнародні відносини».

2) 1953 р., Льєж (Бельгія). Теми конгресу: «Соціальна стратифікація і соціальна мобільність», «Міжгрупові конфлікти та їх вирішення», «Сучасний розвиток соціологічних досліджень», «Навчання, професійна діяльність і відповідальність соціологів».

3) 1956 р., Амстердам (Нідерланди). Тема конгресу: «Проблеми соціальних змін у ХХ ст.».

4) 1959 р., Мілан (Італія). Тема конгресу: «Соціологія і суспільство».

5) 1962 р., Вашингтон (США). Теми конгресу: «Соціологи, політична діяльність, громадськість», «Соціологія розвитку», «Сутність і проблеми соціологічної теорії».

6) 1966 р., Евіан (Франція). Теми конгресу: «Єдність і різноманітність у соціології», «Соціологія міжнародних відносин».

7) 1970 р., Варна (Болгарія). Тема конгресу: «Сучасне і майбутнє суспільство, наукове прогнозування, соціальне планування і керівництво суспільним розвитком».

8) 1974 р., Торонто (Канада). Тема конгресу: «Наука і революція в сучасному суспільстві».

9) 1978 р., Упсала (Швеція). Тема конгресу: «Шляхи соціального розвитку».

10) 1982 р., Мехіко (Мексика). Тема конгресу: «Соціальна теорія і соціальна практика».

11) 1986 р., Нью-Делі (Індія). Тема конгресу: «Соціальні зміни: проблеми і перспективи».

12) 1990 р., Мадрид (Іспанія). Тема конгресу: «Соціологія для єдиного світу: єдність і різноманітність».

13) 1994 р., Білефельд (Німеччина). Тема конгресу: «Оскарження кордонів і мінливі солідарності».

14) 1998 р., Монреаль (Канада). Тема конгресу: «Соціальне знання: спадщина, виклики, перспективи».

15) 2002 р., Брісбейн (Австралія). Тема конгресу: «Соціальний мир у ХХІ ст.: амбівалентні спадщина і виклики, що виникають».

16) 2006 р., Дурбан (ЮАР). Тема конгресу: «Якість соціального існування у глобалізованому світі».

17) 2010 р., Гьотеборг (Швеція). Тема конгресу: «Рух до соціології глобальної гармонії».

18) 2014 р., Йокогама (Японія). Тема конгресу: «Обличчям до світу нерівності: виклики для глобальної соціології».

Постійно зростає кількість учасників конгресів і число країн, які вони представляють. Якщо перший конгрес зібрав 180 соціологів, то 18-й – близько 8 тис.

За минулі півстоліття з моменту створення МСА її президентами були: 1949–1952 Л. Вірт (США), 1953–1956 Р. Анджелл (США), 1956–1959 Р. Фрідман (Франція), 1959–1962 Т. Маршалл (США), 1962–1966 Р. Кьоніг (Німеччина), 1966–1970 Я. Щепанський (Польща), 1970–1974 Р. Хілл (США), 1974–1978 Т. Богтомор (Великобританія), 1978–1982 У. Хіммельstrand (Швеція), 1982–1986 Ф. Кардозо (Бразилія), 1986–1990 М. Арчер (Великобританія), 1990–1994 Т. К. Ооммен (Індія), 1994–1998 В. Валлерстайн (США), 1998–2002 А. Мартінеллі (Італія), 2002–2006 П. Штомпка (Польща), 2006–2010 М. Вевьорка (Франція), 2010–2014 М. Буравой (США). Сьогодні МСА очолює М. Абрахам (США), обрана на останньому конгресі.

У 1970 р. на Всесвітньому соціологічному конгресі у Варні (Болгарія) було ухвалено рішення про створення Дослідницької ради, що є ще одним робочим органом МСА і об'єднує представників дослідницьких комітетів. У 1982 р. було створено Дослідний координаційний комітет, який обирається Дослідницькою радою. Він розглядає пропозиції щодо створення нових дослідницьких комітетів і затверджує їх. Сьогодні у складі МСА налічується 53 дослідницьких комітети: 1) збройні сили та суспільство; 2) економіка і суспільство; 3) дослідження співтовариств; 4) соціологія освіти; 5) етнічні, расові відносини і відносини меншин; 6) соціологія сім'ї; 7) футурологія; 8) історія соціології; 9) соціальна практика і трансформація; 10) участь в управлінні та самоврядуванні; 11) соціологія старіння; 12) соціологія права; 13) соціологія дозвілля; 14) соціологія засобів масової комунікації; 15) соціологія медицини; 16) соціологічна теорія; 17) соціологія організації; 18) соціологія політики; 19) соціологія бідності, соціального добробуту та соціальної політики; 20) компаративна соціологія; 21) соціологія регіонального та міського розвитку; 22) соціологія релігії; 23) соціологія науки; 24) середовище проживання і суспільство; 25) соціолінгвістика; 26) соціотехніка – соціологічна практика; 27) соціологія спорту; 28) соціальна стратифікація; 29) девіантна поведінка і соціальний контроль; 30) соціологія праці; 31) соціологія міграції; 32) гендерна соціологія; 33) логіка та методологія соціології; 34) соціологія молоді; 35) комітет концептуального та термінологічного аналізу; 36) теорія і дослідження відчуження; 37) соціологія мистецтва; 38) біографія й суспільство; 39) соціологія лих і катастроф; 40) соціологія села; 41) соціологія народонаселення; 42) соціальна психологія; 43) житлове будівництво та навколишнє середовище; 44) робітничий рух; 45) раціональний

вибір; 46) клінічна соціологія; 47) соціальні класи і соціальні рухи; 48) соціальні рухи, колективні дії й соціальні зміни; 49) ментальні здоров'я і хвороби; 50) міжнародний туризм; 51) соціокібернетика; 52) соціологія професійних груп; 53) соціологія дитинства. Крім Дослідницьких комітетів у МСА функціонують робочі групи, тематичні групи та групи «ad hoc» (формується для реалізації ексклюзивних дослідницьких проєктів із використанням як якісних та кількісних методик збору емпіричного матеріалу).

МСА має свої періодичні видання: *Current Sociology* ISA (видається з 1952 р.); *SAGE Publications* (з 1974 р.); *International Journal of Sociology the International Sociological Association* (з 1986 р.).

### ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ ІНСТИТУТУ ГЕЛЛАПА

***Інститут Геллапа*** – офіційна міжнародна дослідницька структура *Gallup International*, заснована у травні 1947 р. Ще у 1935 р. Дж. Геллап разом із підприємцем Г. Андерсоном, ризикнувши власним капіталом, заснували у Принстоні (штат Нью-Джерсі, США) Американський інститут громадської думки або Інститут Геллапа, який у 1947 р. було перейменовано в Міжнародну асоціацію Геллапа. Дж. Геллапа було обрано першим президентом асоціації, і керував нею аж до своєї смерті (1984 р.). З 2007 р. і до нині асоціацію очолює Дж.-М. Лежер (Канада).

Протягом першої половини ХХ ст. Дж. Геллап, проводячи опитування громадської думки щодо перебігу президентських виборчих кампаній, здійснив три успішних прогнози результатів виборів (1936, 1940, 1944) і один невдалий (1948), у якому передбачав поразку Г. Трумена, але той переміг. Невдача змусила Дж. Геллапа більш детально розібратися в сутності статистичних процедур й удосконалити методичний інструментарій, що використовувався в ході опитувань.

Після 1948 р. американці 12 разів обирали президента країни. І 12 разів прогнози Інституту Геллапа були вірними. В цілому за 16 президентських кампаній середнє розходження між офіційними даними голосувань і прогнозами Дж. Геллапа становило не більше 2,7 %.

У травні 2010 р. *Gallup International Association* приєдналась до *Worldwide Independent Network of market research (WIN)*, і сьогодні іменується *WIN/Gallup International*, зареєстрована у Цюриху (Швейцарія), – величезна імперія, що об'єднує 75 незалежних дослідницьких організацій, розташованих у різних частинах світу. Річний дохід асоціації становить понад 500 млн євро і обіймає майже 95 % європейського ринку маркетингових досліджень.

Асоціацією реалізується ряд довготривалих міжнародних дослідницьких проектів – «Глас народу» (The Voice of the People Survey); «Вплив кризи на жителів різних країн» (WIN Crisis Index); «Індекс споживчої довіри» (Consumer Confidence Index); «Індекс надії: багатство/бідність, песимізм/оптимізм», «Барометр світової корупції» (Global Corruption Barometer) та ін. Gallup International регулярно проводить дослідження для глобальних клієнтів, серед яких: ООН, Червоний хрест, НАТО, Світовий економічний форум тощо.

Ексклюзивним представником WIN/Gallup International у Росії та Україні є дослідницький холдинг Romir (Москва, Росія), створений у 1989 р. Сьогодні кампанія налічує 320 високопрофесійних фахівців, 30 регіональних представництв, розгалужену мережу з понад 10000 інтерв'юерів. Очолює холдинг президент А. Мілехін. У структурі Romir функціонує 5 підрозділів: департамент по роботі з клієнтами, департамент міжнародних відносин, департамент якісних досліджень, департамент кількісних досліджень та департамент панельних досліджень.

Провідними напрямками роботи холдингу є:

- маркетингові дослідження, зокрема, вивчення споживчих ринків (оцінка задоволеності клієнтів кампаній за різними параметрами, тестування торгових марок, оцінка ефективності рекламної кампанії, вивчення репутації та ціннісного сприйняття бренду, моніторинг цін у торговельних мережах, категоріальний аналіз із фокусом на роздрібні мережі тощо);
- дослідження медійної сфери;
- соціально-політичні дослідження (соціологічний супровід виборчих кампаній, вивчення соціальної структури суспільства й т. ін.);
- соціально-економічні дослідження (вивчення проблем малого бізнесу, дослідження стратегії розвитку корпорацій, міжнародні порівняльні соціологічні дослідження і т. д.).

## НАПРЯМИ ДІЯЛЬНОСТІ ІНСТИТУТУ ДЕМОСКОПІЇ

*Інститут демоскопії*, заснований у 1947 р. Е. Ноель-Нойман та її чоловіком, видатним журналістом Е. Нойманом, у маленькому рибацькому селищі Алленсбах (Німеччина). Інститут створювався задля проведення маркетингових, медіа й соціальних досліджень, вивчення громадської думки.

Сьогодні Інститут демоскопії носить статус товариства з обмеженою відповідальністю, його очолює Р. Кьохер. В Інституті працює близько 100 постійних співробітників, мережа інтерв'юерів налічує

майже 18000 осіб у різних містах та селищах Німеччини. З травня 1999 р. 99 % капіталу Інституту належить Публічному фонду демоскопії Алленсбах, не отримуючи бюджетних субвенцій, свою діяльність ця установа фінансує лише за рахунок доходів від виконаних досліджень.

Інститут демоскопії проводить близько 100 опитувань на рік, у яких бере участь 80 тис. респондентів. Однак спектр застосованих методів не дуже великий, це переважно бліц-опитування, інтенсивні інтерв'ю, формалізовані опитування, лонгітюдні дослідження тощо.

Інститут має декілька постійно діючих проектів, серед яких варто виділити такі, як: аналіз ринку та рекламодавців (Allensbach Markt-und Werbeträger-Analyse), в межах якого щорічно проводиться 20 тис. інтерв'ю; з 1949 р. проводяться передвиборчі дослідження з метою вивчення політичних настроїв виборців, омнібуси на базі 2000 інтерв'ю за репрезентативною вибіркою населення старше 16 років; з 1959 р. проводяться опитування населення щодо споживчої поведінки, планів придбання різних груп товарів, перегляду телепередач, читання газет тощо; з 1987 р. проводиться панель «Capital-Elite-Panel» – телефонні інтерв'ю з більш ніж 600 провідними представниками ділового світу, політики та державного управління; з 1997 р. реалізується проект АСТА (Allensbach Computer and Technology Analysis), у якому беруть участь 10 тис. осіб у віці від 14 до 54 років, яких опитують на предмет визначення ставлення до комп'ютера, інтернету, мобільного зв'язку тощо.

Щодо методики опитувань зазначимо, що співробітники Інституту демоскопії широко практикують «вилкові опитування» (уперше цей метод було описано у 1944 р. американським соціологом Х. Кандрілом), за яких на стадії тестування вибіркова сукупність ділиться на декілька підвибірок, кожній з яких задаються одній й ті ж за змістом запитання в різних формулюваннях, задля перевірки впливу формального формулювання конкретного запитання на якість відповідей респондентів.

З 1958 р. широко використовується метод включеного спостереження в ході опитування споживачів, коли інтерв'юер сам виступає в ролі покупця, задаючи вивчені напам'ять запитання продавцеві. З 1973 р. Інститутом проводиться домашній тест реклами, для реалізації якого інтерв'юери домовляються з обраними за визначеними квотами респондентами про можливість участі в перегляді визначеної телепрограми в них удома. Перед початком телепрограми і після її завершення дослідник має задати запитання респондентам, при цьому фіксуючи емоційну реакцію на рекламні ролики, що демонструються в ході телепрограми.



Сьогодні клієнтами Інституту є як державні установи, так і приватні організації, зокрема: Федеральне міністерство праці та соціальних справ; Федеральне міністерство з прав сім'ї, людей похилого віку, жінок та молоді; кампанії Nestle, Deutsche Postbank, BMW, Henkel AG, Ernst & Young; німецька асоціація автомобільної промисловості; німецька футбольна асоціація; Фонд Bertelsmann Stiftung Herbert Quandt-Stiftung та ін.

### ЄВРОПЕЙСЬКА АСОЦІАЦІЯ ДОСЛІДЖЕННЯ ГРОМАДСЬКОЇ ДУМКИ ТА РИНКУ

**ESOMAR: European Society for Opinion and Marketing Research**  
**(Європейська асоціація дослідження громадської думки та ринку)** є однією з провідних всесвітніх асоціацій, що об'єднує спеціалістів у галузі дослідження громадської думки та маркетингових досліджень. Її було створено у вересні 1948 р. в Амстердамі (Голландія). Сьогодні асоціація налічує понад 4 тис. індивідуальних членів зі 100 держав світу. Нині очолює асоціацію президент Л. Флорес (Франція).

Членами асоціації є рекламні та медіа-агенства, дослідницькі центри з вивчення ринку, користувачами даних переважно виступають комерційні, професійні, громадські організації, а також органи влади.

ESOMAR було створено з метою: встановлення і підтримування найвищих професійних стандартів у сфері маркетингових й соціальних досліджень; концентрації зусиль на цілях, спільних для всіх професіоналів у цій сфері; сприяння підвищенню суспільної довіри до досліджень та дослідників; обміну досвідом у сфері прогресивних методів і технологій досліджень.

Діяльність ESOMAR сьогодні відбувається за такими основними напрямами:

- проведення міжнародних семінарів, конгресів, конференцій та річних зборів із найактуальніших питань маркетингових і соціальних досліджень;
- проведення навчальних програм і курсів із техніки маркетингових досліджень;
- організація й підтримка інституту національних представників у всіх країнах світу.

За майже 70 років свого існування невелика група європейських фахівців перетворилася на всесвітню організацію, що має у своєму складі близько 3000 членів із понад 80 країн світу. Членство в організації, як і раніше, індивідуальне, щоб уникнути небажаного впливу корпоративної конкуренції. Членство в ESOMAR не залежить від

політичних і культурних відмінностей. Його членом може стати будь-хто із професіоналів, активно залучених до розроблення сучасних технічних методів маркетингу і використання маркетингових досліджень як основи для ухвалення ефективних рішень. Членами асоціації нині є фахівці практично з усіх країн світу.

Одним із найважливіших завдань ESOMAR на сьогодні є забезпечення можливості вивчати досвід дослідження ринку інших країн світу через прямий контакт з особами, які цим безпосередньо займаються. Першим національним представником асоціації в Україні (2001–2005 рр.) був генеральний директор Київського міжнародного інституту соціології, віце-президент Української асоціації маркетингу (УАМ) В. Паніотто. З 2005 р. офіційним представником ESOMAR в Україні є чинний генеральний директор УАМ І. Лилик.

Щодо структури організації зазначимо, що асоціацією керує рада, яка обирається на загальному зібранні й складається з президента і восьми інших членів ради. Всі члени ради, включаючи президента, призначаються строком на два роки. Президент має право посідати посаду не більше ніж один термін, натомість інші члени ради – три повні строки. Членство в раді визначається країною та сферою зайнятості. Рада створює комітети та робочі групи за необхідністю, визначає їх склад й обов'язки. Одним із комітетів є виконавчий комітет (центральный секретаріат асоціації), основним призначенням якого є здійснення контролю за повсякденною діяльністю асоціації. До складу центрального секретаріату входить Президент, віце-президент, генеральний директор та головний фінансовий директор.

## **НАЦІОНАЛЬНИЙ ЦЕНТР ОПИТУВАННЯ ГРОМАДСЬКОЇ ДУМКИ США**

**Національний центр опитування громадської думки США (National Opinion Research Center – NORC)** – у жовтні 1941 р. соратник Дж. Геллапа Х. Філд за підтримки приватних підприємців на базі Денверського університету (штат Колорадо, США) створив першу дослідницьку організацію академічного типу, основною метою якої стало надання консультативної допомоги та розробки емпіричних проектів для професійних соціологів. Після загибелі Х. Філда в авіакатастрофі у 1946 р., центр у 1947 р. під керівництвом В. Харта перемістився до Чиказького університету, де він успішно функціонує й нині.

Починаючи з 1953 р. NORC на замовлення Державного департаменту США проводить регулярні опитування щодо якості медичного забезпечення, проблем та перспектив медичного страхування, з 1950 р. – дослідження психічного здоров'я американців.

Спільно з Міністерством праці США з середини 1960-х рр. фахівці центру почали проводити щорічні дослідження ринку праці, з'ясування особливостей ефективного використання людського капіталу, вивчення проблем працевлаштування окремих груп населення – людей похилого віку та молоді, особлива увага приділялась вивченню цієї проблеми серед представниць жіночої статі.

З 1972 р. у межах основного проекту GSS (General Social Survey) проводиться моніторинг за комплексним опитувальником (омнібусом), побудованим на особистісних інтерв'ю домогосподарств США. Основні тематичні модулі: міжгенераційна мобільність, релігія, війна, стратифікація, трудові організації, соціально-політична ситуація, емоції, соціальні мережі, раси, гендер, ринок, розумове здоров'я, медичне страхування тощо.

Сьогодні NORC очолює президент і генеральний директор Д. Гаулін, у структурі центру налічується кілька провідних дослідницьких відділів та центрів:

- відділ провідних технологій дослідження, спеціалісти якого займаються розробкою дизайну дослідження, запровадженням методологічних інновацій;

- відділ «Економіка, право й суспільство» проводить комплексні дослідження соціально-побутових умов життя американців, економічних перспектив розвитку країни, а також вивчає соціально-правові аспекти суспільного буття;

- відділ «Освіта і розвиток дитини» досліджує якість освітніх програм у закладах різного рівня – від дошкільних до вищих, зокрема, за рахунок вивчення індивідуальних і сукупних оцінок, стенограм абстракції, спостереження в класах тощо;

- відділ «Охорона здоров'я» вивчає проблеми ринку медичного страхування, якість надання медичних послуг у різних закладах охорони здоров'я, розробляє рекомендації щодо реформування галузі, детально вивчає проблеми підтримки здоров'я нації, проводячи дослідження щодо проблем вакцинації та імунізації, психічного здоров'я населення, поширення форм залежної поведінки, проблем здоров'я матері та дитини й т. ін.;

- відділ «Медичні науки», провідними напрямками роботи якого є порівняльні дослідження медичних закладів, вивчення ефективності використання інформаційних технологій у галузі охорони здоров'я, з'ясування особливостей розвитку та проблем здоров'я людей різного віку, дослідження особистої медичної документації і т. д.;

- відділ міжнародної співпраці відповідає за організацію та проведення масштабних міжнародних дослідницьких проєктів, обмін досвідом із передовими світовими дослідницькими установами;
- відділ підготовки фахівців-дослідників;
- прес-центр;
- відділ статистики та методології;
- центр передових технологій та комунікації;
- демографічний центр;
- центр дослідження суспільної політики;
- культурний стратегічний центр;
- центр освітніх досліджень;
- центр дослідження громадських організацій;
- науково-дослідницький центр щодо вивчення проблем розвитку та здоров'я нації.

## НАЦІОНАЛЬНИЙ ЦЕНТР СОЦІАЛЬНИХ ДОСЛІДЖЕНЬ NatCen

**Національний центр соціальних досліджень NatCen (National Centre for Social Research)** – найбільший незалежний (некомерційний) дослідницький інститут у Великобританії, заснований у 1969 р. Р. Джовеллом та Дж. Хойнвіллом. У червні 2002 р. центр перейменовано в акціонерне товариство з обмеженою відповідальністю. Керує NatCen рада засновників, що у 2013–2014 рр. налічувала 12 осіб, та директор П. Янг. Річний дохід центру у 2013 р. перевищив 3,52 млн євро, у штаті працює 170 постійних співробітників та 1000 інтерв'юерів.

У структурі NatCen наявні два дослідницькі центри, що об'єднують шість робочих груп: стратегічний науково-дослідницький центр (діти, сім'я та робота; злочинність й справедливість; здоров'я, соціальні відносини і навколишнє середовище) й центр досліджень (опитування домогосподарств; повторні дослідження; здоров'я і біометричні обстеження). Окремим структурним підрозділом центру є Шотландський центр соціологічних досліджень (ScotCen).

Серед провідних напрямів дослідження:

- діти та молодь (особливі потреби дітей та молоді, молодіжна злочинність, вживання тютюну, алкоголю, наркотиків тощо);
- суспільство (громадянські обов'язки, участь у політичному житті);
- родина (батьки й батьківство, родинне виховання, неблагополучні сім'ї, соціальна підтримка сімей);
- злочин та покарання (поліцейська реформа, відбудова тюрем, політика кримінального судочинства, кібер-злочинність, сексуальні злочини тощо);

- гендерні дослідження;
- здоров'я та благополуччя (психічне здоров'я, медичне обслуговування, фізична активність, їжа та дієти, сексуальне здоров'я, залежна поведінка);
- житло, енергозберезувальні технології;
- доходи та праця (безробіття, фінансовий менеджмент, корпоративна етика, кар'єрне зростання, пенсійне забезпечення, соціальні гарантії, доходи населення);
- освіта (робота служб соціального захисту дітей, якість навчання, учнівство, вища освіта);
- соціально-політичні відносини (конституційні права та обов'язки, особиста моральна позиція, релігія й віра, соціальне та національне самосвідомлення, соціальна нерівність, імміграція, соціальні послуги тощо);
- транспорт (поведінка пасажирів та водіїв, безпека пересування).

### Діяльність GfK GROUP

**GfK Group (Gesellschaft für Konsumforschung)** – найбільша в Європі дослідницька компанія, що пропонує послуги у сфері маркетингових досліджень. У 1934 р. професор В. Версхофен заснував науковий інститут «Асоціація для досліджень споживачів» (Gesellschaft für Konsumforschung). Ця подія стала початком поширення маркетингових досліджень у Німеччині. У тому ж році за ініціативою Л. Ерхарда останнього канцлера Германії у Нюрнберзі (Німеччина) було засновано компанію GfK Group.

Сьогодні компанія посідає 4-е місце серед провідних маркетингових дослідницьких компаній, об'єднує понад 13 тис. експертів у 115 дочірніх компаніях із понад 100 країн світу, які здійснюють маркетинговий аналіз, поєднуючи власну пристрасть до роботи та 80-річний досвід GfK у сфері аналітики. Очолює компанію виконавчий директор М. Хартманн.

Основними завданнями компанії є оптимізація реклами та комунікації, вивчення досвіду споживачів, розробка та оптимізація продукту, оптимізація цін й цінності бренду, удосконалення каналів продажу та категорій товарів.

Серед сфер діяльності GfK Group: автомобільний ринок, споживчі товари, енергетика, мода, фінансові послуги, охорона здоров'я, медіа та розваги, професійні й суспільні послуги, роздрібна торгівля, технології, подорожі та логістика.

Усі дослідження компанії треба розділяти на дві групи:

1) «Вибір споживачів» – досліджується те, що продають, коли і де, постійно відстежуються онлайн та оффлайн медіа, а також основні канали продажів та інформації.

2) «Досвід споживачів» – у такого роду дослідженнях увагу зосереджено на необхідності вивчення ставлення, сприйняття й поведінки споживачів, завдяки використанню надійних методик дослідники намагаються відповісти на питання «хто», «що», «чому» і «як».

У всіх компаніях, що входять до складу GfK Group, робота ведеться в чотирьох провідних напрямках, координація якими здійснюється централізовано:

1) Ad-Hoc Worldwide – в межах цього напрямку клієнтам пропонують ексклюзивні дослідження, що поєднують використання кількісних та якісних методів збору емпіричного матеріалу, а також застосовують брендів розробки компанії;

2) Consumer Tracking – панель домогосподарств, які щоденно повідомляють відомості про придбані ними товари, що дозволяє робити висновки щодо обсягів споживання й простежувати динаміку споживчої поведінки;

3) Non-food Tracking являє собою панель роздрібних торговельних точок, інформація від яких збирається й опрацьовується в спеціальному пакеті програм;

4) Media Research передбачає вимірювання телевізійної аудиторії.

**GfK Ukraine** – українська дослідницька компанія, що входить до мережі GfK Group, найбільша компанія з маркетингових та соціальних досліджень у нашій країні. Історія GfK Ukraine починається у 1995 р. – із заснування незалежного приватного маркетингового агентства «Українські опитування та дослідження ринку», яке у 1998 р. увійшло до мережі GfK Group.

GfK Ukraine проводить дослідження споживчої панелі домогосподарств (ConsumerScan) з січня 1999 р. Дослідженням охоплюється 5000 домогосподарств (понад 10000 осіб) по всій Україні, які щоденно звітують про свої покупки близько за 60 групами товарів щоденного споживання. Компанія проводить також дослідження ринків фінансових та телекомунікаційних послуг – регулярне та оперативне отримання інформації щодо стану ринків банківських, страхових та телекомунікаційних послуг на замовлення фізичних осіб.

Сьогодні в GfK Ukraine працюють понад 170 штатних співробітників-спеціалістів у різних галузях наукового знання, зокрема соціологи, психологи, економісти, а також фахівці з маркетингу, статистики, програмування, математики тощо. Дослідники компанії поєднують експертне

розуміння секторів, де працюють із клієнтами, застосовуючи найсучасніші дослідницькі методики. Завдяки цьому вони можуть дати відповіді на найскладніші питання, які стоять перед клієнтами. Компанія працює з такими галузями господарства як виробництво, роздрібний продаж, сфера охорони здоров'я, сфера послуг.

## СОЦІОЛОГІЧНІ ДОСЛІДНИЦЬКІ УСТАНОВИ РОСІЇ

*Інститут наукової інформації з суспільних наук Російської академії наук (ІНІСН РАН)* створений на базі Фундаментальної бібліотеки суспільних наук АН СРСР ім. В. Волгіна у 1969 р. за ініціативи В. Віноградова, – єдиний у Росії науковий центр підготовки науково-інформаційних та аналітичних матеріалів із гуманітарних дисциплін. Із 1998 р. очолює інститут директор – академік РАН, д-р політ. наук Ю. Півоваров.

Серед провідних завдань ІНІСН варто виокремити:

- підготовка, видання та розповсюдження робіт науково-аналітичного, реферативного, бібліографічного й довідкового характеру;
- створення і розвиток автоматизованих баз даних;
- бібліотечне обслуговування російських та закордонних користувачів;
- депонування наукових рукописів;
- виконання замовлень на виготовлення копій документів, наявних у фондах бібліотеки;
- координація інформаційної діяльності в галузі соціальних та гуманітарних наук з метою формування єдиного інформаційного простору.

Структура ІНІСН включає: відділ бібліографії вчених; відділ наукового співробітництва та міжнародних зв'язків; групу по роботі з аспірантами; центр інформаційного забезпечення банківської діяльності та підприємництва; центр комплексних досліджень російської еміграції; центр перспективних методологій соціально-гуманітарних досліджень; центр порівняльного вивчення цивілізацій; центр соціальних науково-інформаційних досліджень; центр гуманітарних науково-інформаційних досліджень; центр науково-інформаційних досліджень глобальних та регіональних проблем; центр науково-інформаційних досліджень у сфері науки, освіти та технологій; фундаментальну бібліотеку; центр інформатизації; видавничий центр.

В інституті регулярно проводяться конференції, круглі столи, наукові семінари, за останні роки ІНІСН перетворився на визнаний центр комунікації у сфері соціальних та гуманітарних наук.

**Всеросійський центр вивчення громадської думки – ВЦВГД (рос. Всероссийский центр изучения общественного мнения – ВЦИОМ)** –

до 1992 р. Всесоюзний, створений за ініціативи Б. Грушина, Т. Заславської, Ю. Левади. У грудні 1987 р. було підписано постанову Президії ВЦСПС та Держкомпраці СРСР «Про створення Всесоюзного центру вивчення громадської думки з соціально-економічних питань», який очолила академік Т. Заславська.

У 1998 р. Центр було зареєстровано як державну унітарну організацію, у 1999 р. йому було присвоєно статус наукової установи. Сьогодні Всеросійський центр вивчення громадської думки – найбільша в Росії дослідницька організація, що займається соціально-економічними, соціально-політичними, а також маркетинговими дослідженнями на базі масових опитувань, експертних опитувань, глибинних інтерв'ю, фокус-груп тощо. Центр забезпечує повний технологічний цикл проведення дослідницьких робіт – від розробки програми дослідження до презентації аналітичних звітів.

Центральний офіс ВЦВГД знаходиться у Москві (Росія), штат центру становить понад 70 фахівців у галузі соціології, маркетингу, психології, статистики. Очолює компанію генеральний директор В. Федоров, він є одночасно керівником Наукової ради і членом Ради директорів. Раду директорів очолює Ю. Войцеховський. Структура центру налічує 7 філій (Центральна, Північно-Західна, Південна, Приволзька, Уральська, Сибірська, Східна), що функціонують відповідно у 7 федеральних округах Росії. У польовій роботі центру беруть участь майже 3 тис. інтерв'юєрів, працює регіональна мережа з 10 власних регіональних офісів та 17 регіональних соціологічних центрів.

Регулярно фахівці ВЦВГД проводиться такі види досліджень, як:

- опитування омнібусного типу «Експрес» – до 10 запитань за репрезентативною вибіркою міського населення Росії серед 1600 респондентів у 130 населених пунктах;
- «Моніторинг» – до 100 запитань за загальноросійською репрезентативною вибіркою серед 4 тис. респондентів у 88 містах і селах у строк 35 днів;
- «Факт» – до 100 запитань за загальноросійською репрезентативною вибіркою серед 1650 респондентів у 42 містах і селах у строк 25 днів;
- «Бліц-опитування» 1–2 тис. жителів Москви та області, до 12 запитань за випадковою вибіркою у строк 1–3 днів;
- соціологічна експертиза об'єктів інтелектуальної власності;
- MMR (Multi Media Research) – вивчення тенденцій розвитку російського медіапростору і т. д.



Одним із важливих напрямів роботи центру є ведення власного архіву даних та видання інформаційного бюлетеня «Моніторинг громадської думки: економічні та соціальні зміни».

**АНО Левада-центр (Аналітичний центр Юрія Левади)** – автономна некомерційна дослідницька організація. Колектив Левада-центру почав формуватися ще у 1987 р. у межах Всесоюзного центру вивчення громадської думки. У серпні 2003 р. Міністерство майнових відносин РФ ухвалило рішення про зміну керівництва центру. Дослідницький колектив, не погоджуючись зі змінами, у повному складі залишив організацію і створив «Аналітичну службу ВЦВГД», однак за рішенням суду назву було змінено і сьогодні установа продовжує працювати під назвою «Аналітичний центр Юрія Левади». Першим директором центру був Ю. Левада, головою правління – Т. Заславська. З грудня 2006 р. центр очолює Л. Гудков. Структуру центру складають 5 відділів: відділ соціально-політичних досліджень; відділ вивчення доходів і споживання; відділ якісних досліджень; відділ соціально-економічних досліджень; відділ маркетингових досліджень.

Щорічно центр проводить безліч кількісних та якісних досліджень:

- з 1989 р. проводиться дослідження «Номо Sovieticus», на сьогодні створено базу даних, що включає дані п'яти дослідницьких хвиль 1989, 1994, 1999, 2003, 2008 рр.;

- 1991–2012 рр. «Новий Російський Барометр» (New Russia Barometer), спільно з Центром вивчення громадської політики (Centre for the Study of Public Policy – University of Strachclyde, University of Aberdeen);

- з 1991 р. реалізується Міжнародна програма соціальних досліджень (International Social Survey Program (ISSP));

- з 1993 р. моніторинг електоральних вподобань росіян під час парламентських та президентських виборчих кампаній;

- з 2009 р. «Економічна поведінка населення в динаміці»;

- з 2010 р. «Читання та суспільство: моніторинг літературної культури» за підтримки Благодійного фонду культурних ініціатив і т. ін.

Важливими напрямками роботи центру є наукова робота й видавництво журналу «Вісник громадської думки», щорічної збірки основних результатів масових опитувань громадської думки. За ініціативи фахівців ВЦВГД у вересні 2008 р. було створено базову кафедру при факультеті соціології Національного дослідницького університету «Вища школа економіки».

**Фонд «Громадська думка» (рос. Фонд «Общественное мнение» – ФОМ)** – незалежна соціологічна служба, створена у 1991 р. в структурі ВЦВГД з метою залучення коштів благодійних фондів. Із середини

1992 р. Фонд отримав статус незалежної некомерційної організації, що стала однією з провідних соціологічних установ Росії, яка виконувала величезний обсяг соціологічних досліджень з використанням широкого спектра методів.

У 1996 р. Фонд став базовою соціологічною організацією передвиборчого штабу Б. Єльцина, аналогічну роль він відіграв і у штабі В. Путіна 1999–2000, 2004 рр.

Основні види досліджень Фонду: опитування ФОМнібус (опитування 1500 респондентів старше 18 років проходить у режимі особистісного інтерв'ю (face-to-face) у 100 населених пунктах 43 суб'єктів РФ); кварталне опитування МегаФОМ (опитування 57000 респондентів старше 18 років проходить у режимі особистісного інтерв'ю (face-to-face) понад у 2200 населених пунктах 79 суб'єктів РФ); телефонні опитування ТелеФОМ; опитування ДомоФОМ; опитування СетеФОМ (дослідження, що проводиться online в групах активної частини населення Росії: молодь, підприємці, експерти, керівники); дослідження СмартФОМ (розширює можливості традиційних методів вивчення громадської думки – відбір компетентних, небайдужих людей, їх спільна праця над вирішенням завдань, що мають громадський резонанс); якісні дослідження МікроФОМ і т. ін.

Сьогодні структура Фонду налічує близько 80 співробітників, 500 працівників регіональних центрів, майже 1500 інтерв'юєрів. Центральний офіс організації розташовано в Москві (Росія), очолює Фонд президент О. Ослон.

Із 2006 р. Фонд здійснює видавничу діяльність, зокрема, випускає журнал «Соціальна реальність», інформаційно-аналітичні друковані та електронні бюлетені, наукові монографії, публікує переклади й оригінальні видання з теоретичних та прикладних проблем масової комунікації, громадської думки, публічного дискурсу, ідеологій тощо.

**Інститут порівняльних соціальних досліджень CESSI** – одна з перших незалежних дослідницьких організацій, створена у 1989 р. за ініціативи В. Андрєєнкова й групи співробітників Інституту соціології АН СРСР (Москва, Росія). Із травня 1992 р. компанія функціонує як закрите акціонерне товариство, яке очолює генеральний директор В. Андрєєнков. У структурі інституту функціонують три відділення в Москві, Санкт-Петербурзі та Києві.

Серед провідних напрямів дослідницької діяльності: маркетингові дослідження (вивчення споживчої поведінки та вподобань (Usage and Attitude), дослідження кампаній (Business to Business), тестування продуктів, формування цінової політики й т. ін.); громадсько-політичні дослідження (вивчення рівня життя, дослідження електоральних

настроїв, вивчення бюджету часу тощо); HR-дослідження (вивчення індексу заробітної плати, дослідження трудових ресурсів, внутрішньо корпоративні дослідження).

**Центр незалежних соціологічних досліджень (ЦНСД)** – автономна некомерційна організація, створена у 1991 р. у Санкт-Петербурзі співробітниками Ленінградського відділення Інституту соціології АН СРСР (В. Воронков, О. Віте). З 1998 р. центр співпрацює з Фондом Г. Белля (Берлін, Німеччина), реалізуючи стипендіальну програму для талановитих молодих дослідників. У 2003 р. ЦНСД організував проведення практичних занять із якісної методології при Центрі соціологічної освіти Інституту соціології РАН. У 2004–2005 рр. аналогічну програму було реалізовано спільно з вищою школою Osterlens Folkhogskola (Томелілла, Швеція).

У 2004 р. центр ініціював створення Конвенції незалежних соціологічних центрів Росії, що об'єднувала близько 20 дослідницьких організацій. Під егідою Конвенції у 2009 р. опубліковані перші книги в серії «Якісні методи в соціальних дослідженнях» (І. Штейнберг, Т. Шанін, Е. Ковальов, А. Левінсон та ін.) й збірка статей «Уйти, чтобы остаться: Социолог в поле».

У 2010 р. центром вперше реалізовано освітній проект «Школа Пі» – розвиток навичок академічного письма в дослідника-практика, вивчення технік редагування та рецензування.

Сьогодні співробітники ЦНСД ведуть активну діяльність у галузі прав людини, гендерних та трудових відносин, міського планування, екології тощо. У 2009 р. ЦНСД було нагороджено премією фонду Джона й Кетрін МакАртуров (John D. and Catherine T. MacArthur Foundation Award for Creative and Effective Institutions), якою щорічно нагороджуються найефективніші та найкреативніші світові організації. За ініціативи цього ж фонду з 2007 р. ЦНСД видає журнал «Laboratorium: Russian Review of Social Research».

### **КОНТРОЛЬНІ ЗАПИТАННЯ ТА ЗАВДАННЯ ДЛЯ САМОПЕРЕВІРКИ**

1. Визначте особливості становлення та функціонування Міжнародного інституту соціології.
2. Окресліть напрями діяльності Міжнародної соціологічної асоціації.
3. У чому полягає специфіка діяльності Інституту Геллапа?
4. Схарактеризуйте основні дослідницькі проекти, реалізовані Інститутом демоскопії.
5. У чому полягають мета і завдання діяльності ESOMAR?

6. Окресліть особливості організаційної структури NORC.
7. Схарактеризуйте основні напрями дослідницької діяльності NatCen.
8. Визначте специфіку роботи GfkGroup в Україні.
9. Якими є особливості функціонування російських соціологічних дослідницьких центрів?

**Література:** 3, 13, 25, 26, 27, 29, 30, 34, 36, 37, 38, 45, 46, 48, 53, 56, 57, 62, 66, 80, 81, 87, 106.

## **РОЗДІЛ 4**

---

### **Організаційна структура та діяльність соціологічних служб в Україні**

**УСТАНОВИ НАЦІОНАЛЬНОЇ АКАДЕМІЇ НАУК УКРАЇНИ,  
ЩО ЗДІЙСНЮЮТЬ РОЗРОБКУ ЗАГАЛЬНИХ ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНИХ  
І ГАЛУЗЕВИХ СОЦІОЛОГІЧНИХ ПРОБЛЕМ**

Після підписання указу Президента України Л. Кучми «Про розвиток соціологічної науки в Україні» з метою створення сприятливих умов для розвитку соціологічної науки в Україні, підвищення її ролі в здійсненні соціально-економічних і політичних реформ, зміцненні демократичних засад суспільства та забезпеченні прогнозованості суспільних процесів почався процес демократизації діяльності соціологічних служб.

Зокрема, сьогодні організаційну структуру соціології в Україні репрезентовано різними соціологічними установами, які здійснюють теоретичні та прикладні дослідження соціологічних проблем, готують фахівців тощо. Перш за все, треба назвати такі:

- установи НАН України;
- центри вивчення громадської думки, що утворені на громадських засадах у деяких містах країни;
- установи при різних державних організаціях, міністерствах і відомствах, що проводять соціологічні дослідження на замовлення цих організацій, сприяють вирішенню теоретико-методологічних проблем у державно-політичній та відомчій роботі;
- соціологічні кафедри та лабораторії вузів, що готують спеціалістів, розробляють теоретико-методологічні проблеми, виконують замовлення підприємств і організацій на проведення прикладних досліджень;
- соціологічні служби підприємств та інших соціальних організацій, що здійснюють прикладні дослідження соціологічних проблем, розробку і впровадження соціальних технологій, соціальних програм тощо.

Розглянемо більш детально особливості функціонування зазначених вище організацій та установ.

Координує соціологічну роботу в нашій країні Соціологічна асоціація України (САУ), що функціонує як наукова громадська організація при секції суспільних наук Президії НАН України і об'єднує соціологів-фахівців, що ведуть науково-практичну, дослідну, пропагандистську й педагогічну діяльність.

До числа установ НАН України, що здійснюють розробку загальних теоретико-методичних і галузевих соціологічних проблем, треба віднести: Національний інститут стратегічних досліджень, Інститут демографії та соціальних досліджень імені М. В. Птухи, Інститут соціальної та політичної психології Національної академії педагогічних наук України, Інститут соціології, Міжнародний центр перспективних досліджень.

**Національний інститут стратегічних досліджень**, утворений Указом Президента України № 127 від 4 березня 1992 р. Указом Президента України № 1158/2002 від 16 грудня 2002 р. інститут підпорядковано Президентові України, визначено базовою науково-дослідною установою аналітико-прогнозного супроводження діяльності Президента України, затверджено статут інституту. Очолює інститут д-р техн. наук, проф., академік НАН України В. П. Горбулін.

Основними завданнями Інституту є:

- організаційне, методичне та наукове супроводження підготовки проектів щорічних послань Президента України до Верховної Ради України;
- наукове обґрунтування, аналіз та оцінка проблем і перспектив суспільно-політичного розвитку України;
- наукове супроводження здійснення Президентом України, Радою національної безпеки і оборони України повноважень у сфері національної безпеки України;
- дослідження проблемних питань економічного, демографічного, соціального, гуманітарного, етнополітичного, воєнно-політичного, зовнішньополітичного, інформаційного, екологічного розвитку України;
- дослідження та моніторинг регіональних аспектів суспільного розвитку;
- наукова експертиза проектів законодавчих та інших нормативно-правових актів, державних заходів соціально-політичного спрямування;
- публікація результатів наукових досліджень, оперативне видання матеріалів з основних напрямів наукової діяльності інституту.

Результати наукових досліджень інститут подає на розгляд Президенту України у вигляді проектів програмних документів, експертиз

нормативно-правових актів, аналітичних довідок та пропозицій щодо основних засад внутрішньої й зовнішньої політики, шляхів вирішення загальнодержавних та регіональних проблем суспільного розвитку.

Організаційна структура інституту включає такі підрозділи, як: дирекція, радники директора, радники при дирекції, наукові підрозділи, допоміжні підрозділи, функціональні підрозділи, регіональні філіали в Дніпропетровську, Львові, Ужгороді.

Станом на березень 2015 р. у складі головного інституту (Київ) налічується 13 наукових підрозділів: відділ проблем національної безпеки; відділ проблем зовнішньої політики та міжнародної безпеки; відділ воєнної та воєнно-економічної безпеки; відділ економічної безпеки; відділ безпеки реального сектору економіки; відділ фінансової безпеки; відділ енергетичної та техногенної безпеки; відділ соціальної безпеки; відділ регіональної політики; відділ розвитку політичної системи; відділ гуманітарної безпеки; відділ інформаційної безпеки та розвитку інформаційного суспільства; аналітично-інформаційний відділ.

Інститут активно займається видавничою діяльністю, зокрема, це видавництво послань Президента України, монографій, аналітичних доповідей, матеріалів круглих столів та конференцій, журналів «Стратегічні пріоритети» та «Pro Futuro» тощо.

**Інститут демографії та соціальних досліджень ім. М. В. Птухи НАН України** є єдиною профільною науково-дослідною установою, яка спеціалізується на системних дослідженнях проблем демографічного і соціального розвитку, проводить фундаментальні та прикладні дослідження, моделює новітні тенденції, розробляє комплексні демографічні прогнози та концептуальні засади державної соціально-демографічної політики. Інститут було засновано в жовтні 2002 р. для координації комплексних досліджень проблем населення і підвищення загального наукового рівня демографічних досліджень (розпорядження Кабінету Міністрів України від 26.09.2002 р. № 556-р, постанова Президії НАН України від 09.10.2002 р. № 246).

Очолює інститут д-р екон. наук, проф., академік НАН України Е. М. Лібанова. В інституті налічується 10 структурних підрозділів: відділ соціальних проблем ринку праці; відділ досліджень людського розвитку; відділ соціально-демографічної статистики; відділ досліджень рівня життя населення; відділ міграційних досліджень; відділ досліджень демографічних процесів та демографічної політики; відділ демографічного моделювання та прогнозування; відділ соціальної інфраструктури; відділ проблем формування соціального капіталу; науково-організаційний відділ.

Основні напрями наукових досліджень інституту: людський розвиток в Україні: прояви, ризики, напрями впливу; соціально-демографічні важелі модернізації українського суспільства; соціальна інтеграція українського суспільства; циклічність процесів відтворення населення та оцінка їх соціально-економічних наслідків тощо.

Науковці Інституту С. Пирожков, Е. Лібанова, О. Макарова, О. Позняк, П. Шевчук підготували комплексний демографічний прогноз для країни на період до 2050 р., який набув статус офіційного. Також спільно з фахівцями інших наукових інституцій і державних установ розробили Концепцію демографічного розвитку на 2005–2015 рр., схвалені розпорядженням Кабінету Міністрів України від 08.10.2004 р. № 724-р та Стратегії демографічного розвитку України на 2006–2015 рр., затверджені постановою Кабінету Міністрів України від 24.06.2006 р. № 879.

Наукові здобутки Інституту одержали широке практичне впровадження. Результати досліджень Інституту використовуються:

- при опрацюванні проектів законодавчих актів у Комітеті з питань соціальної політики та праці Верховної Ради України;
- у галузі адміністративного управління та соціально-економічного прогнозування при формуванні соціально-демографічної політики та розробці соціальних програм, здійсненні комплексної оцінки динамічних змін демографічних процесів в Україні;
- при побудові прогнозів соціально-економічного та демографічного розвитку України;
- у практичній діяльності Міністерства праці та соціальної політики України, Міністерства України у справах сім'ї, молоді та спорту, Державного комітету статистики України, Міністерства економіки України, академічних установ НАН України, наукових і навчальних закладів Міністерства освіти і науки України.

На офіційному сайті інституту можна переглянути електронні варіанти публікацій, монографій, анотованих звітів, результатів моніторингів, демографічних прогнозів, а також випуски наукового журналу «Демографія та соціальна економіка».

**Інститут соціальної та політичної психології Національної академії педагогічних наук України** створений 14 жовтня 1996 р. за рішенням Президії АПН України шляхом реорганізації Науково-практичного центру політичної психології. Має статус юридичної особи державної форми власності, до видів діяльності якої належать дослідження й розробки в галузі гуманітарних та суспільних наук, дослідження ринку і вивчення суспільної думки. Є колективним членом Всеукраїнської асоціації психологів, Соціологічної асоціації України, Асоціації політичних психологів України, асоційованим членом Міжнародного товариства політичних психологів.



Головний напрям діяльності установи – фундаментальні та прикладні наукові дослідження, які охоплюють таку основну тематику:

- теоретико-методологічні засади соціальної та політичної психології;
- комплексний аналіз соціальної ситуації особистісного та громадянського розвитку дітей і молоді;
- психологічні механізми соціалізації особистості, підвищення її соціально-адаптаційних можливостей, особистісного зростання;
- проблеми групової динаміки, міжособистісних та міжгрупових стосунків;
- стан, закономірності й тенденції розвитку масової свідомості та поведінки;
- соціально-психологічні умови та чинники участі особистості в політичному житті, підготовки молоді до свідомого політичного вибору;
- проблеми психології влади і політичного лідерства;
- соціально-психологічні аспекти масової комунікації, організації медіа-освіти молоді, формування в неї психологічної стійкості до соціально шкідливої інформації;
- технології соціально-психологічного консультування, прогнозування суспільно-політичних процесів та впливу на їх перебіг.

Основними науковими підрозділами Інституту є: лабораторія методології психосоціальних і політико-психологічних досліджень; лабораторія соціальної психології особистості; лабораторія психології мас та спільнот; лабораторія психології малих груп та міжгрупових відносин; лабораторія психології політичної поведінки молоді; лабораторія психології спілкування; лабораторія психології масової комунікації та медіа-освіти; лабораторія психології політико-правових відносин; лабораторія соціально-психологічних технологій; лабораторія моніторингу суспільно-політичних процесів.

В інституті працюють понад 100 наукових співробітників, у тому числі 3 члени-кореспонденти НАПН України, 18 докторів та 48 кандидатів наук. Провідні науковці інституту є висококваліфікованими експертами зі значним досвідом виконання соціальних аналітичних проєктів, зокрема у сфері освіти. Науковці інституту активно працюють у сфері психологічної практики. Головними напрямками роботи в цій сфері є: психологічне консультування; психологічна підтримка рідних і близьких людини, яка перебуває в кризовому стані; психотерапевтичний супровід; соціально-психологічні тренінги, ділові ігри, «мозкові штурми»; психодіагностичні обстеження; тестування рекламно-інформаційних матеріалів, підготовка експертних висновків.

У науковому доробку Інституту монографії, підручники і навчальні посібники, словники та довідники, збірки наукових праць, а також

п'ять фахових видань (щорічний збірник статей «Наукові студії із соціальної та політичної психології», збірник наукових праць «Проблеми політичної психології та її роль у становленні громадянина Української держави», збірник наукових праць «Психологічні науки: проблеми і здобутки», журнал «Психологічні перспективи», журнал «Психологія і суспільство»).

***Інститут соціології НАН України*** створено на базі Інституту філософії Академії наук України в листопаді 1990 р. На сьогодні інститут є провідною академічною установою з розвитку соціологічної науки в нашій країні. Зміст і характер наукових досліджень, що проводяться фахівцями інституту, спрямовано, насамперед, на виявлення закономірностей і основних тенденцій соціального розвитку українського суспільства, відтворення в наукових концепціях динамічного образу сучасного українського соціуму, аналіз особливостей суспільних перетворень, визначення основних показників, форм і наслідків соціальних змін, які відбуваються в Україні.

Ці головні критерії діяльності Інституту реалізуються в таких пріоритетних напрямках досліджень: особливості соціально-статусної стратифікації; тенденції й механізми соціальної диференціації; тенденції трансформації соціальної структури суспільства; динаміка масової свідомості населення; соціальні умови формування ринкової економіки; фактори адаптації особистості в умовах суспільної кризи; динаміка соціального самопочуття населення; становлення громадянського суспільства й формування української еліти; соціологія культури й масової комунікації; історія, теорія, методологія соціології, соціологія політики та ін.

Оперативність і достовірність отримання соціологічних даних забезпечується за рахунок використання новітніх методик збору, обробки й аналізу соціологічної інформації, застосування сучасного програмного забезпечення й комп'ютерної техніки. В інституті сформовано банк соціологічної інформації, що відповідає міжнародним стандартам і дозволяє подолати фрагментарність наявних знань щодо соціальних процесів, які відбуваються в Україні, а також здійснювати порівняльний аналіз уже накопичених і очікуваних результатів емпіричних соціологічних досліджень.

Очолує Інститут соціології НАН України д-р екон. наук, проф., академік НАН України, Заслужений діяч науки й техніки України В. М. Ворона.

Структура Інституту налічує 7 відділів:

1) Відділ історії, теорії й методології соціології існує від дня заснування інституту. Дослідницький інтерес відділу зосереджений на

вивченні історичних аспектів соціологічного знання, аналізі теоретичних і методологічних основ моніторингових соціологічних досліджень на регіональному, національному й міжнародному рівнях. Одним з основних напрямів діяльності відділу є розробка теоретико-методологічних принципів дослідження сучасних соціальних феноменів.

2) Відділ соціальних структур – безпосередній спадкоємець, створеного у 1969 р. відділу соціології Інституту філософії АН УРСР, що очолював В. П. Чорноволенко і який називався у 1979–1990 рр. відділом соціальних досліджень праці того ж інституту. У 1980-і рр. основними напрямками наукових досліджень співробітників відділу були динаміка престижу професій і соціально-професійних орієнтацій молоді, проблеми міжгенераційної трудової мобільності, питання сім'ї й відтворення структури трудової зайнятості, соціальні проблеми відтворення наукових кадрів, соціальні переміщення у великому місті. У 1990-і рр. співробітниками відділу здійснено комплексні дослідження особливостей соціально-статусної стратифікації в умовах становлення ринкової економіки, сучасних тенденцій соціальної мобільності в українському суспільстві, статусних і професійних ідентичностей, проблем міграцій населення. З 2000 р. спектр наукових інтересів фахівців відділу зосереджено на проблематиці соціальної нерівності в сучасному суспільстві.

3) Відділ економічної соціології функціонує з 1990 р. і займається дослідженнями соціально-економічних проблем сучасного українського суспільства. Основними напрямками його роботи є: аналіз підприємницької діяльності й соціальних механізмів приватизаційних процесів, дослідження різних типів соціально-економічної поведінки різних груп населення, вивчення економічної культури, якості життя населення. Співробітники відділу також досліджують проблеми глобалізації й входження України в глобальний соціально-економічний простір, наслідки для України глобальної фінансово-економічної кризи. Крім відзначених напрямів досліджень, які проводяться в рамках планової науково-дослідної роботи, відділ займається поточними дослідженнями на замовлення державних органів і приватних організацій.

4) Відділ соціальної експертизи (до червня 1996 р. – відділ методики соціальних програм і проєктів) заснований у листопаді 1991 р. Основні наукові напрями діяльності відділу: розробка концепції системи соціальних показників; розробка концепції колегії незалежних експертів як інституту громадянського суспільства; концептуальні підходи до розробки програм соціальної політики в Україні; соціальні наслідки Чорнобильської аварії; проблеми функціонування державної служби; проблеми аграрної реформи в Україні; тіньова економіка в Україні; соціальна паспортизація соціально-виробничих комплексів.

5) Відділ соціальної психології створено у 1970 р. у структурі Інституту філософії АН України, з 1990 р. – в Інституті соціології НАН України. Головні напрями роботи колективу: теоретико-методологічні й прикладні дослідження соціально-психологічних явищ, соціологія та соціальна психологія особистості, проблеми життєтворчості, об'єкт-суб'єктні й суб'єкт-суб'єктні феномени соціальних змін.

6) Відділ соціально-політичних процесів існує від дня заснування Інституту. Дослідницький інтерес відділу зосереджено на вивченні проблем розвитку політичної системи України, формування політичної культури населення, особливостей поведінки громадян на виборах, розвитку демократії.

7) Відділ соціології культури й масової комунікації існує від дня створення Інституту соціології НАН України. Відділ зосередив свою увагу на комплексних дослідженнях проблем соціально-культурного розвитку українського суспільства. У 1990-х рр. більшість досліджень, реалізованих фахівцями відділу, було присвячено вивченню ціннісних пріоритетів масової свідомості населення, а також визначенню факторів формування його культурно-комунікаційних орієнтацій. У 2005 р. завершено дослідницьку тему «Мас-медіа як джерело політико-суспільних і культурних орієнтацій населення в умовах демократичного транзиту», у 2008 р. – «Субкультури сучасної України: особливості, відтворення, акомодация», у 2011 р. – «Виробництво й трансляція змістів у полікультурному соціумі», у 2012–2014 рр. – «Динаміка соціокультурних процесів в українському суспільстві».

Інститут соціології НАН України здійснює інформаційну підтримку розвитку та професійного становлення соціології в країні, сприяє її входженню до міжнародного соціологічного простору, зокрема, публікує монографії, підручники, науково-методичні посібники, збірки наукових праць, результати соціологічних моніторингів, а також із 1997 р. видає журнал «Соціологія: теорія, методи, маркетинг».

**Міжнародний центр перспективних досліджень (МЦПД)** створено в 1994 р. за ініціативи Празького Інституту відкритого суспільства як перший незалежний аналітичний центр України, завданням якого було здійснення аналізу економічної політики та розробку довгострокових прогнозів для Уряду і Президента України.

МЦПД є єдиним аналітичним центром в Україні, який спеціалізується на проведенні повного циклу публічних консультацій, що полягають у залученні до обговорення визначеної проблеми усіх зацікавлених сторін з метою вироблення взаємоприйнятних пропозицій для Уряду України щодо розробки певної державної політики або реформи.

З 1998 р. центр видає щомісячний документ «*Економічний прогноз розвитку*», який визначає головні економічні тенденції в Україні, вплив стану світової економіки на економіку нашої країни, причини зміни реального ВВП та причини інфляції, чинники, які визначатимуть обмінний курс, прогноз інвестиційної активності, експорту, імпорту та світових цін на ресурси.

Окрім того, центр має щотижневий видання: «*Inside Ukraine*» – аналітичний огляд подій в Україні (видається українською, російською та англійською мовами), що надає поглиблений аналіз внутрішньополітичного розвитку країни з точки зору політичної конкуренції між різними політичними силами, економічних тенденцій та прийнятих державних рішень; «*Foreign Policy Insight*» – зовнішньополітичний аналітичний огляд, в якому аналізується імплементація угоди про асоціацію між Україною та ЄС у торговельній та бюджетно-податковій сферах місце України в системі міжнародних відносин, основні тенденції зовнішньої політики України та глобального світового розвитку.

Команда МЦПД – це 20 експертів у різних сферах та 5 адміністративних працівників. У разі необхідності до співпраці залучаються асоційовані експерти центру для здійснення досліджень у тій чи іншій сфері. Керує центром Наглядова Рада та голова правління – В. Філіпчук.

## Діяльність Соціологічної Асоціації України

*Соціологічна асоціація України* – Всеукраїнська громадська організація, що об'єднує вітчизняних і закордонних учених, колективи і організації, які працюють у сфері соціології. Раніше, у 1968–1990 рр., асоціація функціонувала як українське відділення Радянської соціологічної асоціації. У теперішньому статусі конституйована на установчому з'їзді у 1990 р. З 1993 р. входить як колективний член до Міжнародної соціологічної асоціації.

Метою Асоціації є сприяння розвитку соціології в Україні, методологічному і методичному забезпеченню соціологічних розробок, захист законних інтересів соціологів України – членів Асоціації, підвищенню ними фахового рівня і кваліфікації. Форми роботи: організація і проведення наукових конференцій, семінарів, круглих столів, публікація теоретичних робіт, експертиза соціологічних проєктів, навчальних програм посібників, обмін соціологічною інформацією, координація роботи територіальних відділень.

Діяльність Асоціації має організаційну підтримку з боку держави. Про це свідчить Указ Президента України «Про розвиток соціологічної науки в Україні» від 25 квітня 2001 р., № 275/2001.

САУ має 22 регіональних відділення: Волинське, Дніпропетровське, Донецьке, Закарпатське, Запорізьке, Івано-Франківське, Київське, Луганське, Львівське, Південно-Українське (Одеса), Південно-Українське (Миколаїв), Херсонське, Рівненське, Сумське, Тернопільське, Уманське, Харківське, Хмельницьке, Черкаське, Чернігівське, Чернівецьке, Асоціація соціологів Криму. Відділення мають державну реєстрацію і є основою САУ.

Сьогодні асоціацію очолює президент – д-р соц. наук, проф., академік НАН України В. С. Бакіров, керівництво здійснює правління САУ, що налічує 23 члени разом із президентом. Окрім того, САУ налічує близько 800 індивідуальних членів та 19 колективних членів. У складі САУ близько 80 докторів наук, більше 300 кандидатів наук, 128 студентів та аспірантів, 75 керівників різних соціологічних підрозділів. Індивідуальними членами асоціації можуть бути фахівці та науковці, які працюють у галузі соціології, визнають статут асоціації, визнають Професійний кодекс соціолога України, беруть участь в її діяльності, сплачують членські внески. Прийняття в індивідуальні члени асоціації здійснюється на підставі письмової заяви вступника та письмових рекомендацій двох індивідуальних членів асоціації. Рішення про прийняття в індивідуальні члени асоціації ухвалює бюро територіального відділення асоціації, де мешкає вступник. Рішення Відділення про прийняття затверджує правління асоціації. Питання про прийняття в індивідуальні члени асоціації вирішується відкритим голосуванням. Індивідуальним членам асоціації видаються членські квитки за зразком, що затверджується правлінням асоціації.

Індивідуальні члени асоціації мають право:

- брати участь у зібраннях відділення асоціації за місцем проживання з правом вирішального голосу;
- обирати та бути обраними до керівних органів асоціації;
- брати участь у заходах, що проводить асоціація;
- публікувати на пріоритетних засадах свої наукові праці в друкованих органах асоціації;
- використовувати з науковою метою наукові, методичні, інформаційні та інші матеріали, що є в розпорядженні асоціації;
- користуватися матеріальною базою асоціації у порядку, що встановлюється правлінням асоціації;
- брати участь у роботі дослідницьких комітетів та інших структур, що утворюються асоціацією для виконання своїх завдань.

Колективним членом асоціації можуть бути трудові колективи наукових установ, вищих навчальних закладів та їх підрозділів (факультетів, кафедр, лабораторій, відділів, центрів тощо), підприємств, орга-

нізацій, установ, громадські об'єднання, інші організації, що ведуть роботу у сфері соціології.

Колективний член асоціації має право:

- делегувати своїх представників для участі в зібраннях відділення асоціації за місцем знаходження колективного члена асоціації;
- брати участь у заходах, що проводить асоціація;
- використовувати з науковою метою наукові, методичні, інформаційні та інші матеріали, що є в розпорядженні асоціації;
- користуватися матеріальною базою асоціації у порядку, що встановлюється правлінням асоціації;
- брати участь у роботі дослідницьких комітетів та інших структур, що утворюються асоціацією для виконання своїх завдань.

Почесним членом асоціації можуть бути обрані громадяни України та іноземці, які мають видатні заслуги у сфері соціології та практичного застосування результатів соціологічних досліджень.

Асоційованим членом асоціації може бути учнівська молодь, яка отримує соціологічну освіту, визнає статут асоціації, професійний кодекс соціолога України, бере участь в її діяльності, сплачує членські внески.

САУ здійснює добровільну громадську акредитацію з метою захисту суспільства, безпосередніх користувачів та замовників соціологічних даних, а також громадської думки від непрофесійної соціологічної інформації. Асоціація засвідчує, що акредитовані в ній організації здатні здійснювати соціологічні дослідження високої професійної якості.

За масштабом проведення соціологічних досліджень встановлюються два рівня акредитації:

- всеукраїнський (загальнонаціональний) рівень акредитації – для організацій, що здійснюють соціологічні дослідження на всій території України;
- регіональний рівень акредитації – для організацій, що здійснюють соціологічні дослідження на території однієї області чи декількох областей.

Акредитацію здійснює правління асоціації. Правління асоціації у своїй діяльності з акредитації організацій керується статутом асоціації, професійним кодексом соціолога України та положеннями асоціації.

Організація, що бажає одержати акредитацію в асоціації, має бути колективним членом асоціації. Для акредитації до правління асоціації подається заява від керівництва організації, в якій має бути зазначений рівень акредитації.

Соціологічні організації, акредитовані в САУ: Соціологічний факультет Харківського національного університету ім. В. Н. Каразіна

(м. Харків), Громадська організація «Центр «Соціальний моніторинг» (м. Київ), Громадська організація «Український інститут соціальних досліджень ім. О. Яременка» (м. Київ), Східноукраїнський Фонд соціальних досліджень (м. Харків), Центр науково-прикладних досліджень «СОЦІО» (м. Мелітополь).

**Соціологічний факультет Харківського національного університету ім. В. Н. Каразіна** було засновано у 1990 р., що стало можливим завдяки наявності наукового та кадрового потенціалу створеної у 1963 р. лабораторії соціологічних досліджень та відкритій у 1980 р. кафедрі соціології на чолі з професором О. О. Якубою. Саме з 1980 р. ця кафедра забезпечувала підготовку фахівців за введеною на економічному факультеті спеціалізацією з соціології. Перший випуск за цією спеціалізацією відбувся у 1983 р. У 1988 р. на економічному факультеті було відкрито відділення соціології, а у 1990 р. засновано соціологічний факультет. Першим деканом соціологічного факультету був теперішній ректор Харківського національного університету ім. В. Н. Каразіна д-р соц. наук, проф., академік НАН України В. С. Бакіров.

На факультеті працює 20 професорів, 55 доцентів і викладачів, навчається більше 550 студентів, серед яких є іноземні громадяни. Факультет має денне та заочне відділення.

Сьогодні очолює факультет в/о декана канд. соц. наук, доц. О. С. Мурадян.

У складі факультету 6 кафедр: кафедра соціології (завідувач д-р соц. наук, проф. Л. Г. Сокурянська); кафедра прикладної соціології (завідувач академік НАН України, д-р соц. наук, проф. В. С. Бакіров); кафедра методів соціологічних досліджень (завідувач канд. соц. наук, доц. О. І. Кізілов); кафедра соціології управління та соціальної роботи (завідувач канд. соц. наук, доц. С. О. Горбунова-Рубан); кафедра політичної соціології (завідувач канд. соц. наук, доц. Т. М. Дублікаш); кафедра медіа-комунікації (завідувач д-р філол. наук, проф. Л. В. Стародубцева).

**Громадську організацію «Центр «Соціальний моніторинг»** створено в 1993 р., займається організацією і проведенням досліджень соціально-економічних процесів, соціально-політичних орієнтацій різних груп населення України. Очолює центр голова правління і президент – канд. соц. наук, доц. О. М. Балакірева, директор центру – Д. А. Дмитрук.

Основні напрями діяльності центру:

– вивчення громадської думки населення України з актуальних проблем;



- вимірювання рейтингу політичних інституцій, діячів, партій, громадських організацій;
- дослідження ринку праці та становища на ньому різних соціально-демографічних груп населення;
- аналіз динаміки рівня життя українських громадян;
- вимірювання рівня соціальної напруженості і конфліктного потенціалу в Україні та окремих її регіонах;
- вивчення міграційних та еміграційних настроїв населення;
- визначення потреб, сподівань, інтересів і настроїв різних груп населення;
- вивчення впливу трансформаційних змін на формування національної самосвідомості населення України;
- дослідження актуальних проблем сучасної української сім'ї;
- аналіз гендерних аспектів орієнтацій населення України;
- вивчення актуальних проблем дітей та молоді;
- дослідження соціального становища жінки в суспільстві;
- визначення рейтингу засобів масової інформації.

Центр регулярно проводить моніторингове опитування «Громадська думка населення України: соціальне самопочуття та політичні орієнтації». За результатами опитувань щомісячно випускається «Інформаційний бюлетень: Моніторинг громадської думки населення України». Інформація в бюлетенях подається у вигляді графіків і таблиць, які супроводжуються коментарями на основі аналізу розбіжностей за статтю, віковими групами, рівнем освіти та регіональним розподілом населення. Моніторинговий характер дослідження громадської думки дає можливість аналізувати динаміку соціальних процесів в українському суспільстві.

Центр забезпечує повний цикл реалізації проекту (від розробки програми до подання замовнику аналітичного звіту) у стислі строки; виконує замовлення українські та зарубіжні державні, приватні і громадські організації, компанії та фірми.

Спеціалісти центру ефективно використовують весь спектр наявних соціологічних методик та технологій виміру і збору соціальної інформації, зокрема, масові моніторингові опитування населення, визначення та опитування цільових аудиторій, щоденні опитування окремих груп населення, експертні опитування, неформалізовані та глибинні інтерв'ю, групові фокусовані інтерв'ю, статистичний аналіз даних, контент-аналіз преси, документів тощо.

**Український інститут соціальних досліджень ім. О. Яременка (УІСД)**, як правонаступник Українського інституту соціальних досліджень, є незалежною науково-дослідною організацією, створеною групою

українських науковців, у 1991 р. зареєстрований як громадська організація.

Голова правління – канд. соц. наук, доц. О. М. Балакірева.

Основні напрями діяльності інституту: здійснення фундаментальних, пошукових наукових соціологічних й соціальних досліджень з актуальних проблем сучасного українського суспільства; проведення моніторингу соціальної політики; вивчення та аналіз інтересів, настроїв, орієнтацій, потреб населення; проведення різнопланових маркетингових досліджень; багатоаспектна ефективна робота з вивчення соціальних настроїв різних категорій населення країни.

За роки своєї діяльності колектив інституту взяв участь у реалізації понад 250 наукових проєктів і програм, серед них такі комплексні програми, як «Соціальні проблеми сім'ї, жінок, молоді та дітей», «Державна політика у сфері поліпшення становища сім'ї, жінок та дітей», «Соціальний захист сім'ї, жінок, молоді та дітей у сучасних умовах», «Сім'я, жінки, молодь і діти в умовах формування ринкових відносин», «Сільська родина», «Трансформація державної системи опіки над дітьми», «Молодь – за здоровий спосіб життя», «Проблеми формування і соціального захисту молоді сім'ї», «Соціальна підтримка дітей з особливими потребами», «Духовність та громадянська позиція населення сучасної України», «Ціннісні орієнтації та духовний світ сучасної молоді», «Політичні орієнтації та електоральні настрої населення України», «Соціально-економічні наслідки епідемії ВІЛ/СНІДу в Україні».

Крім науково-дослідних підрозділів, у структурі Інституту створено: видавничо-редакційний та бібліотечно-інформаційний центри. Інститут має представництва в усіх обласних центрах України. З квітня 2002 р. Інститут є засновником та видавцем наукового журналу «Український соціум».

Український інститут соціальних досліджень неодноразово виконував дослідження на замовлення Адміністрації Президента України, Кабінету Міністрів України, Верховної Ради України, міністерств та відомств. Науковці інституту брали участь у розробці проєкту Декларації «Про загальні засади державної молодіжної політики в Україні», проєкту Декларації «Про загальні засади державної політики стосовно сім'ї та жінок в Україні», проєктів законів України «Про сприяння соціальному становленню та розвитку молоді в Україні», «Про альтернативну (невійськову) службу», «Про органи і служби у справах неповнолітніх та спеціальні установи для неповнолітніх», «Про молодіжні та дитячі громадські організації», «Про соціальну роботу з молоддю та дітьми в Україні», проєктів концепцій поліпшення

становища жінок, сімейної політики, проекту загальнодержавної програми підтримки молоді на 2004–2008 рр. Співробітники Інституту щорічно беруть участь у підготовці Державних доповідей про становище дітей, сімей в Україні, щорічної доповіді Президенту України, Верховній Раді України про становище молоді в Україні.

Багато наукових, навчальних, видавничих програм інститут реалізує спільно з вченими Німеччини, Канади, США, Франції, Великої Британії, Швеції, Росії та інших країн. Ряд міжнародних проектів було здійснено за підтримки Дитячого фонду ООН, Програми UNAIDS, Міжнародної організації праці, Міжнародної організації міграції, Британської Ради, Всесвітньої організації охорони здоров'я, Генерального директорату з людських ресурсів, освіти, профпідготовки і молоді Комісії Європейського Співтовариства, Міжнародного фонду «Відродження», Канадського агентства міжнародного розвитку, Канадського товариства міжнародної охорони здоров'я, Шведської ради з інформації про алкоголь і наркотики (CAN), Світового банку, Міжнародної фінансової корпорації та деяких інших міжнародних, зарубіжних структур.

***Східноукраїнський Фонд соціальних досліджень*** створено у травні 1996 р. за ініціативою соціологів, політологів, економістів та юристів Харківського національного університету ім. В. Н. Каразіна, представників ділових кіл, засобів масової інформації й органів місцевого самоврядування. Фонд існує як громадська некомерційна організація, здійснює свою діяльність за рахунок благодійних внесків і грантів на наукову діяльність.

Очолює фонд президент – В. С. Бакіров (д-р соц. наук, проф., академік НАН України, президент соціологічної асоціації України, ректор Харківського національного університету ім. В. Н. Каразіна). Виконавчий директор фонду – О. В. Кабачна.

Провідним завданням фонду є сприяння науково-дослідній, соціально-технологічній та соціоінженерній діяльності на основі сучасних досягнень соціології, економіки, політології, правознавства, соціальної психології, урбаністики та інших соціальних наук.

Основними напрямками діяльності фонду є:

- науковий аналіз, діагностування та прогнозування соціальних, політичних, економічних, екологічних, етнічних та інших процесів на сході України й сучасного українського суспільства в цілому;
- соціологічні та соціокультурні експертизи управлінських рішень, політичних, економічних, соціальних програм й проектів регіонального, місцевого менеджменту, менеджменту на рівні окремої фірми;

- політичний маркетинг, консультування, організація та інформаційне забезпечення передвиборчих кампаній;
- аналіз ринку засобів масової інформації та реклами;
- дослідження соціальних механізмів розвитку освіти, науки і культури;
- аналіз споживацької поведінки на ринку як продовольчих, так і непродовольчих товарів;
- інформаційне забезпечення фінансово-економічної та інвестиційної діяльності;
- експертиза й корекція рівня соціальної напруженості на підприємствах різних форм власності, управлінське консультування.

**Центр науково-прикладних досліджень «СОЦІО»** створено у 1991 р. з метою дослідження громадської думки, створення систем соціальних показників і моніторингу різноманітних проектів. З серпня 2001 р. Центр науково-прикладних досліджень «СОЦІО» є членом САУ св. № 14.

За час свого існування центром реалізовано більше 80 дослідницьких проектів на національному та регіональному рівнях. Замовниками проектів, співвиконавцем яких був центр «Соціо», виступали урядові структури України та ряд міжнародних організацій (Міжнародний фонд «Відродження», Фонд Євразія, ТАСІС та ін.).

Стратегічне завдання центру – створення регіональної колегії експертів за напрямками, означеними вище, здійснення моніторингу соціального та політичного розвитку регіонів України, створення банку даних соціальних показників по регіонах України. Центр «Соціо» є однією з провідних науково-дослідницьких організацій з проблем соціальної експертизи національних, регіональних програм та проектів.

У центрі працюють високопрофесійні спеціалісти (соціологи, політологи, економісти, філософи). Кількість постійних працівників – 15 осіб, у тому числі 1 доктор соціологічних наук, 7 кандидатів наук. Науковий керівник центру – д-р соц. наук, проф. В. О. Чигрин, директор – С. Я. Вертегел, супервайзер проектів – О. Г. Городецька.

Центр «Соціо» проводить такі види робіт і досліджень:

а) Тематичні цільові дослідження: соціально-демографічна паспортизація населених пунктів і районів; дослідження в розрізі цільових програм національних наукових центрів України (Інститут соціології НАН України, Інститут соціальної і політичної психології АПН України, Інститут аграрної економіки УААН); дослідження, що виконуються за спеціальними контрактними програмами і грантами; підготовка спеціалізованого програмного забезпечення для обробки результатів соціологічних і соціально-психологічних досліджень під конкретні завдання.

б) Електоральна соціологія: аналіз електорального поля регіону, виборчого округу, міста; вивчення моделей електоральної поведінки в розрізі регіонів, виборчих округів і ділянок; дослідження іміджевого характеру (іміджі кандидатів і партій, перетин іміджів й т. ін.); опитування громадської думки (полінг), екзит-пол, нормоутворюючі дослідження; моніторинг засобів масової інформації (аналіз інформаційного поля в розрізі регіонів, виборчих округів); моніторинг політичного поля регіонів і округів (базові електорати, рейтингові показники, шляхи розширення базових електоратів тощо).

в) Маркетингові й соціометричні дослідження: соціально-психологічний моніторинг трудових колективів; соціально-психологічні тренінги ділового спілкування, упевненості в собі, розвитку управлінських навичок, публічних виступів і т. д.; розробка психологічно грамотної реклами; розробка іміджу організації або конкретної особи; дослідження у сфері соціального маркетингу (аналіз стану соціальних програм, рівня соціальної захищеності у розрізі підприємств і територій, прогнозування й корегування пакетів соціальних програм); сегментація ринку і вивчення можливостей просування продукції.

#### ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА ДІЯЛЬНОСТІ МЕРЕЖІ АНАЛІТИЧНИХ ЦЕНТРІВ УКРАЇНИ

*Київський міжнародний інститут соціології (КМІС)* – одна із провідних дослідницьких компаній в Україні, що надає своїм клієнтам повний комплекс послуг за такими напрямками: соціоекономічні, маркетингові, політичні дослідження, дослідження здоров'я, консалтинг та аудит досліджень.

КМІС засновано в 1992 р. На сьогодні є приватним комерційним соціально-відповідальним підприємством, у період 1992–2003 рр. – американо-українським, з 2003 р. – тільки українським.

Очолює інститут д-р філол. наук, проф. В. Є. Хмелько, у структурі КМІС наявні дирекція, фінансовий відділ, адміністративний відділ, відділ кількісних досліджень, відділ якісних досліджень, відділ маркетингових та онлайн досліджень, відділ польових робіт, відділ контролю, відділ обробки даних.

У Київському й регіональному центрах КМІС працює 10 штатних модераторів, які спеціалізуються на проведенні якісних досліджень. У всіх регіонах України (24 областях та Криму) працює 500 інтерв'юери КМІС.

Цілі інституту – вивчення й надання суспільству високоякісної інформації про політичний, соціальний і соціально-економічний стан України в цілому й різних соціальних груп та категорій населення.

Як соціально-відповідальне підприємство КМІС направляє значну частину прибутку на фінансування наукових досліджень, у тому числі наукової праці кафедри соціології Національного університету «Київо-Могилянська академія» (НаУКМА), професорів і студентів НаУКМА, для студентів щорічно виплачує дві стипендії ім. М. Сваффорда (колишнього співвласника), підтримує «Відкритий банк соціологічних даних», фінансує журнал «Соціологія: теорія, методи, маркетинг».

КМІС здійснює також власні наукові дослідження, пов'язані з вивченням рівня бідності, соціально-регіональним розподілом України, станом міжетнічних відносин і рівнем ксенофобії, рівнем здоров'я населення (психічне здоров'я, здоров'я матерів і дітей, вплив Чорнобиля та ін.), оцінкою політичної ситуації.

Крім того, одним із завдань інституту є розвиток методології соціологічних досліджень і контроль якості інформації, одержуваної в ході проведення соціологічних досліджень (організує й реалізує аудити досліджень, вибірок, конкурсів, з 1999 р. бере участь у проведенні екзит-полів усіх національних та деяких локальних виборів).

**Центр Разумкова** – це недержавний аналітичний центр, заснований у 1994 р., що здійснює дослідження державної політики в таких сферах, як: внутрішня політика; державне управління; економічна політика; енергетика; земельні відносини; зовнішня політика; соціальна політика; міжнародна та регіональна безпека; національна безпека і оборона.

Центр об'єднав експертів у галузях економіки, енергетики, права, політології, міжнародних відносин, військової безпеки, земельних відносин, соціології, історії та філософії. Очолює центр генеральний директор А. Рачок. У центрі постійно працюють близько 35 осіб і понад 100 – за контрактом. Загальноукраїнські опитування соціологічної служби Центру Разумкова здійснюють понад 300 інтерв'юерів.

Аналітичні матеріали Центру Разумкова:

- визнають та використовують політичні сили різного спрямування;
- визнані науковим та експертним середовищем;
- представлені на сайтах Уряду, окремих міністерств і відомств;
- використовуються як аналітичні та довідкові матеріали на парламентських слуханнях у Верховній Раді України;
- внесені до переліків рекомендованої літератури для вивчення студентами ВНЗ України;
- мають високий індекс цитування в українських і зарубіжних ЗМІ, науковій літературі.

У 2004 р. на Міжнародному економічному форумі у Криницькій (Польща) центр Разумкова визнано провідною неурядовою організацією року Східної Європи. Сьогодні центр належить до

25 провідних дослідницьких центрів з питань державної політики Центральної та Східної Європи.

**Центр соціальних та маркетингових досліджень «СОЦІС»** – товариство з обмеженою відповідальністю. У 1988 р. уперше в Україні група фахівців Українського відділення Всесоюзного Центру вивчення громадської думки починає проводити соціальні й маркетингові дослідження. У листопаді 1993 р. відбувається офіційна презентація ТОВ «СОЦІС». У 1994 р. центр стає асоційованим членом міжнародної дослідницької асоціації Gallup International Association.

У 2002 р. з метою поглиблення спеціалізації на зміну ТОВ «СОЦІС» утворюється дві самостійні компанії: маркетингова компанія TNS – Україна (до якої перейшли права повноправного членства в Gallup International Association) і Центр соціальних та маркетингових досліджень «СОЦІС».

Центр є колективним членом САУ, членом міжнародної дослідницької мережі World Drivers Association, членом Всесвітньої Асоціації дослідників громадської думки (WAPOR) і Американської Асоціації дослідників громадської думки (AAPOR) «Blue Book».

Очолює центр генеральний директор д-р соц. наук, проф. М. М. Чурилов, виконавчий директор д-р соц. наук, проф. О. Г. Стегній.

На сьогодні центр має мережу регіональних представників в усіх обласних центрах України, опитувальна мережа охоплює всю територію країни і складається з понад 600 інтерв'юерів. Діяльність останніх організують і координують 26 регіональних супервайзерів, які працюють у регіональних представництвах усіх обласних центрів України.

**Громадську організацію «Соціополіс»** було створено в жовтні 2002 р., а вже 25 грудня її було офіційно зареєстровано в Київському управлінні Міністерства юстиції. Директором організації на установчих зборах було обрано політолога В. Полякова. Метою організації стало впровадження соціальних і політичних технологій для гармонічного розвитку суспільства. Основу організації утворили молоді, але амбіційні політологи, соціологи, психологи й маркетологи. Так, уже у 2003–2004 рр. організація активно співпрацювала з Київським міським центром зайнятості. У рамках договору про надання інформаційних і консультаційних послуг було проведено ряд круглих столів й семінарів для безробітних, роботодавців, два ярмарки вакансій «Знайдемо роботу разом».

Із 2005 р. «Соціополіс» активно займається емпіричним вивченням проблем міського самоврядування у двох найбільших містах України – Києві й Харкові. У 2006–2008 рр. дослідницька група «Соціополіс» брала участь у проведенні електоральних опитувань, звіти за результатами яких відрізнялися точністю, коректністю формулювань і неупередженістю.

Однак напруження виборчої боротьби, а також численні скандали в соціологічному співтоваристві ускладнили дослідницьку роботу в ролі незалежної громадської організації. Ринкові умови, що змінилися в 2008 р., змусили засновників змінити статус організації й перейменувати на **Центр соціальних технологій «Соціополіс»**.

З 2007 р. директором організації на установчих зборах було обрано С. В. Панченка, який очолює центр і до сьогодні.

«Соціополіс» має власну опитувальну мережу, яка охоплює всю територію нашої країни і налічує понад 450 інтерв'юерів. Координація й контроль здійснюється з центрального офісу в Києві та представництв в обласних центрах України, а також незалежною мережею польового контролю.

З 2012 р. центр є членом Української асоціації маркетингу, у своїй роботі «Соціополіс» дотримується директив та керівництв ESOMAR, а також стандартів якості маркетингових досліджень Української асоціації маркетингу.

**Фонд «Демократичні ініціативи ім. Ілька Кучеріва»** – аналітична і просвітницька організація, яка ставить своєю метою розбудову української держави, демократії, ринкової економіки та повної інтеграції України в європейські й євроатлантичні структури. Фонд було засновано у 1992 р., а у 2010 р. його було названо на честь фундатора і першого директора фонду І. Кучеріва (1955–2010), який зробив вагомий внесок у розвиток української соціології та розбудову громадянського суспільства. Нині керівником фонду є канд. філол. наук, науковий співробітник Інституту соціології НАН України І. Е. Бекешкіна.

Місія фонду полягає у наданні підтримки Україні у процесі її переходу до повної функціональної демократії, кращого державного врядування, ринкової економіки та розвитку демократичного суспільства в державі.

*Основними напрямками роботи фонду є:*

- дослідження та аналіз громадської думки;
- дослідження й аналіз думки експертів;
- моніторинг електоральних процесів та екзит-полю;
- написання аналітичних і рекомендаційних матеріалів із нагальних проблем демократичного розвитку України;
- інформування громадськості щодо політичного процесу в Україні та її зовнішньополітичних пріоритетів за результатами опитування населення;
- проведення досліджень, інформаційних кампаній та вироблення рекомендацій із питань європейської й євроатлантичної інтеграції України;



- поширення результатів соціологічних й аналітичних досліджень серед політиків, лідерів громадянського суспільства, публічних діячів, ключових діячів уряду, журналістів і науковців;
- покращення рівня професіоналізму та обізнаності політичних лідерів, журналістів, політологів в Україні;
- забезпечення спілкування між політичними аналітиками України та аналітиками демократичних країн, зміцнення співпраці між українськими і міжнародними аналітичними центрами.

Однією з основних складових діяльності фонду стало проведення незалежних екзит-полів. Власне традицію проведення екзит-полів в Україні започаткував саме Фонд «Демократичні ініціативи», уперше організувавши його під час парламентських виборів 1998 р. Відтоді команда соціологів і аналітиків, яку фонд згуртував у Консорціумі «Національний екзит-пол», стала лідером у цій сфері в нашій країні. Фахівці фонду безпосередньо вплинули на політику змін, коли у 2004 р. провели незаангажований екзит-пол на президентських виборах, який свідчив про фальсифікацію результатів виборів й повністю змінив політичний ландшафт України, ставши основним аргументом Помаранчевої революції. Відтоді екзит-поли стали необхідним елементом політичної культури для забезпечення вільних та чесних виборів, інструментом контролю виборців в Україні.

Фонд видає щотижневе двомовне (українською та англійською мовами) інформаційно-аналітичне видання «Україна у Фокусі», яке дає регулярну оцінку стану якості демократії в країні і періодично ознайомлює громадськість з експертними оцінками розвитку в таких сферах, як: демократичні інституції і правова держава; законодавство; захист та дотримання прав людини; незалежні медіа; суспільне управління; міжнародна політика в євроінтеграційному та трансатлантичному аспекті. Також публікує бюлетені «Політичний портрет України», «Громадська думка», часопис «ЄвроАтлантика», низку книжок і посібників тощо.

Фонд постійно проводить публічні заходи (прес-конференції, круглі столи, телемости, форуми), присвячені обговоренню питань розвитку української держави, національних інтересів, розвитку демократії та ринкової економіки, інтеграції країни в європейські та євроатлантичні структури. До участі в цих заходах запрошує провідних урядовців, експертів та громадських діячів України, впливових представників закордонних урядів, дипломатичного корпусу, міжнародних й громадських організацій, представників ЗМІ, створюючи в такий спосіб аналітичне середовище, яке зосереджується на процесах державотворення, національних інтересах, міжнародній співпраці та взаєморозумінні задля демократичного розвитку.

**Всеукраїнська соціологічна служба (ВСС)** – закрите акціонерне товариство, створене у 2001 р., є однією з небагатьох компаній, яка має державну реєстрацію саме як соціологічна служба, що надає їй право займатися соціологічною діяльністю. Очолює службу генеральний директор – д-р філол. наук, проф., член-кореспондент НАН України, заслужений діяч науки і техніки України М. І. Михальченко.

ВСС має розгалужену мережу інтерв'юерів, яка охоплює всі адміністративні одиниці України. Роботу мережі організовують обласні філії. Бригади інтерв'юерів служби працюють не тільки в усіх обласних центрах, а й в багатьох містах та сільській місцевості.

Метою діяльності ВСС є: отримання, аналіз та розповсюдження соціологічної інформації, підвищення наукового рівня соціологічних і соціально-політичних досліджень, розробка науково-аналітичних прогнозів і соціальних технологій.

Основними напрямками діяльності ВСС є:

- соціологічні дослідження (соціально-політичні, соціально-економічні, маркетингові дослідження; політичний маркетинг та менеджмент);

- науково-дослідна робота, підготовка аналітико-прогнозних матеріалів, участь у наукових проектах та програмах соціологічної спрямованості, науково-практичні консультації, організація і проведення науково-практичних конференцій, круглих столів, семінарів;

- проведення тренінгів (школа політичного маркетингу, школа прикладної соціології, тренінг Leosoc).

**Київський інститут проблем управління ім. Горшеніна** – незалежний аналітико-дослідницький центр, заснований у 1995 р., провідною його метою є вивчення суспільно-політичних процесів в Україні та світі. Інститут об'єднує спеціалістів та експертів у сферах зв'язків із громадськістю, політичного консалтингу, міжнародних відносин, фінансового і правового регулювання, а також спеціалістів мас-медіа й реклами. Офіси Інституту знаходяться у 4 великих містах України – Києві, Дніпропетровську, Харкові та Одесі. Очолює Інститут президент – Заслужений юрист України В. В. Омельченко. У своїй структурі, окрім розгалуженої мережі інтерв'юерів, інститут має кол-центри в Києві та Дніпропетровську.

Основні напрями діяльності інституту: політична, економічна, юридична аналітика та експертиза; моделювання ситуацій і ризиків; прогнозування; розробка програм розвитку регіонів.

Починаючи з 2013 р. Інститут організовує Національні експертні форуми, що являють собою комунікативну платформу, яка об'єднує авторитетних українських, європейських експертів для обговорення ключових проблем політичного та економічного життя країни.

Із 2008 р. інститут видає суспільно-політичний тижневик «Лівий берег», з липня 2010 р. – «Gorshenin Weekly» – щотижневий експертно-аналітичний дайджест основних політичних, економічних та соціальних подій в Україні, що містить результати соціологічних досліджень, проведених фахівцями інституту, а також експертні оцінки поточної ситуації в країні.

***TNS Ukraine*** – дослідницька компанія, представник світового лідера в галузі маркетингових досліджень компанії TNS (Taylor Nelson Sofres). TNS в Україні було засновано в 2002 р. у результаті об'єднання компаній SOCIS Gallup International та MMI Ukraine. У своїй роботі компанія дотримується головних міжнародних маркетингових стандартів ESOMAR, а також стандартів якості маркетингових досліджень Української асоціації маркетингу.

TNS – перша дослідницька компанія в Україні, яка запровадила у себе систему менеджменту якості ISO 9001:2000 у 2005 р. У квітні 2011 р. TNS стала першою компанією в Україні, сертифікованою «Bureau Veritas» («Бюро Верітас») відповідно до міжнародного стандарту ISO 20252:2006 «Ринок, опитування громадської думки і соціологічні дослідження».

Основними напрямками роботи компанії є: медіа-дослідження; дослідження нових продуктів та інновацій; дослідження бренду і комунікацій, іміджу марок й компаній; дослідження роздрібною торгівлі, поведінки і мотивації покупців; Stakeholder Management; проведення якісних досліджень.

Компанія проводить як конкретні дослідження на замовлення клієнтів, так і низку постійних проектів: MMI Ukraine, PMI Regions, NRS Regions, DAR Kiev, Omnibus, CATI Omnibus.

TNS в Україні проводить дослідження в таких сферах, як: автомобільна промисловість, охорона здоров'я та фармакологія, інформаційні технології і комунікації, продукти харчування, промислове виробництво, роздрібна торгівля, Інтернет, ЗМІ, фінансова й банківська діяльність тощо.

Як представник найбільшої світової маркетингової мережі, TNS в Україні має право використовувати ексклюзивні методики TNS (Matrix™, ConcepteValuate™, LancheValuate™, ValueManager™, Insightment™, SuperGroup™, SuperClinic™, Path to Purchase Toolkit™, NeedScope™, AdEval™, BPO™, CPO™, Conversion Model™, FutureView™, Trim™), а також вирізняється рідкісним для українського ринку поєднанням – знанням місцевих ринкових умов із міжнародним досвідом і експертизою.

***Research@Branding Group (R@B Group)*** – компанія заснована у 2005 р. за ініціативи Е. Копатько, як результат об'єднання дослід-

ницьких команд, що спеціалізуються на проведенні всіх видів маркетингових та соціологічних досліджень. Очолює компанію директор Е. Золотухін.

На сьогодні провідними напрямками діяльності компанії є: R&B Research – організація і проведення маркетингових та соціологічних досліджень; R&B Branding – створення бренду, елементів бренду, стратегій позиціонування й просування бренду; R&B Election – діагностування соціально-політичної ситуації у регіонах, розробка стратегій виборчих кампаній, аналіз ризиків політичних інвестицій; Marco BTL – креативне BTL агентство; Raybrand – рекламна агенція повного циклу.

**Соціологічна група «Рейтинг»** створена у 2008 р. як недержавна, незалежна дослідницька організація, яка має на меті вивчення громадської думки мешканців України щодо різних аспектів економічного, політичного та культурного життя країни. Організація спеціалізується на проведенні усіх видів соціологічних досліджень із дотриманням міжнародних стандартів, затверджених кодексами ESOMAR та WAPOR. Зокрема, на постійній основі здійснює загальнонаціональні й регіональні політичні, тематичні, маркетингові та медіа-дослідження. Сьогодні очолює компанію директор О. Антипович, мережа інтерв'юерів нараховує понад 300 осіб, у структурі організації наявні 2 відділення в Києві та Львові. Соціологічна група «Рейтинг» входить до складу групи компаній Rating Group<sup>TM</sup>.

**«Український соціологічний стандарт»** – центр маркетинговий технологій, заснований у 2007 р., що спеціалізується на проведенні аналізу товарних ринків, поведінки споживачів й конкурентного середовища, проведенні маркетингових й соціально-політичних досліджень, створенні та розкритті брендів, розробці маркетингових стратегій у проведенні рекламних кампаній, b2b маркетингу й директ-маркетингу тощо. Очолює компанію канд. політ. наук Д. Под'ячев, у структурі організації функціонують головний офіс у Харкові й філія у Києві.

Серед інших аналітико-дослідницьких центрів України варто виокремити Ukrainian Sociology Service, Центр соціальних досліджень «Софія», Центр суспільно-інформаційних технологій «Соціальна перспектива», Соціологічна служба «Український барометр», Дніпровський центр соціальних досліджень і т. д. Зокрема у SPR довіднику підприємств України зареєстровано понад 350 установ й організацій, що займаються проведенням соціологічних та маркетингових досліджень.

## СОЦІОЛОГІЧНІ КАФЕДРИ ТА ЛАБОРАТОРІЇ ВНЗ

Окрім зазначених вище установ та організацій, в Україні успішно функціонують соціологічні організації, створені на базі вищих навчальних закладів – соціологічні кафедри та лабораторії ВНЗ, що готують спеціалістів, розробляють теоретико-методологічні проблеми, виконують замовлення підприємств і організацій на проведення прикладних досліджень, проводять дослідницьку діяльність переважно на регіональному рівні й функціонують майже у всіх ВНЗ країни, провідними серед яких є:

- Науково-дослідний сектор «Центр порівняльних та регіональних соціальних досліджень» та навчальна лабораторія з прикладних соціологічних досліджень при факультеті соціології Київського національного університету ім. Т. Г. Шевченка;
- Лабораторія соціологічних досліджень Інституту гуманітарно-педагогічних проблем і виховання Вінницького національного технічного університету;
- Центр незалежних соціологічних досліджень Запорізького національного університету;
- Лабораторія соціальних досліджень при кафедрі соціальних теорій Одеської національної юридичної академії;
- Соціологічний інформаційно-дослідницький центр «Пульс» на базі соціологічної лабораторії Одеського державного університету ім. І. Мечнікова;
- Науково-методична лабораторія соціологічних досліджень Одеської національної академії харчових технологій;
- Інститут соціальних досліджень Національного університету «Острозька академія»;
- Наукова лабораторія соціологічного моніторингу Дніпропетровського університету внутрішніх справ;
- Центр маркетингових і соціологічних досліджень при Дніпропетровському університеті ім. А. Нобеля;
- Соціологічна лабораторія Житомирського державного університету ім. І. Франка;
- Лабораторія соціологічних досліджень Інституту соціальних наук Волинського національного університету ім. Л. Українки;
- Соціологічна лабораторія Львівського національного університету ім. І. Франка;
- Соціологічна лабораторія Ужгородського національного університету;
- Соціологічна лабораторія кафедри соціології Чернівецького національного університету ім. Ю. Федьковича;

- Соціологічна лабораторія історичного факультету Луганського національного університету ім. Т. Г. Шевченка;
- Лабораторія соціологічних досліджень Національного гірничого університету;
- Миколаївський центр соціологічних досліджень при кафедрі соціології Чорноморського державного університету ім. Петра Могили;
- Науково-дослідна лабораторія «Соціовимір» Уманського державного педагогічного університету ім. П. Тичини та ін.

Наявні аналітичні центри в Україні перебувають на стадії свого становлення, але головне полягає в тому, що вони є, вони діють. Вони стали фактом суспільно-політичного життя країни, одним із суб'єктів суспільного буття, посіли своє місце в системі громадянського суспільства.

Більшість соціологічних дослідницьких центрів – це незалежні самостійні структури, що працюють у невеликому кадровому складі із залученням позаштатних експертів. Завдяки цьому досягається мобільність центрів у проведенні досліджень і скорочення накладних витрат, що за умови обмеженості джерел фінансування, є важливим чинником їх виживання.

Як правило, за тематикою досліджень центри є багатопрофільними, Дослідження сфокусовані переважно в чотирьох сферах – економіка, внутрішня та зовнішня політика, соціальна сфера. Аналітична продукція центрів орієнтована переважно на підготовлену аудиторію, а діяльність загалом – на співробітництво з органами державної влади та вплив на громадську думку. В цілому, розвиток аналітичних центрів характеризується підвищенням їх спеціалізації і професіоналізації, формуванням сталого партнерства та ринку аналітичних послуг, активним пошуком нових напрямів співпраці з громадськими організаціями й органами влади.

Сьогодні держава може і повинна створювати сприятливі умови для розвитку громадянського суспільства, в тому числі і соціологічних дослідницьких установ різного рівня. Останні зі свого боку повинні навчитися працювати оперативно, базувати свої дослідження на достовірній інформації, ставити реалістичні цілі і завдання, активно долучатися до пошуку нових шляхів вирішення важливих для суспільства проблем, перекладати мову академічної аналітики на мову практичної державної політики.

### **КОНТРОЛЬНІ ЗАПИТАННЯ ТА ЗАВДАННЯ ДЛЯ САМОПЕРЕВІРКИ**

1. Визначте напрями діяльності Національного інституту стратегічних досліджень.
2. Схарактеризуйте організаційну структуру Інституту соціології НАНУ.
3. Окресліть особливості становлення Міжнародного центру перспективних досліджень.
4. Якими є провідні напрями діяльності САУ?
5. Поясніть сутність процесу акредитації соціологічних дослідницьких центрів, що здійснюється керівництвом САУ.
6. Подайте порівняльну характеристику діяльності провідних аналітичних центрів України.
7. Визначте напрями дослідницької діяльності соціологічних кафедр та лабораторій ВНЗ.

**Література:** 8, 14, 17, 20, 21, 22, 39, 40, 43, 44, 46, 47, 49, 60, 61, 64, 88, 89, 90, 98, 99, 104, 105, 107, 109, 110, 111, 112, 113, 114, 115, 121.

## **Модуль 2**

---

# **МЕНЕДЖМЕНТ ДІЯЛЬНОСТІ СОЦІОЛОГІЧНОЇ СЛУЖБИ**



## **РОЗДІЛ 5**

### **Організаційна структура соціологічної служби підприємства**

#### **ОСОБЛИВОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ СОЦІОЛОГІЧНОЇ СЛУЖБИ ПІДПРИЄМСТВА**

Вирішення проблем, пов'язаних із трансформацією соціально-економічних формацій, зміною соціально-політичного устрою потребує залучення внутрішніх резервів, посилення векторів соціально-економічної сфери, що неможливо без активного науково-дослідницького пошуку і своєчасного усвідомлення суті соціальних явищ та процесів, які відбуваються як у суспільстві в цілому, так і у сфері виробництва, зокрема.

Особливої актуальності набуває питання підвищення ефективності управління соціальними процесами, поліпшення рівня соціальних відносин у трудових колективах. Важливу роль у вирішенні такого роду проблем мають відігравати саме соціологічні служби, служби соціального розвитку трудових колективів, підприємств, організацій, установ.

Основною задачею представників *соціологічних служб* є організація і проведення прикладних соціологічних досліджень на підприємстві. Окрім того, на підставі аналітичного опрацювання результатів всебічного вивчення соціально-психологічних умов організації трудової діяльності, побуту й відпочинку робітників, соціологи повинні розробляти й реалізувати заходи для виявлення і використання наявних резервів, зростання обсягів та ефективності виробництва, запровадження інноваційних методів соціального управління. Структурний підрозділ підприємства такого роду повинен організовувати роботу з соціального управління процесами становлення й ефективного функціонування колективів працівників, методичного забезпечення їх розвитку, координувати розробку й реалізацію соціальних проектів, комплексних програм розвитку і технологій соціального впливу.

Соціологічна служба на виробництві є незалежним підрозділом, що підпорядкований керівнику підприємства чи його першому заступнику, а на підприємствах із малою чисельністю працівників – головному

соціологу, права і обов'язки якого подібні до аналогічних посадових зобов'язань, покладених на провідних спеціалістів підприємства того ж рівня. Керівник підприємства повинен затверджувати структуру й штатний розклад соціологічної служби залежно від загального складу і чисельності трудового колективу підприємства, обсягу й масштабів розв'язуваних завдань, функціонального призначення соціологічної служби, до складу якої можуть входити як соціологи, психологи, так і спеціалісти з профорієнтації, організації та управління виробництвом й ін.

### Типова структура соціологічної служби підприємства

Загальна кількість працівників, тис. осіб	Обсяг і характер соціологічної роботи		
	Несистематичні дослідження, розробка рекомендацій з окремих питань	Систематичні дослідження, розробка плану соціального розвитку підприємства	Систематичні дослідження, розробка планів соціального розвитку підприємства і окремих підрозділів, розв'язання конкретних проблем
Вид і кількість працівників соціологічної служби			
До 1	<i>Штатний соціолог</i> у складі іншого структурного підрозділу	<i>Соціологічна група:</i> 2–3 штатні соціологи в складі іншого структурного підрозділу	
1–3	<i>Соціологічна група:</i> 2–3 штатні соціологи в складі іншого структурного підрозділу	3–4	5–6
		<i>Соціологічне бюро:</i> 3–6 штатних соціологів в складі іншого структурного підрозділу	
3–5	<i>Соціологічне бюро:</i> 3–4 штатні соціологи в складі іншого структурного підрозділу	5–6	7–8
		<i>Самостійна лабораторія:</i> 5–8 штатних соціологів у складі іншого структурного підрозділу	
5–10	<i>Соціологічне бюро:</i> 4–5 штатних соціологів в складі іншого структурного підрозділу	6–7	8–10
		<i>Самостійна соціологічна лабораторія:</i> 6–10 штатних соціологів	
Понад 10	<i>Самостійна соціологічна лабораторія:</i> 5–7 штатних соціологів	10–12	12–15
		<i>Самостійний соціологічний відділ:</i> 10–15 штатних соціологів	

На практиці більшість соціологів, задіяних на підприємствах, частіше за все включені до структурних підрозділів, таких як відділ кадрів, відділ організації праці та заробітної плати, планово-виробничий відділ, відділ автоматизованих систем управління, бюро технічної інформації й т. ін. Становлення й ефективність функціонування подібного роду служб залежить від політики керівництва, розуміння важливості вирішення соціально-психологічних, соціально-економічних, управлінських завдань. Проте, орієнтуючись на наявний практичний досвід, варто зауважити, що ефективність діяльності соціологічних служби значно підвищується в разі їх відносно самостійного, автономного функціонування. Працюючи в інших структурних підрозділах, вони, як правило, виконують роботу, що не відповідає їх функціональним зобов'язанням.

Відповідно до поданої таблиці соціологічна служба на підприємстві залежно від чисельності працівників підприємства, обсягу та характеру соціологічної роботи може функціонувати у вигляді: *итатного соціолога* як працівника структурного підрозділу (відділу кадрів, проектного бюро тощо); *соціологічної групи* в складі 2–3 штатних соціологів як складової частини іншого структурного підрозділу; *соціологічного бюро* у складі 3–5 штатних соціологів як складової частини іншого структурного підрозділу; *соціологічної лабораторії* у складі 5–10 штатних соціологів як складової частини іншого структурного підрозділу або як самостійного підрозділу підприємства; *соціологічного відділу* у складі 10–15 штатних соціологів як самостійного підрозділу підприємства.

### **ПРАВА ТА ОБОВ'ЯЗКИ КЕРІВНИКА СОЦІОЛОГІЧНОГО ПІДРОЗДІЛУ І ШТАТНОГО СОЦІОЛОГА ПІДПРИЄМСТВА**

Права й функціональні обов'язки конкретних співробітників соціологічної служби підприємства визначаються посадовими інструкціями, що повністю мають відбивати особливості соціологічної діяльності в кожній конкретній організації, виробничому об'єднанні тощо.

Посадова інструкція керівника соціологічного підрозділу підприємства передбачає його права та обов'язки, зокрема:

- керівник соціологічної служби, бюро, лабораторії належить до категорії керівників структурних підрозділів підприємства;
- на посаду керівника соціологічної служби може бути призначена особа, яка має вищу професійну освіту та стаж роботи за спеціальністю на керівних й інших посадах з управління персоналом;
- керівник соціологічної служби повинен знати й керуватися у своїй діяльності нормативними, методичними матеріалами з проблем

соціального розвитку; цілі, стратегічні напрями розвитку та особливості реалізації кадрової політики підприємства; специфіку структури підприємства; соціологію та психофізіологію праці; методи соціологічного дослідження; порядок та методи розробки планів й програм соціального розвитку підприємства; методи проведення аналізу виконання соціальних програм та визначення їх економічної ефективності; інженерну та соціальну психологію; форми й системи оплати праці, матеріального і морального стимулювання; передовий вітчизняний та світовий досвід управління соціальними процесами; основи трудового законодавства; правила та норми охорони праці тощо;

– керівник соціологічної служби підприємства повинен:

- 1) забезпечувати проведення досліджень в галузі соціології, психології та фізіології праці й управління соціальним процесами, створювати та підтримувати нормативно-методичну й інформаційну базу досліджень з метою підготовки пропозицій та обґрунтування розробки ефективних програм соціального розвитку підприємства, їх успішної реалізації;
- 2) залучати представників різних структурних підрозділів до участі в розробці соціальних прогнозів й моделювання соціальних процесів на підприємстві в цілому, у різних структурних підрозділах, зокрема;
- 3) керувати проведенням соціологічних та психофізіологічних досліджень, а також розробкою заходів відповідно до конкретних напрямів удосконалення управління соціальним розвитком підприємства, що сприяють створенню оптимальних трудових процесів, встановленню раціонального режиму праці та відпочинку, покращенню морально-психологічного клімату, розвитку трудової мотивації працівників, укріпленню їх здоров'я, забезпеченню соціальних гарантій;
- 4) брати участь у розробці пропозицій щодо забезпечення соціального захисту працівників підприємства в межах колективного регулювання трудових відносин;
- 5) спільно з економічною службою аналізувати розроблені рекомендації задля оцінки їх ефективності, а також посилення впливу на підвищення трудової й соціальної активності працівників;
- 6) організувати проведення аналізу змін соціальної структури кадрового складу, професійно-кваліфікаційної й демографічної структури трудового колективу, брати участь у формуванні резерву керівників, складанні прогнозів щодо потреб у кадрах, соціально-психологічному забезпеченні розв'язання питань кар'єрного зростання, професійної орієнтації, розстановки та адаптації працівників, розробки системи оцінки праці тощо;

- 7) проводити роботу щодо розробки заходів соціально-психологічного забезпечення запровадження нової техніки та її впливу на розвиток відносин у трудових колективах;
- 8) організувати роботу із вивчення й узагальнення вітчизняного та світового досвіду щодо проблем управління соціальним розвитком підприємства;
- 9) забезпечувати опрацювання соціологічної інформації на основі використання сучасних інформаційних технологій, комп'ютерних програм, комунікації та зв'язку.

Штатний соціолог повинен:

- організувати проведення емпіричних соціологічних досліджень задля розробки та запровадження заходів, спрямованих на створення на підприємстві таких соціально-психологічних умов, що сприяють підвищенню рівня задоволеності матеріальних й духовних потреб працівників;
- брати участь у розробці проектів короткострокових та довгострокових планів економічного, соціального розвитку підприємства, плануванні розподілу коштів на соціокультурні заходи;
- скласти програми соціологічного дослідження, організувати їх проведення, контролювати виконання поставлених завдань;
- на основі результатів проведених досліджень розробляти рекомендації щодо удосконалення форм організації праці, покращення умов трудової діяльності;
- брати участь у роботі щодо удосконалення системи матеріального та морального стимулювання трудової діяльності працівників, покращення умов соціального забезпечення, побутового обслуговування тощо;
- спільно з психологом та іншими спеціалістами вивчати найактуальніші проблеми соціального характеру, акцентуючи увагу на необхідності визначення шляхів анулювання причин порушень трудової дисципліни, плинності кадрів і т. д.;
- розробляти заходи, спрямовані на вирішення проблем соціальної сфери із зазначенням строків, виконавців, а також необхідних матеріальних ресурсів;
- запроваджувати пропозиції щодо укріплення трудової дисципліни, удосконалення соціально-психологічних умов діяльності, організації вільного часу й побуту працівників, підвищення їх громадської та творчої активності тощо.

Обов'язки фахівця-соціолога реалізуються в його функціях, які безпосередньо визначено провідними завданнями соціологічної науки. Їх детальний розгляд дозволить розуміти, усвідомити зміст соціологічної діяльності на підприємстві.

Діяльність промислового соціолога переважно носить теоретико-пізнавальний характер і є доволі складною, зважаючи на необхідність глибокого розуміння сутності соціальних явищ, процесів. Вона носить творчий характер, оскільки завжди передбачає наявність пошукової роботи. Провідним завданням соціологічної роботи на підприємстві є пізнання соціального буття працівників як за допомогою загальнонаукових, так і специфічних соціологічних методів, окреслення сутності механізмів й прийнятних засобів управлінського впливу. Саме тому теоретико-пізнавальна діяльність виробничого соціолога певною мірою пов'язана практичною діяльністю.

Робота соціолога на підприємстві починається з пізнання, отже іншою важливою його функцією є *теоретико-пізнавальна*, що спрямована на вивчення, аналіз соціальної дійсності, явищ, процесів, фактів. Процес реалізації цієї функції полягає у виявленні закономірностей розвитку, напрямів змін, характеру взаємозв'язків між соціальними фактами. Як і будь-який інший вид пізнавальної діяльності, робота соціолога у цьому сенсі починається з аналізу фундаментальних праць, наукових публікацій, монографій, аналізу результатів науково-дослідницьких робіт, аналітичних матеріалів, статей тощо. Метою цього етапу роботи є пошук розробок, певною мірою наближених до досліджуваної проблеми, задля досягнення поставленої мети прийнятим способом. Окрім того, цей етап передбачає як теоретичне, так і емпіричне вивчення соціальної дійсності з використанням найрізноманітніших методів збору соціологічної інформації.

Реалізація теоретико-пізнавальної функції здійснюється під час розробки соціально-психологічних карт працівників, соціальних паспортів трудових колективів, розробки програм емпіричного соціологічного дослідження.

Не менш значущою є прогностична функція соціологічної діяльності, що дозволяє розкрити повний арсенал професійних знань, умінь і навичок соціолога, продемонструвати високу ефективність, професіоналізм його діяльності. Реалізується ця функція через соціальне планування, проектування і конструювання.

Соціальне планування передбачає розробку цільових комплексних програм соціального розвитку різних сфер функціонування трудових колективів, кар'єрного потенціалу конкретного працівника, визначених ланок управління, планів роботи підприємства та його структурних підрозділів.

Соціальне проектування спрямоване на розробку конкретної моделі технології впливу на соціальне явище, процес чи соціальну систему з визначеними характеристиками, кількісно-якісними показниками

функціонування. Натомість соціальне конструювання, на відміну від проектування, є неконкретним за своїм змістом, а виступає, скоріш за все, як загальна умоглядна модель соціального об'єкта безвідносно до зазначених показників.

Управлінська функція реалізується через запровадження практичних рекомендацій, пропозицій, детальної оцінки стану соціальної дійсності з метою здійснення цілеспрямованого впливу на об'єкт дослідження, наукового обґрунтування процесів ухвалення управлінських рішень, суттєвого поліпшення ситуації, використання соціальних технологій впливу, реорганізації діяльності тощо.

Виконання завдань у межах цієї функції передбачає:

- розгляд, аналіз й узгодження зі співробітниками соціологічної служби підприємства окремих планів, нормативних документів і директив (проектів соціального розвитку колективу; напрямів соціально-психологічної роботи з членами трудового колективу; покращення умов праці й відпочинку; підвищення оплати праці; використання інноваційних методів стимулювання трудової діяльності; проектів організаційно-технічних заходів; реконструкції структурних підрозділів підприємства, заснування нових підприємств тощо);

- паралельно зі спеціалістами різних структурних підрозділів підприємства брати участь у вирішенні завдань, які не є їх безпосередніми функціональними обов'язками, наприклад, кар'єрне просування кадрів, особливості організації умов праці й відпочинку, вирішення проблем адаптації нових спеціалістів, вивчення аспектів роботи з молоддю, розв'язання технічних завдань, проведення заходів з охорони праці та оздоровлення;

- висунення вимог до роботи інших служб підприємства, громадських об'єднань, профспілкових комітетів тощо, зокрема, проектування технічних завдань, формування штатного розкладу, розробка посадових інструкцій, стандартів роботи підприємства, опрацювання наказів, розпоряджень, постанов керівних органів та громадських об'єднань підприємства.

Просвітницькі завдання промислового соціолога:

- організація соціологічного навчання кадрів;
- поширення соціологічних знань та вивченні основ виробничої педагогіки;

- ознайомлення з результатами емпіричних соціологічних досліджень, інформування щодо результатів запровадження технологій соціального впливу;

- формування й розвиток соціологічної культури як у представників управлінської еліти різних рівнів, так і у пересічних працівників підприємства, пропаганда соціологічного мислення;

- коучинг персоналу;
- управлінське консультування тощо.

Фахівець-соціолог має бути професійним, чесним, відповідальним, компетентним, забезпечувати процеси збору репрезентативних, достовірних, надійних, валідних соціологічних даних. У відносинах з респондентами він повинен суворо дотримуватися принципу конфіденційності та нерозголошування зібраних даних, якщо вони можуть зашкодити їм. Соціолог має бути об'єктивним і прагнути до належного рівня науковості, несумісності з ідеологією. Головний принцип професійної діяльності соціолога – «істина над усе».

### СПЕЦИФІКА РОБОТИ СОЦІОЛОГА НА ПІДПРИЄМСТВІ

Говорячи про специфіку роботи соціолога в різних структурних підрозділах підприємства, варто зауважити, що мета та завдання діяльності соціологічної служби й відповідно штатних соціології цілком залежать від спрямованості діяльності самого підприємства. Далі розглянемо посадові обов'язки соціолога, який обіймає відповідні посади на конкретному підприємстві в умовах розвитку сучасного суспільства.

Так, наприклад, якщо соціолог обіймає посаду й виконує функції *спеціаліста відділу зв'язків з політичними партіями та громадськими організаціями, управлін'я з питань внутрішньої політики та зв'язків з громадськістю районної, міської й обласної державної адміністрації*, він зобов'язаний:

- забезпечувати збір та аналіз первинних соціологічних даних з метою подальшого поширення аналітичної інформації про суспільно-політичну ситуацію та стан громадської думки на конкретному підприємстві, у галузі, регіоні в цілому;

- організовувати та виконувати узагальнення результатів експрес-досліджень, моніторингів задля своєчасного інформування органів управління міської, обласної державної адміністрації, Кабінету Міністрів України, Секретаріату Президента України;

- організовувати й виконувати аналітичне опрацювання інформації про стан, тенденції та детермінанти суспільно-політичної ситуації в регіоні; здійснювати аналіз діяльності учасників соціально-політичного процесу; вивчати публічну діяльність народних депутатів, політичних та громадських діячів; оцінювати ефективність діяльності центральних і місцевих органів влади;

- забезпечувати підготовку інформаційно-аналітичних матеріалів на замовлення керівництва міської, обласної державної адміністрації, Кабінету Міністрів України, Секретаріату Президента України;



- керуючись матеріалами емпіричних соціологічних досліджень, готувати короткострокові та довгострокові прогнози розвитку суспільно-політичних подій в регіоні;
- аналізувати специфіку організації й проведення масових заходів, мітингів у регіоні, здійснювати проектування відповідей керівних органів міської, обласної державної адміністрацій;
- вносити пропозиції щодо необхідності проведення соціологічних досліджень соціально-політичної, соціально-економічної ситуації та стану громадської думки в регіоні;
- підтримувати зв'язки з професійними об'єднаннями фахівців-соціологів, аналітичними агенціями, дослідницькими соціологічними центрами і лабораторіями при кафедрах, факультетах вищих навчальних закладів області;
- брати участь у заходах, що проводяться управлінням із питань внутрішньої політики та зв'язків із громадськістю міської, обласної державної адміністрацій;
- виконувати доручення та накази начальників підрозділів, відділів, які безпосередньо пов'язані з діяльністю управлінь з питань внутрішньої політики та зв'язків із громадськістю міської, обласної державної адміністрацій і т. д.

У разі, якщо соціолог обіймає посаду й виконує функції *менеджера із зв'язків з громадськістю*, він повинен:

- координувати зв'язки підприємства з громадськістю відповідно до загальної мети діяльності першого; розробляти проекти заходів і планів розширення зв'язків підприємства з громадськістю; здійснювати інформування законодавців, представників обласних, міських засобів масової комунікації та населення щодо планів, досягнень й принципів роботи підприємства; організувати прес-конференції, вебінари, презентації, семінари, зустрічі з громадськістю, виступи керівників підприємства в засобах масової інформації;
- готувати аналітичні матеріали, заяви, повідомлення для засобів масової інформації; контролювати матеріали, представлені в засобах масової комунікації задля перевірки достовірності й повноти відображення інформації, що визначається особливостями діяльності структурних підрозділів підприємства; забезпечувати контакти з відповідними підрозділами міністерств, інших органів виконавчої влади щодо обміну інформаційними даними; надавати представникам засобів масової комунікації свідчення ефективної діяльності підприємства; проводити переговори щодо контактів з представниками преси, радіомовлення, телебачення, громадських об'єднань тощо;

– готувати до випуску рекламно-інформаційні видання, що сприяють розширенню зв'язків на міжнародному та міжрегіональному рівнях; координувати зв'язки з видавництвами; організувати співпрацю з прес-службами, відділами зв'язків із громадськістю інших виробничих об'єднань, соціальних організацій, підприємств; здійснювати планування соціального розвитку трудових колективів, брати участь у вирішенні суперечливих питань та конфліктів, залучати до цього процесу незалежних експертів, консультантів; приймати рішення щодо доцільності використання, розподілу фінансових активів, планування та управління фондами тощо.

Соціолог як *спеціаліст з добору персоналу* повинен:

– організувати й здійснювати добір персоналу необхідної кваліфікації для визначеного підрозділу організації;

– встановлювати зв'язки з навчальними закладами, службами зайнятості, кадровими агенціями, спеціалізованими виданнями з метою їх залучення до процесу добору фахівців, формування кадрового резерву, а також налагодження каналів передачі інформації потенційним кандидатам про вакансії в організації, на підприємстві;

– формувати та підтримувати бази потенційних кандидатів;

– організувати внутрішній конкурс на заміщення вакантних посад; розробляти нові, оптимізувати наявні канали пошуку кандидатів та здійснювати їх інформування щодо можливостей отримання роботи;

– готувати аналітичні матеріали для проведення вебінарів, експертних оцінювань, фокус-груп, коучингу, адаптаційних семінарів, формувати й оновлювати методичну базу тощо.

Якщо соціолог обіймає посаду й виконує функції *спеціаліста-консультанта з маркетингу*, він зобов'язаний:

– сприяти збалансованому розвитку виробництва і сфери послуг, формувати перелік пропозицій щодо вибору й зміни напрямів розвитку асортименту товарів, виробничо-господарської та підприємницької діяльності;

– брати участь у плануванні, проектуванні маркетингової стратегії, формуванні цінової політики; аналізувати факторну зумовленість процесів планомірної реалізації товару і розширення послуг, що надаються, задоволення попиту клієнтів на товари й послуги;

– здійснювати аналіз ринку аналогічних товарів і послуг, тенденцій його розвитку;

– забезпечувати розробку і верифікацію прогнозів щодо змін об'єму продаж, запроваджувати інноваційні й активізувати відомі засоби, методи формування споживчого попиту на товари та послуги, виявляти найбільш ефективні ринки збуту;

- визначати фактори, що детермінують збут товарів і впливають на успішність реалізації послуг, що надаються; вивчати попит, причини його змін, диференціювати купівельну спроможність населення за результатами проведених досліджень;

- підтримувати й оновлювати методичне, методологічне забезпечення прикладних досліджень ринку;

- розробляти програми формування попиту і стимулювання збуту, практичні рекомендації вибору ринку відповідно до наявних ресурсів, забезпечувати підготовку заходів підвищення якості й поліпшення споживчих властивостей товарів та послуг, перспектив освоєння нової продукції й ринків збуту, з урахуванням зміни стану доходів населення, суспільних традицій і смаків споживачів;

- вивчати конкурентоспроможність підприємства з урахуванням змін у податковій, цінovій і митній політиці держави; аналізувати об'єми обороту, прибутків від продажу, швидкість реалізації, факторну зумовленість процесів збуту;

- контролювати збут, проводити аналіз ефективності запроваджених заходів із фактичними даними щодо об'єму, доходів, часу збуту, території поширення послуг, визначати характер відхилень й зміни кон'юнктури ринку;

- активізувати процеси зростання ефективності підприємницької діяльності, підвищення конкурентоспроможності товарів і послуг;

- брати участь у формуванні кадрового резерву, кар'єрному просуванні, консультуванні управлінських кадрів щодо оптимізації їх діяльності й т. ін.

У разі якщо соціолог обіймає посаду й виконує функції *спеціаліста з управління проектами*, він повинен:

- здійснювати планування, проектування та реалізацію збору первинної інформації, необхідної для якісного виконання запланованих проектних робіт;

- аналізувати інформацію щодо проектів;

- розробляти концепції проектів;

- формувати і організувати роботу групи управління проектами;

- приймати й затверджувати всі рішення щодо проектів;

- управляти змінами у проєктах;

- здійснювати технічне керівництво проектними роботами під час проектування об'єкта;

- активно здійснювати контроль технічного рівня прийнятих проектних і архітектурно-планових рішень, вивчати співвідношення економічних витрат й ефективності засобів реалізації проектно-пошукових робіт, строків розробки проектної документації;

- здійснювати перевірку відповідності розробленої проектної документації державним стандартам, нормам, правилам й інструкціям;
- узгоджувати проектну документацію у відповідних організаціях, структурах району, міста, області, країни;
- проводити тендери, добір підрядних організацій для виконання робіт;
- співпрацювати зі спеціалістами фінансових відділів задля забезпечення своєчасної матеріальної підтримки проектів у межах бюджету;
- ініціювати проведення нарад, переговорів, консультування з приводу реалізації відповідних етапів проектної діяльності;
- формувати і узгоджувати проміжні й підсумкові звітні документи спільно з керівниками відділів, інформувати кураторів проектів щодо стану справ.

Соціолог як *менеджер з реклами видань* повинен:

- організовувати процес ефективного рекламування продукції й надання рекламних послуг підприємствам, організаціям, об'єднанням, приватним особам;
- брати участь у розробці рекламної стратегії й формуванні тактики;
- розробляти плани рекламних заходів й обґрунтовувати витрати на їх проведення; контролювати процес створення й характер змістовного наповнення періодичного видання рекламним продуктом; за погодженням з рекламодавцем організовувати розроблення рекламних матеріалів, контролювати їх якість, забезпечувати наочність і доступність, відповідність оформлення змісту, додержання норм громадської моралі;
- планувати, проектувати, реалізувати заходи збирання рекламної інформації, активно залучаючи до цього процесу співробітників, позаштатних працівників;
- здійснювати контроль за укладанням та виконанням договорів щодо надання рекламних послуг;
- визначати придатність рекламних оригіналів для поліграфічного відтворення, нести відповідальність за якість текстового і художнього оформлення рекламного продукту, організовувати його технічну підготовку;
- налагоджувати ділові зв'язки з творчими об'єднаннями, спілками, громадськими організаціями, культурно-освітніми закладами, рекламодавцями, організовувати зустрічі з різними групами споживачів рекламної продукції;
- керувати добром видань для книжкових виставок, ярмарків; представляти видавництво з питань реклами та розповсюдження видань на нарадах, конференціях, виставках;

- залучати до підготовки рекламних заходів консультантів й експертів, запрошувати до участі в рекламі літераторів, критиків, відомих осіб;

- обирати засоби рекламування продукції у засобах масової комунікації і торговельних мережах, організаціях, виробничих об'єднаннях; всебічно аналізувати ринок збуту та попит покупців для визначення часу й місця проведення рекламних кампаній; вивчати цільову аудиторію, на яку варто спрямувати рекламну продукцію;

- організувати підготовку рекламно-інформаційних видань і передавати їх до книготорговельної мережі;

- брати участь у розробці рекомендацій щодо тематичного змісту й якості виготовлення періодичного видання для покращення його реалізації, здійснювати керівництво підлеглими працівниками, створювати умови для професійного зростання та підвищення їх кваліфікації тощо.

Соціолог як *менеджер з реклами та рекламної діяльності* зобов'язаний:

- організувати роботу із рекламування продукції та послуг задля їх просування на ринку збуту, інформувати споживачів щодо переваг якості рекламованих об'єктів;

- здійснювати керівництво, планування та координацію робіт із проведення рекламних компаній, розробці планів рекламних заходів, розрахунків витрат на їх проведення;

- брати активну участь у формуванні рекламної стратегії, акцентуючи увагу на перспективах розвитку інвестиційної діяльності;

- здійснювати добір засобів рекламування товарів і послуг у ЗМІ;

- вивчати ринок збуту та попит споживачів з метою визначення найкращого часу й місця розміщення реклами, масштабів і строків проведення рекламних компаній, кола осіб, на яких вона спрямована з орієнтацією на цільові групи згідно з професійною, статевою та споживчою приналежністю;

- підтримувати контакти з наявними діловими партнерами, формувати коло потенційно нових замовників, контролювати процеси збирання первинної, вторинної інформації задля її подальшого аналізу й синтезу, на основі результатів яких варто здійснювати розширення зовнішніх зв'язків з метою удосконалення напрямів реалізації різноманітних за змістом, спрямуванням й масштабами рекламних проектів тощо.

Розглядаючи історію становлення вітчизняної заводської соціології, ми зазначили, що на початку 1990-х рр. соціологічні служби, бюро, лабораторії як структурні підрозділи на підприємствах фактично зникли, натомість з'явилася система зовнішнього консалтингу, розвинувся ринок платних соціологічних послуг, почали успішно функціо-

нувати спеціалізовані соціологічні дослідницькі центри. Зі сфери діяльності соціолога зникли підприємства як основні клієнти, а їх місце зайняли політичні партії, урядові організації, муніципалітети, банки, комерційні структури, страхові компанії тощо.

По суті організаційна структура сучасних дослідно-аналітичних соціологічних центрів мало чим вирізняється від структури соціологічної служби на підприємстві, коли мова йде про штатний розклад та розподіл функціональних обов'язків між працівниками служби. Більшість дослідницьких центрів – це незалежні самостійні організації, що працюють у невеликому кадровому складі (у середньому 5–10 штатних працівників і розгалужена мережа інтерв'юерів), час від часу залучаючи до своєї роботи позаштатних експертів. На відміну від соціологічних служб підприємства сучасні дослідно-аналітичні соціологічні центри мають відносну автономію, не підпорядковуючись як структурний підрозділ, не маючи обмежень щодо напрямів досліджень, джерел фінансування тощо. Водночас соціальний ефект, можливість ефективного використання результатів аналітичних розробок – практично відсутні, лише за виключенням маркетингових досліджень, що значно звужує сферу їх діяльності. Рівень співпраці з державними установами залишається недостатнім, форми і механізми – невідпрацьованими. Така залежність, з одного боку, перешкоджає довгостроковому плануванню діяльності, обмежує вибір тематики досліджень та можливості соціологічних дослідницьких центрів реагувати на події суспільно-політичного життя суспільства, брати активну участь у розв'язанні нагальних проблем. З іншого, банально перетворює соціологів-дослідників на політ-технологів чи маркетингологів-аналітиків.

Сприяння створенню організаційних умов діяльності неурядових соціологічних аналітико-дослідницьких центрів, підвищення прозорості діяльності органів державної влади, їх контроль з боку громадськості дозволить вирішити ряд проблем, що виникають. Зокрема, потрібно виробити й запровадити форми, механізми більш широкого, неформального залучення громадськості, науковців, експертів дослідницьких центрів до розробки й експертизи нормативно-правових документів, державних документів стратегічного рівня, розширити практику замовлення незалежним соціологічним дослідницьким установам досліджень і моніторингу громадської думки з ключових питань соціально-економічного, соціально-політичного розвитку як на регіональному, так і на загальнодержавному рівнях. Усе це сприятиме як розвитку соціологічних дослідницьких центрів, так і розвитку української соціології в цілому.

**КОНТРОЛЬНІ ЗАПИТАННЯ ТА ЗАВДАННЯ ДЛЯ САМОПЕРЕВІРКИ**

1. Що являє собою типова соціологічна служба підприємства?
2. Які основні функції виконує соціолог на підприємстві?
3. Чим суттєво вирізняються права та обов'язки штатного соціолога й керівника соціологічного підрозділу?
4. Дайте порівняльну характеристику посадових зобов'язань соціолога, що обіймає різні посади на підприємстві, в організації.

**Література:** 2, 4, 7, 9, 52, 71, 72, 75, 78, 83, 84, 103.

## **РОЗДІЛ 6**

---

### **Добір, навчання й атестація працівників соціологічних служб**

#### **ОЦІНЮВАННЯ ПРАЦІВНИКІВ ПРИ ПРИЙОМІ НА РОБОТУ**

Ефективність діяльності соціологічної служби залежить від значної кількості чинників, особливе місце серед яких посідає проблема використання «людських ресурсів». Ні в кого не викликає сумніву той факт, що персонал соціологічної установи є найбільш важливою силою, реалізація ефективного добру якого забезпечує високу вірогідність успіху діяльності всієї організації. Такий інтерес до людського ресурсу пояснюється, насамперед, високим рівнем поділу праці, істотним зростанням питомої частки висококваліфікованої праці як у виробничій, так і у невиробничій сферах, і зумовленим цими процесами підвищенням ролі кожного співробітника в успішній роботі організації. Саме тому сучасні умови діяльності більшості організацій вимагають, щоб добір персоналу здійснювався цілеспрямовано, оперативно, а в процесі формування кадрового складу враховувалися не тільки конкретні посадові обов'язки і вимоги робочого місця, а й тактичні, стратегічні цілі організації, можливості професійного розвитку працівника, його комунікативні та інші якості, значущі як для професійної діяльності, так і для успішної професійної адаптації в умовах цієї конкретної організації.

Відповідальність за добір співробітників цілком лягає на плечі менеджера з кадрів та керівника організації. Процес добру персоналу настільки ж складний і точний, як і будь-яка інша управлінська робота. Кадрова політика з добру персоналу полягає у визначенні принципів прийому на роботу, кількості працівників, необхідних для якісного виконання поставлених завдань, методології закріплення й професійного розвитку персоналу. Добір кадрів розглядається як підфункція управління.

Процес добру персоналу починається з вибору критеріїв оцінювання особистості й роботи претендентів. Критерії включають норми поведінки і характеристику професійних навичок.



Наступний етап добору персоналу – його експертне оцінювання, що ґрунтується на проведенні тестів, вирішенні задач й виконанні вправ. Після тестування здійснюється спостереження та проведення особистісного інтерв'ю. На підставі отриманих результатів, відбувається опис даних і порівняння їх із критеріями оцінки кандидатів.

Завершує процес добору кандидатів ухвалення рішення щодо прийняття на роботу, якщо виникають труднощі з остаточним ухваленням рішення, можливо проведення додаткового тестування.

У кожному випадку набір критеріїв оцінювання залежить від змісту і якості виконуваної в майбутньому роботи.

При аналізі ставлення до роботи оцінюють ініціативність працівника, здатність витримувати великі навантаження, вміння пристосовуватися до різних ситуацій, старанність у роботі тощо. Оцінюючи готовність до співробітництва, визначається ступінь сформованості вмінь працівника брати участь у вирішенні спільних завдань, налагоджувати взаємини в колективі, оцінюються також емоційні реакції на критику, інші особистісні якості.

Зазначені критерії складають основу для оцінювання претендента на вакантну посаду. Важливо, щоб кожен із них можна було виразити кількісно (наприклад, у балах). Бальна оцінка дозволяє визначити, наскільки висунуті критерії наявні в того чи іншого працівника.

Оцінка професіоналізму претендента на заміщення вакантної посади ускладнене і тому зводиться, скоріш за все, до вивчення його потенціальних можливостей.

Отже, при доборі персоналу найчастіше здійснюють оцінювання особистих якостей, акцентуючи увагу на їх відповідності вимогам посади. Головною вимогою при доборі кадрів є професійна компетентність претендентів. Як правило, мова йде про загальні вимоги до працівників цієї посади або групи однорідних посад, та специфічні вимоги, визначені особливими функціональними зобов'язаннями особи, що має займати конкретне робоче місце. Зауважимо, що за певних умов при доборі працівника враховують не лише вимоги до конкретної посади, а й задачі становлення, функціонування і розвитку всього трудового колективу як єдиної команди. Фактично такий взаємозв'язок чинників є причиною того, що вимоги до працівника в одних випадках можуть вирізнятися від тих, які пред'являються до заняття аналогічної посади в інших умовах.

Оцінку претендентів на заміщення вакантної посади варто проводити в розрізі вивчення факторів результативності праці, перш за все, визначаючи рівень знань (що повинен знати працівник і що він знає), умінь і навичок (що він повинен робити і що вмє робити), специфіку

властивостей характеру (якими є вимоги до особистості працівника і яким є він сам).

Процес оцінювання кандидатів на вакантну посаду може проходити по-різному. Так, можна розглядати кожну з особистих якостей працівника окремо, а саму їх сукупність аналізувати як простий набір, підібраний з урахуванням особливостей роботи. Але можна оцінювання суто особистісні якості працівника, що в методичному плані являє собою більш складну задачу. Сутність проблеми полягає в тому, що на продуктивність діяльності людини кожен чинник (якість) впливає не ізольовано, а у взаємозв'язку, формуючи, змінюючи особистість працівника.

У ході здійснення оцінювання визначають й пріоритети фізіологічних або психологічних якостей працівника. При цьому з усього розмаїття особистісних характеристик доцільно виділити фундаментальні, відносно стійкі, що повною мірою можуть визначити потенціальні можливості особистості. Окрім всього іншого варто враховувати можливість розвитку якостей працівника під час здійснення цілеспрямованого впливу через стимулювання, розширення самостійності, задля оцінки можливих реакцій на необхідність виконання твердого наказу, заходів виконавчої дисципліни і т. п. Тому оцінювання працівника не завершується прийняттям його на посаду.

Змінюється людина, змінюються задачі, що стоять перед нею як перед працівником у конкретній установі, організації. Ці обставини обґрунтовують необхідність трансформації задач добору кадрів у задачі аналізу й оцінки відповідності працівника посаді, яку він займає за підсумками його професійної діяльності. Організаційною формою такого періодичного оцінювання працівника є атестація.

При формуванні набору якостей працівника, що підлягають аналізу й оцінці, варто виходити з принципу розумної достатності задля забезпечення можливості прийняття обґрунтованого рішення в обмежений термін, мінімізуючи витрати на проведення самого оцінювання. Реалізація цього принципу носить виборчий характер і залежить від посади – чим вище, відповідальніше посада, тим менш правомірно керуватися вимогою максимальної економії коштів на проведення добору працівників.

Для добору кандидатів із числа претендентів на роботу в соціологічній службі особливо важливим є оцінювання їх особистісних якостей, соціально-демографічних характеристик. Майбутнім соціологам повинні бути притаманні чесність, сумлінність, дисциплінованість, певний життєвий досвід та рівень інтелектуального розвитку, тактовність, уважність, вміння слухати, психологічна стійкість, товарицькість тощо. Ці якості виявляють тестуванням, а також спостереженням під час

навчання. Штат працівників соціологічної служби за статтю і віком відбиває як цілеспрямовану кадрову політику, так і те, для яких категорій осіб ця праця є бажаною і соціально схвальною. Серед працівників більшості служб вивчення громадської думки на ринку соціологічних послуг переважають жінки, особи середнього віку, з вищою освітою. Згідно з поширеною думкою порівняно універсальною категорією працівників соціологічних служб є саме як група представниць слабкої статі.

Методичний доробок стосовно кращого співвідношення віку й статі штатного соціолога, співробітника соціологічної служби та досліджуваного кола осіб для отримання якісної інформації можна використати лише в разі залучення вже підготовлених фахівців-соціологів до опитування конкретних респондентів, стать і вік яких заздалегідь відомі. Для добору потенційних працівників соціологічних служб, зважаючи на мовну ситуацію в нашій країні, важливим є вільне володіння як українською, так і й російською мовами.

Робота в техніці того чи іншого різновиду соціологічного дослідження потребує певних знань і навичок, що зумовлює відмінності в підготовці працівників соціологічних служб. Система базової підготовки співробітників соціологічного бюро, лабораторії, відділу, служби має певні етапи, залежно від напрямів діяльності дослідницького підрозділу, специфіки посади, яку обіймає кожна конкретна група працівників.

Визначальними чинниками в доборі кадрів соціологічної служби є ті з них, що безпосередньо визначають рівень професійної підготовки, компетентності і майстерності: освіта, кваліфікація, досвід роботи, методологічна свідомість, чесність та ін.

Способи, методи добору й оцінки претендентів на вакантні посади найчастіше поділяють на особисті й технічні. До особистих відносяться: аналіз і оцінювання документів; тестування; інтерв'ю-співбесіда. Технічні способи оцінювання персоналу – робочий експеримент; графологічний висновок.

У групі особистих способів оцінювання персоналу найскладніше проводити інтерв'ю-співбесіди, і оскільки це далеко не ідеальний метод особистісного оцінювання претендента, то варто додатково використовувати й інші методи. Основна мета співбесіди – виявити, чи зацікавлений кандидат на вакантну посаду в цій роботі і чи здатний він її якісно виконувати.

У процесі ознайомлювальної бесіди з кандидатом рекомендується використовувати оцінні аркуші, щоб зафіксувати враження.

В ознайомлювальній бесіді комбінують різні техніки формулювання запитань (вільні, структуровані або стандартизовані). Бесіда може проводитися з двома та більше особами-претендентами одночасно.

Після ознайомлювальної бесіди здійснюється попереднє оцінювання, що враховує такі критерії: поведінка; зовнішній вигляд; товариськість, люб'язність; манера розмови, вимова, красномовність; кмітливість; професійна придатність, освіта, досвід роботи; ставлення до посади.

Варто мати на увазі, що обговорення контракту – це частина процесу прийняття на роботу і відбувається воно як до, так і після ухвалення рішення про зарахування на роботу. Тому пропозиції, зроблені в ході співбесіди, хоч і в усній формі, вже є частиною контракту. Менеджер, який проводить співбесіду, повинен твердо знати, що може запропонувати організація претенденту в майбутньому.

### **ОСОБЛИВОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПРАЦІВНИКІВ СОЦІОЛОГІЧНИХ СЛУЖБ: ІНТЕРВ'ЮЕРА, СУПЕРВАЙЗЕРА, РЕКРУТЕРА, КОНТРОЛЕРА**

Зупинимось більш детально на описі діяльності конкретних працівників соціологічних служб: інтерв'юера, супервайзера, рекрутера, контролера.

*Інтерв'юер* – особа, що здійснює збір первинної соціологічної інформації в ході проведення інтерв'ю. Іноді анкетера – особу, що проводить анкетування, також називають інтерв'юером. Хоча зауважимо, що якісно анкетер відрізняється від інтерв'юера тим, що забезпечує лише роботу респондента з анкетною відповіддю до вимог інструкції, розробленої організаторами дослідження. Іншими словами, анкетер – це, передусім, оператор, що забезпечує успішне використання інструментарію дослідження. Робота анкетера включає ті самі процедури, що й робота інтерв'юера за винятком позиції «реєстрація відповідей», яка виконується безпосередньо респондентом. Крім того, анкетер додатково забезпечує повернення анкет від респондента. Термін «анкетер» активно вживався в соціологічній літературі радянських часів, хоча зараз він практично вийшов з обігу.

Відносини між організацією й інтерв'юером регулюють посадовою інструкцією та трудовим договором, що укладається як на визначений, так і на невизначений строки.

Варто зауважити, що серед працівників соціологічної служби саме інтерв'юерові належить провідна роль – від нього, передусім, залежить якість соціологічної інформації, а отже й успішність діяльності дослідницького соціологічного підрозділу в цілому. Специфіка інтерв'ю полягає в тому, що отримана в ході його проведення інформація в тій чи іншій мірі несе в собі відбиток спілкування респондента й інтерв'юера. І одне з найважливіших завдань останнього – мінімізувати цей вплив.

Залежить це від цілої низки факторів – естетичних, етичних, юридичних, соціально-демографічних, політичних, психологічних тощо.

Якості успішного інтерв'юера (індивідуальні особливості, володіння методикою, соціологічна підготовка, підготовка в предметній галузі, що досліджується) знаходяться у взаємній залежності, доповнюючи та підсилюючи одна одну.

Говорячи про особистісні якості інтерв'юера зазначимо, що він має характеризуватися висловом «дати-й-взяти», яке в буквальному розумінні означає, що під час проведення інтерв'ю він повинен отримувати від респондента інформацію, натомість останній повинен бути морально задоволеним від процесу спілкування з інтерв'юером. Адже відомо, що якісно проведене інтерв'ю діє як свого роду терапевтичний ефект – знімає напругу, допомагає ухвалити рішення, підвищує самооцінку тощо.

Інтерв'юер повинен володіти навичками встановлення контакту зі співрозмовником, чіткого та ясного викладу запитань, окрім того, він повинен уміти, зацікавивши респондента, доброзичливо вести бесіду, незалежно від того чи співпадає його власна точка зору з його інтересами, думками, міркуваннями.

За зовнішньою розкутістю досвідченого інтерв'юера приховується сувора внутрішня дисципліна. Така робота вимагає постійної концентрації уваги та швидкої реакції. Інтерв'юер повинен постійно слідкувати за ходом інтерв'ю, фокусувати увагу респондента на проблемі дослідження. Цей процес іноді називають «імпровізацією за правилами», саме тому послідовне розкриття респондентом теми передбачає наявність у інтерв'юера не лише визначених навичок підтримки розмови, а й умінь спрямовувати її у потрібному напрямі, створювати для співрозмовника комфортну атмосферу, формувати в нього відчуття власної значущості.

Використання тієї чи іншої методики проведення інтерв'ю вимагає певного обсягу знань, умінь і навичок, ступінь опанування якими визначає особливості підготовки інтерв'єрів соціологічних служб, які задіяні в проведенні масових опитувань у масштабах підприємства, окремої галузі, сфери життєдіяльності соціуму, регіону, країни в цілому.

Функції інтерв'юера визначаються специфікою дослідження та різновидом інтерв'ю, що проводиться. Серед основних функцій інтерв'юера треба виокремити: добір респондентів; забезпечення ситуації інтерв'ю; повідомлення респондентам інформації щодо провідних завдань дослідження; трансляцію запитань, за потребою проведення зондування; запис відповідей респондента й фіксацію власних вражень від проведення інтерв'ю у виглядів нотаток; пояснення технічних моментів проведення інтерв'ю респондентові; редагування записів інтерв'ю;

заповнення бланків звітної документації; забезпечення конфіденційності; необхідність своєчасного завдання щодо виконаної роботи.

Володінню методикою, на відміну від особистісних якостей, треба навчати. Які будь-який інший вид професійного навчання, він вимагає поєднання теорії з практикою. Процес практичного навчання інтерв'юванню – це процес фіксації й усвідомлення помилок, основні з них можна згрупувати у три групи: помилки, що порушують психологічний контакт інтерв'юера й респондента; помилки, пов'язані з викривленням інформації, яка повідомляється респондентом; помилки, пов'язані з представленням нерелевантних (таких, що не мають відношення до мети інтерв'ю) даних.

Система базової підготовки інтерв'юерів налічує кілька основних елементів – етапів. Претендент на посаду інтерв'юера отримує повний комплект документів (посвідчення інтерв'юера, список-завдання з прізвищами і адресами респондентів, інструкцію та бланк інтерв'ю) і самостійно вивчає його.

У ході проведення інструктажу інтерв'юер ознайомлюється з усіма правилами пошуку респондентів й заміни недоступних з їх числа запасними кандидатурами, змістом вступної бесіди з респондентом, умовами отримання його згоди на проведення інтерв'ю. Після чого визначається міра опанування довідника та відпрацьовуються всі елементи роботи інтерв'юера протягом кількох індивідуальних чи групових занять – вступна співбесіда; читання вголос опитувальника; попарне інтерв'ю; інтерв'ювання «сторонньої особи»; інтерв'ю з викладачем; письмові вправи із зондування; аналіз ситуації з навчального відеофільму; письмові вправи з вибірки.

Разом із пробними інтерв'ю доцільно використовувати фонетичний тренажер, у якому фонограми інтерв'ю, проведених недосвідченими дослідниками, супроводжувались би паралельним коментарем відносно помилок, яких він припустився в ході здійснення своєї роботи.

Певний відсоток претендентів після такого роду занять відсіюється. Під час польових етапів підготовки супервайзер чи викладач виконує роботу спільно з одним з інтерв'юерів. Спершу інтерв'ю проводить супервайзер/викладач, а потім і сам інтерв'юер, кожне з них детально обговорюється. Супервайзер/викладач звітує про процес навчання, у письмовому звіті він має представити характеристику претендента на посаду інтерв'юера, висновок щодо його професійної компетентності, можливості успішно проводити різного роду інтерв'ю. Завершується етап базової підготовки виконанням письмової роботи, що забезпечує повторне читання довідника. Підвищення кваліфікації інтерв'юерів здійснюється шляхом реалізації заходів поточної регламентації діяльності

інтерв'юера під час проведення досліджень або ж у ході повторного навчання в скорочений термін.

Особливо важливого значення набуває обсяг оптимального навантаження на одного інтерв'юера, яке детермінується низкою факторів – кількістю проведених інтерв'ю, їх тривалістю, методом відбору потенційних респондентів, їх доступністю, обмеженням часу на проведення польової роботи тощо. Так, скажімо, масштабне інтерв'ювання протягом 7–10 днів, інтерв'ю триває майже 1 годину – інтерв'юер може якісно провести не більше 10 інтерв'ю, таким же має бути і середнє щомісячне навантаження на одного інтерв'юера. Надмірний обсяг роботи (велика кількість інтерв'ю у визначений термін, часте залучення до проведення опитувань) призводять до суттєвих порушень технологічного процесу проведення опитування чи накопичення як фізичної, так і моральної втоми, яка спричиняє негативний вплив інтерв'юера на якість зібраних соціологічних даних. Зменшення навантаження дозволяє запобігти негативних наслідків, зокрема, «ефекту інтерв'юера» – вплив соціально-демографічних, кваліфікаційних характеристик і особистих якостей інтерв'юера на відповіді респондентів або помилки їх сприйняття й фіксації даних.

Зазвичай, «ефектом інтерв'юера» називають усі похибки, пов'язані з впливом інтерв'юера на якість отриманої інформації. Інтерв'юер здійснює цей вплив несвідомо, оскільки він виявляється в ході вербального спілкування у вигляді проявів міміки, емоційному тоні бесіди, поведінці її учасників тощо.

Серед негативних проявів «ефекту інтерв'юера» варто виділити: вибіркоче сприйняття або неправильне розуміння респондентом поставлених запитань, і як наслідок недостовірні реєстрація відповідей респондента; «стереотип впізнавання» – після декількох бесід інтерв'юер впевнений в тому, що він із перших відповідей може прогнозувати думки респондента, причому інтерв'юер чує скоріше не те, що відповідає опитуваний, а те, що він передбачав почути.

Подолати ці негативні впливи інтерв'юеру допоможуть, у першу чергу, стриманість у виявленні власних реакцій на поведінку та відповіді респондента, вміння доброзичливо й уважно слухати, не вступаючи у дискусію з респондентом з приводу його точки зору.

З іншого боку, чим більш стандартизованим є інтерв'ю, тим менше ймовірність впливу інтерв'юера. Натомість досвід досліджень показує, що інтерв'юер активно реагує на недоліки інструментарію, намагаючись виправити помилки автора опитувальника. Коли в інструментарії інтерв'ю зустрічаються помилки у формулюванні конкретних запитань, найчастіше самі інтерв'юери або змінюють його зміст на свій розсуд,

або ж взагалі не задають цього запитання. Отже, якість роботи інтерв'юера багато в чому залежить від якості інструментарію та інструкцій до нього, розроблених автором-дослідником.

Інструкція для інтерв'юера – спеціальний документ, що містить пояснення цілей та завдань дослідження; опис ролі, обов'язків, прав та відповідальності інтерв'юера; правила щодо пошуку респондентів й заміни тих із них, що недоступні, запасними кандидатурами; зміст вступної бесіди для встановлення контакту з респондентами і отримання згоди на проведення інтерв'ю; опис процесу організації ситуації інтерв'ю; правила заповнення окремих видів запитань (переходи від запитань-фільтрів до спеціалізованих запитань, заповнення запитань у табличній формі, нагадування про використання карток із відповідями до конкретних запитань тощо); правила стимулювання уваги респондентів; правила завершення бесіди.

Робота інтерв'юера може бути стартовою в кар'єрі людини, яка обрала для себе соціологічне, маркетингове поле діяльності. Наступним кроком у послужному списку може стати робота в ролі інтерв'юера в глибинних інтерв'ю, які вимагають додаткових знань та навичок, і, відповідно, вище оплачуються. Після опанування цієї техніки, а точніше цілої низки специфічних технік, розкриваються перспективи участі в організації та проведенні фокус-групових інтерв'ю. Стати досвідченим модератором легше, маючи за плечима досвід участі в масових опитуваннях. Інший напрям – організація та участь у польових дослідженнях. Можна почати з позиції «граючого тренера», тобто керувати «полем» у ролі бригадира, одночасно працюючи інтерв'юером. Це дозволяє краще опанувати чергову методику, зрозуміти проект, інструментарій і, відповідно, передати це розуміння підлеглим під час проведення інструктажів, контролю за перебігом польового етапу тощо. Згодом можна перейти на посаду супервайзера і так далі, аж до польового директора й керівника соціологічного центру.

*Супервайзер* (від англ. supervisor – наглядач, бригадир) виконує адміністративні завдання задля гарантії ефективності роботи персоналу. Варто зауважити, що використання нових технологій завжди пов'язано з фінансовими витратами організації, а з метою мінімізації залежності від «людського чинника» й отримання максимальної вигоди від капіталовкладень логічно запроваджувати механізми ефективного контролю. Супервайзер може виступати в ролі куратора, який може навчити, вказати на помилки кожного працівника, дати об'єктивну оцінку його професійної діяльності, що безумовно вплине на якість подальшої роботи.



Супервайзер може бути як штатною, так і позаштатною одиницею, це залежить від специфіки роботи організації. З іншого боку, супервайзер – це не робоча спеціальність, а адміністративна посада, хоча і нижньої управлінської ланки. У підпорядкуванні супервайзера, зазвичай, знаходиться група працівників, чисельність яких рідко перевищує 15–20 осіб. Така кількість підлеглих з точки зору психологів є максимальною для збереження можливості встановлення персонального контакту з кожним із них.

Щодо посадових обов'язків супервайзера, то зазначимо, що він повинен:

- доводити до відома працівників поставлені перед ними завдання, перевіряти готовність працівників до розв'язання поставлених завдань; розподіляти завдання між конкретними працівниками;
- корегувати роботу персоналу в незапланованих, позаштатних ситуаціях;
- визначати пріоритети щодо виконання окремих видів робіт;
- організувати спостереження й контроль за виконанням графіка робіт, розстановкою працівників, виконання конкретних об'ємів роботи, встановленням стандартів якості роботи;
- перевіряти забезпеченість працівників матеріально-технічними, інформаційними ресурсами, необхідними для виконання конкретного спектра завдань;
- забезпечувати якість роботи кожного працівника, раціональність використання ним свого робочого часу;
- проводити спостереження за професійною поведінкою працівників, давати вказівки щодо помилок та необхідності їх усунення;
- організувати навчальні курси й персональне шефство для працівників, що не справляються зі своїми обов'язками;
- визначати критерії, вимоги до кандидатів на роботу, брати участь у доборі претендентів;
- забезпечувати взаємозв'язок між ввіреним йому колективом й іншими структурними підрозділами організації;
- складати звіти щодо готовності кожного конкретного працівника до виконання тих чи інших завдань тощо.

Супервайзер повинен знати: чинне трудове законодавство; основи ринкової економіки; структуру й штат організації; спеціалізацію та перспективи її розвитку; основні технологічні процеси діяльності організації; основи загальної й спеціальної психології, соціології та психології праці; кадрову політику і стратегії організації; етику ділового спілкування; правила та норми внутрішнього розпорядку установи; правила й норми охорони праці; методика збору та обробки інформації; методи розв'язання організаційно-управлінських, кадрових завдань тощо.

Не менш значущим критерієм при прийомі на роботу супервайзера є стаж (від 1 до 3 років) та досвід роботи претендента (бажано наявність досвіду роботи у проведенні маркетингових й соціологічних досліджень).

Щодо особистісних характеристик супервайзера, він повинен бути комунікабельним, спостережливим, стресостійким, вимогливим, мати аналітичний склад мислення, вміти працювати в динамічному режимі.

Зазвичай, перевага при прийомі на роботу віддається здобувачам, що мають вищу освіту соціологічного спрямування.

Відносини між організацією і штатним супервайзером регулюють трудовим договором й посадовою інструкцією. Трудовий договір укладається за правилами, визначеними трудовим кодексом України, як на визначений, так і на невизначений строки.

*Рекрутер* – особа, що здійснює добір персоналу, зокрема, інтерв'юєрів (анкетерів) чи супервайзерів соціологічної служби. У широкому розумінні цього слова рекрутинг – це процес залучення інших у сферу своїх інтересів.

До числа функціональних та посадових обов'язків рекрутера треба віднести пошук, добір кваліфікованого персоналу для замовника, використовуючи різні джерела інформації, збираючи рекомендації, проводячи співбесіди.

Кваліфікаційні вимоги до рекрутера – наявність вищої освіти бажано в галузі психології, соціології, управління персоналом; досвід роботи; до числа бажаних особистісних якостей варто віднести комунікабельність, стресостійкість, цілеспрямованість, почуття гумору, наявність активної життєвої позиції, гнучкого мислення, інтуїції, аналітичних здібностей, навичок спілкування з людьми.

Пошук персоналу (рекрутинг) здійснюють використовуючи різні підходи та джерела інформації, основними серед них є: внутрішня база даних організації; сайти з пошуку роботи; соціальний капітал (або пошук кандидатів з кола знайомих осіб); засоби масової комунікації; соціальні мережі, форуми, блоги тощо; працівники компаній-конкурентів (переманювання спеціалістів); ВНЗ, навчальні центри (залучення молодих спеціалістів); співпраця з рекрутинговими агенціями.

Рекрутинг умовно поділяється на кілька видів:

- 1) хедхантинг – або переманювання співробітників інших компаній (як правило в конкурентів);
- 2) масовий набір персоналу, що здійснюється у випадку відкриття нової компанії або філії;
- 3) класичний рекрутинг, тобто звичайний пошук спеціаліста, без обмежень джерел пошуку та засобів залучення кандидатів.

Ціни на послуги рекрутингу залежать від регіону, де ведеться пошук кандидатів, кількості замовлених спеціалістів, складності замовлення та політики рекрутингу.

Рекрутер повинен взаємодіяти з усіма підрозділами організації, розглядаючи кандидатури потенційних працівників. У ході проведення співбесіди рекрутер має довідатись у кандидата особливості його життєвого шляху, досягнень, лише потім він повинен уточнити подробиці щодо конкретної сфери. За результатами співбесіди формується звіт про професійну придатність кандидата. У простому випадку проводиться одна співбесіда, у складному – декілька турів зустрічей із тестовими завданнями і обговоренням можливих варіантів розв'язання тих чи інших професійних завдань.

*Контролер (валідатор)* – особа, що забезпечує ефективність роботи та управління за рахунок поєднання методів планування, аналізу, нормування, контролю й управління.

Серед провідних завдань контролера соціологічної служби є: моніторинг стану діяльності та дослідження бізнес-процесів; створення умов для прийняття управлінських рішень.

Контроль особливо важливий у ході проведення очного опитування, коли непорядний інтерв'юер може сфальсифікувати первинні емпіричні дані. Не менш важливим етапом соціологічного дослідження є виявлення респондентів, які недобросовісно заповнили дослідницький інструментарій. Основним завданням фахівця-соціолога є вилучення таких інструментаріїв із загального масиву, зважаючи на те, що дані, подані в них, можуть значно вплинути на кінцевий результат, викривити отримані загальні дані. Окрім виявлення фактів підробки й грубих порушень методики збору первинної соціологічної інформації, контрольні заходи дозволяють також отримати дані про мотивацію населення щодо участі в різного роду соціологічних досліджень, рівень їх довіри до соціологічної науки і соціологів, а також з'ясувати їх оцінні судження стосовно діяльності конкретного інтерв'юера.

Серед різновидів контрольних заходів варто виділяти самоконтроль, внутрішній контроль (який проводить субпідрядник) й зовнішній, що може бути проведений самим клієнтом або іншим субпідрядником, незалежним від виконувача польового етапу. Найсуворішим є зовнішній контроль, оскільки безпосередньо впливає на оцінку діяльності дослідницької групи в цілому, конкретної бригади інтерв'юерів, соціологічної служби, лабораторії взагалі. Якщо певні недоліки будуть виявлені в ході реалізації заходів внутрішнього контролю, то вихід із ситуації, що склалася, може бути знайдений за умови доопрацювання в полі, за рахунок переробки визначеної частини інтерв'ю. Проте, якщо вони

будуть виявлені під час зовнішнього контролю, то тут вже не обійтись без репутаційних втрат для всього дослідницького колективу. А це може призвести до втрати замовника і, відповідно, роботи для всіх співробітників соціологічної інституції.

Сторонній (зовнішній і внутрішній) контроль може бути реалізований у кілька способів – візуальний, вербальний чи логічний.

Здійснення візуального контролю передбачає перевірку бланків опитування на повноту, адекватність їх заповнення, а також відповідності показників соціально-демографічного блоку завданням вибірки тощо. Як правило, цей вид контролю здійснюється бригадиром у ході прийому виконаних інтерв'юерами завдань.

На відміну від візуального, вербальний контроль полягає у проведенні додаткової зустрічі або телефонної розмови з респондентом із метою визначення: чи насправді мав місце факт опитування, чи всі запитання ставив інтерв'юер, чи правильно записані відповіді, чи були наявні порушення методики збору інформації, чи виплачувалася винагорода (у деяких маркетингових дослідженнях респондентам вручається подарунок або грошова винагорода) тощо. Здійснюючи такого роду контрольні заходи, представники деяких соціологічних центрів не тільки ставлять контрольні запитання, а й здійснюють порівняльний аналіз отриманих результатів із відповідями респондентів, зазначеними в анкеті, або ж проводять повний контроль, повторно опитуючи респондентів (за винагороду), після чого співставляють усі відповіді.

Окрім заходів польового контролю, для перевірки анкет паралельно може проводитись логічний контроль. Для проведення такого виду контролю до інструментарію навмисно вносяться «запитання-пастки», які зовні не відрізняються від інших запитань. Використання засобів комп'ютерної обробки інформації (пакетів прикладних програм обробки соціологічних даних) дозволяє за показниками середньостатистичних відповідей, виділити ті анкети, що суттєво відрізняються від середньостатистичних. Основною причиною появи таких інструментаріїв є помилки в роботі інтерв'юера (неправильне формулювання запитань, зазначення неповного переліку варіантів відповідей або спроби прямої підробки тощо).

Найпростішим і найефективнішим методом контролю в ході проведення вуличних опитувань є «польовий» контроль, реалізований як співробітниками соціологічних служб, так і самими замовниками. Контролер може під'їхати до місця проведення опитування і протягом деякого часу спостерігати за його ходом. Окрім того, нерідко може здійснюватися подвійна перевірка, за якої кожного інтерв'юера паралельно перевіряють два контролери: першого інтерв'юер знає в обличчя,

другий працює «інкогніто». На польовому етапі до інтерв'юера може звернутись перший контролер й поцікавитись ходом роботи, натомість другий контролер має можливість через визначений проміжок часу після проведення першої перевірки з'ясувати чи не покинув інтерв'юер свого робочого місця, чи дійсно він продовжує працювати в зазначеному режимі, знаходить респондентів, проводить опитування тощо. Щоб уникнути негативних фактів роботи членів бригади інтерв'юерів під час вуличного опитування, запроваджена щоденний звіт щодо опрацьованих інструментаріїв. Намагаючись схитрувати, безвідповідальні інтерв'юери можуть здійснювати дописування анкет поза межами робочого місця, наприклад, удома. Але якщо вони позбавлені можливості вирушати додому перед здаванням анкет, то їм складніше буде здійснити свої наміри.

У деяких випадках з певною метою застосовуються інші способи контролю:

- візуальна перевірка якості пробних інтерв'ю, анкет, які інтерв'юер виконує на початку польового етапу;
- аналіз зробленого інтерв'юером аудіозапису окремих інтерв'ю;
- прослуховування фахівцем перебігу інтерв'ю в польових умовах тощо.

Після перевірки якості роботи складається протокол помилок інтерв'юера, що доводиться до його відома. Контроль допомагає оцінити якість інформації, усунути випадкові помилки окремих інтерв'юерів у таких дослідженнях, виявити фальсифікації. У разі грубих порушень технології інтерв'юер виключається з опитувальної мережі без права в майбутньому співпрацювати з соціологічними службами.

## **ДІЛОВЕ ОЦІНЮВАННЯ ПРАЦІВНИКІВ СОЦІОЛОГІЧНОЇ СЛУЖБИ**

*Ділове оцінювання персоналу* – це сукупність заходів, спрямованих на визначення кількісно-якісних характеристик працівників (рівня їх професійних знань, умінь і навичок, здібностей, мотивів трудової діяльності й особистісних характеристик), а також оцінка відповідності зазначених характеристик вимогам робочого місця або посади, яку вони обіймають.

За результатами ділового оцінювання персоналу ухвалюється рішення щодо вирішення таких управлінських проблем, як:

- добір персоналу за оцінками особистих якостей та кваліфікації претендентів;

- необхідність здійснення переатестації працівників, аналізу раціональної розстановки кадрів, оцінювання обсягів й успішності виконання посадових обов'язків, співставлення результатів професійної діяльності працівника по закінченні випробувального терміну, після здійснення підвищення кваліфікації чи перекваліфікації;

- покращення умов діяльності працівників (оцінка ступеня завантаження персоналу, робота за наявною кваліфікацією, підвищення ефективності управління);

- здійснення оплати праці працівників згідно з їх внеском у кінцевий результат діяльності, оптимізація механізмів впливу на працездатність за рахунок посилення матеріальних і моральних стимулів;

- кар'єрне просування співробітників, формування кадрового резерву, організація заходів підвищення кваліфікації, перекваліфікації;

- оптимізація стилю й методів управлінської діяльності, підвищення відповідальності членів трудового колективу за кінцеві результати діяльності, організація каналів двостороннього зв'язку між керівниками структурних підрозділів різного рівня і їх підлеглими.

Підвищення кваліфікації соціологи можуть здійснювати, залучаючись до роботи вищої школи соціології при Інституті соціології НАН України, що функціонує з 2000 р. Основна мета діяльності школи – реалізація навчальних програм післядипломної освіти за такими напрямками як технології прикладних соціологічних та маркетингових досліджень, політичний маркетинг та електоральні технології, основи прикладної та теоретичної соціології. Слухачам пропонуються унікальні навчальні програми – мастер-класи, що дозволяють узагальнити багатий практичний досвід й винайти рішення конкретних практичних завдань. Після відвідування семінарів та майстер-класів, можна отримати персональні консультації викладачів, навчальні посібники, інформаційно-методичні матеріали, можливість користуватися бібліотекою, базою даних інституту, інтернет, роботу в комп'ютерному класі з програмним забезпеченням, сертифікат Вищої школи соціології. За наявності 3-х сертифікатів – видається свідоцтво про підвищення кваліфікації.

Поточне періодичне оцінювання працівників організації складається з таких етапів: оцінка успішності діяльності за аналізом кінцевих результатів та аналіз чинників, що детермінують їх досягнення; вивчення динаміки результативності роботи за чітко визначений термін, а також зміни домінуючих детермінант, що впливають на досягнення кінцевих результатів.

Оцінювання працівників здійснюється за блоками критеріїв. Перший блок (оцінка професійної компетентності) містить такі критерії, як рівень спеціальної освіти; досвід роботи на цій посаді; досвід

роботи за спеціальністю; розвиток загальних і спеціальних знань у системі підвищення кваліфікації; стаж роботи в цій організації, який відображає знання працівником конкретних особливостей та умов діяльності. Другий блок (оцінка ділових якостей) передбачає такі критерії: професійна компетентність; здатність чітко організувати і планувати свою роботу; усвідомлення відповідальності за виконувану роботу; самостійність при виконанні завдання; здатність вирішувати нові питання; працездатність; здатність налагоджувати контакти з людьми. Третій блок (оцінка трудового внеску) складається з критеріїв: кількість й якість виконаних планових, позапланових робіт; дотримання термінів виконання завдань; наявність у роботі елементів новизни і творчості; різноманітність виконуваних робіт або багатопрофільність спеціаліста; масштаби і складність функцій, делегованих працівникові керівництвом; ступінь відповідальності, що залежить від характеру службових обов'язків.

### АТЕСТАЦІЯ СОЦІОЛОГІВ

Щоб працівник міг реалізувати свої можливості, йому повинні бути створені відповідні умови: умови праці, застосовувана система оплати і стимулювання творчої діяльності, можливості для реалізації очікувань працівника від роботи на цій посаді і в цій організації тощо. Звідси логічно випливає необхідність включення в оцінювання працівника і ступеня використання його потенційних можливостей.

Аналіз повинен дати відповідь, чиє більше провини в тому, що працівник, який володіє певними якостями для виконання цього виду діяльності, має середні результати: він сам (відсутність інтересу до роботи, зниження вимогливості до себе і т. д.) чи організація (відсутність належних умов для високоєфективної роботи).

Подібне оцінювання можна здійснювати за результатами атестації працівників або проведення вибіркового досліджень. Визначальним чинником у цьому оцінюванні є професійні, ділові якості робітника, власне процес його професійної діяльності. Укладені за результатами оцінювання плани підвищення кваліфікації, після реалізовані, можуть бути оцінені на предмет виправдання витрат, пов'язаних із проведенням самого оцінювання.

Атестація являє собою завершений, документально оформлений результат оцінювання працівника. Порядок її проведення визначається рядом офіційних документів й відповідним методичним забезпеченням. Але керівники структурних підрозділів підприємства, організації мають

право розробляти власні положення щодо проведення атестації, виходячи із мети, провідних завдань діяльності установи, структурного підрозділу, де вона проводиться, конкретних цілей, при цьому суворо дотримуючись формальних вимог до процедури її проведення. Відповідальність за успішність проведення атестації покладається на органи управління різного рівня, натомість безпосереднім виконавцем атестаційної процедури є відділ кадрів чи служба роботи з персоналом.

Серед провідних функцій атестації варто виділити контрольну, стимулюючу, оптимізацію набору й розстановки кадрів. Сутнісний зміст першої функції полягає в необхідності проведення періодичних перевірок професійних й особистих якостей робітників, здійсненні оцінювання їх відповідності посаді, яку обіймають. Стимулююча функція передбачає формування усвідомленої позиції працівника щодо необхідності постійного розвитку своїх ділових й особистих якостей, покращення кінцевих результатів діяльності як умови успішного проходження атестації.

Причинами невдалого проведення атестації можуть бути: недостатня поінформованість працівників про показники задовільного виконання обов'язків; недосконалість форми або процедури оцінювання; суб'єктивність висновків (наприклад, поблагливий оцінювач може поставити рейтинг «відмінно» усім працівникам, хоча насправді це не відповідає дійсності); погано налагоджена комунікація.

Проведення атестації має бути визначено перспективними планами роботи організації, проводиться в чітко визначений для цього час. Вирізняють атестацію регулярну, основну, розгорнуту (раз на 3–5 років); регулярну проміжну, спрощену, орієнтовану на оцінювання підсумків поточної діяльності (для керівників і спеціалістів 1 раз на рік, а для інших категорій працівників – 1–2 рази на рік), нерегулярну, викликану надзвичайними обставинами та атестацію при запровадженні нових умов оплати праці співробітників організації, установи, підприємства.

Процес атестування працівників передбачає такі етапи як підготовка, власне проведення, аналіз результатів. На першому етапі ухвалюється рішення щодо проведення атестаційних заходів, визначаються час і місце проведення, укладаються списки робітників, що підлягають атестації, визначається кількісно-якісний склад атестаційних комісій, видається наказ про проведення атестації, затверджується склад і графік роботи атестаційних комісій. Згідно з чинним законодавством й нормативними документами, затверджених конкретною установою, організацією можуть не атестуватися представники адміністративно-керівного апарату; фахівці, досвід роботи яких на цій посаді не перевищує 1 року; вагітні жінки та жінки, що мають дітей до 1-го року й ін.



Частіше за все в ролі суб'єкта оцінювання виступає атестаційна комісія, яку очолює голова, до її складу входять члени комісії (представники адміністрації, провідні фахівці різних структурних підрозділів, представники профспілкового комітету, експерти) й секретар. Склад атестаційної комісії не повинен перевищувати 5–6 осіб. Графік проведення атестації доводиться до відома тих робітників, які атестуються, не пізніше ніж за 1 місяць до початку проведення атестаційних заходів. Дані (атестаційний лист, відгук-характеристика) про працівників, що підлягають атестації, повинні бути представлені членам атестаційної комісії не менш як за 2 тижні до дня проведення атестації.

Атестаційний лист готується працівниками кадрової служби або керівником структурного підрозділу, у якому працює атестований. У ньому повинні міститися дані про співробітника – рівень його освіти, стаж роботи за спеціальністю, стаж роботи на цій посаді й т. ін. Відгук-характеристика укладається безпосереднім керівником працівника, містить узагальнену оцінку його діяльності, результати анкетного опитування про характер поведінки в колективі, успішність професійної діяльності тощо.

Проведення експертного оцінювання характеру поведінки працівників, що атестуються, покладається на фахівців відділу кадрів та безпосередніх керівників. Відповідальність за достовірність зібраної інформації, адекватність оцінки діяльності працівника несе керівник соціологічної служби. Відгук-характеристика обговорюється членами трудового колективу на загальних зборах. Працівник повинен ознайомитись зі змістом цього документа не пізніше ніж за тиждень до проведення атестації.

Члени комісії, які проводять атестацію, повинні розглянути представлені їй документи, заслухати повідомлення про діяльність працівника, його успіхи й недоліки в роботі, результати поточного оцінювання. На основі їх аналізу, з урахуванням колективного рішення, ухваленого під час проведення обговорення за відсутності працівника, що атестується, в ході відкритого голосування члени комісії повинні дати одну з таких підсумкових оцінок: працівник відповідає обійманій посаді; працівник відповідає обійманій посаді за умови поліпшення роботи і виконання рекомендацій атестаційної комісії з повторною атестацією через 1 рік; працівник не відповідає посаді, яку обіймає.

Ефективність проведення атестаційних заходів залежить від реалізації пов'язаних із нею правових наслідків – матеріальне і моральне стимулювання, кар'єрне зростання, перекваліфікація, усунення від обійманої посади, переведення на іншу посаду, звільнення і т. д. За підсумками проведення атестації комісія адміністрація організації,

установи з ініціативи атестаційної комісії укладає наказ, у якому затверджує результати проведеної атестації працівників, формулює рішення про зміни в розстановці кадрів, призначення посадових окладів, зарахування перспективних співробітників до кадрового резерву, форму і розмір стимулювання професійної діяльності позитивно атестованих працівників і т. д.

### **КОНТРОЛЬНІ ЗАПИТАННЯ ТА ЗАВДАННЯ ДЛЯ САМОПЕРЕВІРКИ**

1. Визначте основні критерії оцінювання працівника при прийомі на роботу.
2. Окресліть специфіку роботи інтерв'юера.
3. Якими особистісними якостями, професійними знаннями й уміннями повинен володіти інтерв'юер?
4. У чому полягають функціональні обов'язки супервайзера?
5. Схарактеризуйте відомі види рекрутингу.
6. Чим суттєво вирізняються візуальний, вербальний та логічний види контролю?
7. Чим визначається специфіка ділового оцінювання персоналу?

**Література:** 4, 7, 15, 18, 50, 55, 59, 69, 75, 78, 82, 83, 84, 85, 108.

## **РОЗДІЛ 7**

---

### **Особливості управління дослідницьким соціологічним проектом**

#### **ОРГАНІЗАЦІЯ СОЦІОЛОГІЧНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ**

На сучасному етапі розвитку людства інформація набуває статусу «безмежності» – незалежності від місця перебування фізичного носія інформації, перешкодою у здобутті якої для громадянина може стати тільки рівень його освіти і матеріального добробуту. З цього можна зробити висновок, що демократичність суспільства в майбутньому буде нерозривно пов'язана з рівнем добробуту населення і його освіченістю.

Інформація як цінність стає універсальним засобом адаптації особистості до швидко змінного навколишнього середовища. Задля отримання того чи іншого виду спеціалізованої інформації, пов'язаної з проблемами суспільства, соціальних груп, соціальних комунікацій, проводиться безліч масштабних і поодиноких емпіричних досліджень.

Загальновідомо, що *соціологічне дослідження* є різновидом систематичної пізнавальної діяльності, спрямованої на вивчення поведінки людей, груп, відносин, процесів соціальної взаємодії у різних сферах життєдіяльності суспільства та отримання нової інформації, виявлення закономірностей суспільного життя на основі соціологічних теорій, методів і процедур.

*Соціологічний дослідницький проект* являє собою систему науково-дослідницьких процедур, методів, методик поетапного вивчення соціальних явищ на основі використання фактологічних даних. Натомість соціологічне дослідження треба розглядати як інструмент соціологічного вивчення соціальних явищ у їх конкретному стані за допомогою методів, що дозволяють здійснювати як кількісні, так і якісні виміри, узагальнення, аналіз соціологічної інформації.

*Конкретно-соціологічне дослідження* – процес, у якому в єдності представлено теоретико-методологічні та емпіричні рівні пізнання, що забезпечують цілісність цього процесу і конкретизацію уявлень про соціальні явища, процеси. Воно являє собою особливий вид соціального

дослідження, коли соціальний об'єкт вивчається комплексно, у всій сукупності зв'язків та залежностей за допомогою логічно послідовних методологічних, методичних й організаційно-технічних процедур задля формування на основі зібраної інформації нових знань та розробки заходів щодо управління об'єктом, який досліджується. Провідними завданнями соціологічного дослідження є: опис певної соціальної реальності; пояснення особливостей функціонування окремих соціальних спільнот чи процесів; прогнозування можливих варіантів розвитку соціальних процесів; практичне перетворення соціальної реальності (запровадження соціальних технологій, проєктів, планів та ін.).

Основні функції соціологічного дослідження:

- пізнавальна – формує нові знання про функціонування і розвиток суспільства та його окремих сфер, про сутність соціальних явищ і процесів, роль людини в них, дає змогу побудувати цілісну картину реального життя соціуму, спрогнозувати його розвиток;

- методологічна – забезпечує реалізацію міждисциплінарного зв'язку соціології з іншими науками про людину і суспільство, що зумовлює появу нових підходів до вивчення соціальної дійсності, важливих відкриттів на межі різних наукових напрямів;

- практична – полягає у виробленні практичних заходів із удосконалення соціальної реальності, ефективного соціального контролю за соціальними процесами;

- інформаційна – сприяє отриманню соціальної інформації щодо стану і тенденцій розвитку явищ і процесів суспільного життя, функціонування соціальних спільнот, груп, окремих індивідів, їх потреб, мотивів, поведінки, громадської думки, що формує інформаційну базу пізнання соціальної реальності;

- управлінська – забезпечує соціальне управління на всіх рівнях функціонування соціуму, зворотний зв'язок між суб'єктами (владними, адміністративними структурами, керівниками підприємств, організацій) та об'єктами управління (населенням, окремими соціальними групами, працівниками), вироблення науково обґрунтованих управлінських рішень.

У ході реалізації дослідницького соціологічного проєкту фахівці отримують соціологічну інформацію – будь-які емпіричні дані, які містять інформацію про соціальну реальність (соціальні явища, процеси, спільноти, інститути, системи, групи та інші соціальні феномени). Згідно зі статтею 25 закону України «Про інформацію» від 2 жовтня 1992 р. під поняттям «соціологічна інформація» треба розуміти документовані або публічно оголошені відомості про ставлення окремих громадян і соціальних груп до суспільних подій та явищ, процесів,

фактів. Основними джерелами соціологічної інформації є документовані або публічно оголошені відомості, в яких відображено результати соціологічних опитувань, спостережень та інших соціологічних досліджень.

Варто розрізняти первинну й вторинну соціологічну інформацію.

Первинна соціологічна інформація – це всі ті відомості про об'єкти соціологічного дослідження, які можуть бути отримані за допомогою анкетного опитування, інтерв'ю, спостереження, соціологічного експерименту та інших типових методів, а також з особистих документів досліджуваних осіб і первинної документації установ, підприємств. Характерна особливість цього виду інформації полягає в тому, що вона отримана у формі, яка не є пристосованою для безпосереднього її використання.

Вторинна соціологічна інформація являє собою дані, оброблені і представлені у вигляді таблиць, графіків, рівнянь, коефіцієнтів та ін. Іншими словами, це стисла, узагальнена, зручна для використання інформація, на основі якої роблять узагальнення, висновки, що мають значення для науки і практики.

У рамках соціологічного знання виділяють також інформацію більш високого рівня: теоретичні концепції, висновки та положення, що виступають у вигляді повідомлень, відомостей й активно використовуються людьми в їх практичній діяльності. Змістом соціологічної інформації виступає взаємодія людей як членів тих чи інших спільнот, що визначає їх роль і становище в суспільстві, способи і види їх життєдіяльності в конкретних умовах соціальної дійсності.

*Організація соціологічного дослідження* – це всебічне забезпечення його підготовки й проведення відповідно до вимог, що їх висувають до наук, дослідження. Оскільки соціологічне дослідження є складним комплексом науково-теоретичних і практичних заходів, під час його реалізації потрібно передбачати розв'язання питань, пов'язаних із розробкою робочого плану дослідження, встановленням контактів із замовниками, фінансуванням, підготовкою виконавців (анкетерів, інтерв'юєрів, модераторів, кодувальників, бригадирів, контролерів), організацією проведення роз'яснювальної роботи на об'єкті.

Серед етапів підготовки і проведення соціологічного дослідження треба виділити такі, як:

1) підготовчий:

– розробка програми і робочого плану дослідження (визначення мети і основних завдань дослідження, предмету та об'єкта, аналіз основних понять, формулювання робочих гіпотез, обґрунтування та обчислення вибірки, визначення методів дослі-

дження, розподіл завдань для виконавців, визначення термінів виконання);

– підготовка до збору інформації – розробка інструментарію, проведення розвідувального дослідження;

2) польовий:

– збір інформації;

– обробка інформації – перевірка, групування, зведення, обчислення відносних величин, побудова статистичних рядів, складання таблиць одно-, двовимірного розподілу даних тощо;

3) етап інтерпретації та узагальнення зібраних даних – уточнення змісту понять, визначення категорій показників, систематизація даних, формулювання висновків, оформлення звіту дослідження, розробка пропозицій та прогностичних оцінок.

На думку С. Григор'єва та Ю. Растова, соціологічні дослідження можуть проводитися:

а) за ініціативою і на засоби самого дослідника;

б) згідно з планом роботи соціологічних служб підприємств, управлінських структур, банків, політичних партій та інших організацій, що мають у своєму штаті соціологів;

в) згідно з планом діяльності соціологічних лабораторій, кафедр, факультетів університетів, що фінансується з державного бюджету;

г) на замовлення керівників організацій, що не мають своїх соціологічних служб, або приватних осіб.

Соціологічне дослідження може здійснюватися як на підставі держбюджетного фінансування, так і за угодою з підприємствами, організаціями, фірмами. Залежно від способу фінансування між замовником та виконавцем укладається або наряд-замовлення на дослідження, або угода. У цьому документі визначаються терміни проведення дослідження, розмір і джерела фінансування та форма підсумкового документа.

На стадії підготовки дослідження принципово важливо узгодити із замовником його мету й завдання, зафіксувати їх документально. Це допоможе уникнути непорозумінь під час затвердження підсумкового звіту.

### **ЕСКІЗ ПРОЕКТУ, ПРОЕКТ, ПРОГРАМА, РОБОЧИЙ ТА СТРАТЕГІЧНИЙ ПЛАНИ СОЦІОЛОГІЧНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ**

Загальна процедура дослідження містить такі види робіт: розробка програми і робочого плану дослідження; добір, підготовка та інструктаж виконавців; розробка та розмноження інструментарію; збирання

первинної соціологічної інформації; опрацювання матеріалів дослідження (статистичне й математичне); аналіз результатів дослідження і розробка рекомендацій. Разом із тим усі ці види робіт відносно самостійні й передбачають різні способи, засоби розв'язання дослідних завдань.

Підготовка проекту є найважливішим етапом роботи в ході проведення соціологічного дослідження, адже він дозволяє структурувати й попередньо оцінити основні елементи та етапи роботи, містить їх основний перелік, відповідає завданням дослідницької діяльності, відображає стратегічні й тактичні засади емпіричного соціологічного дослідження.

Визначна частина прикладних досліджень у соціології характеризуються фактором «несподіваності» та «фактором замовника». Сутність фактору «несподіваності» полягає в тому, що потенційними замовниками емпіричного соціологічного дослідження можуть виступати як представники державних органів влади різного рівня, так і адміністрація підприємств, відомств, організацій, установ, керівники політичних партій, громадських об'єднань, комерційних структур, приватні особи і т. д., як наслідок проблематика запитів клієнтів соціологічних дослідницьких центрів, лабораторій, служб вкрай різноманітна й передбачити з ким і над чим доведеться працювати доволі складно. Поява впливу «фактору замовника» зумовлюється специфікою відносин замовник-виконавець. Так, клієнти, звертаючись до дослідницьких установ із проханням вивчити проблему, що їх цікавить, не завжди в повній мірі усвідомлюють можливість реалізації подібного роду завдань, окрім того, вони мають сумнівні уявлення про те, як саме треба досліджувати окреслені проблеми. Більшість із таких замовників прагнуть отримати бажаний кінцевий результат, не правильно співвідносячи наявну соціальну дійсність і можливість її змінити. У цьому сенсі суть налагодження контакту між клієнтом й виконавцем полягає в роз'ясненні сутності методологічних підходів, методичних прийомів, особливостей формування вибіркової сукупності, уточнення побажань замовника, чіткому формулюванні мети та завдань емпіричного дослідження задля вивчення соціальних явищ, процесів належним чином.

Першим етапом у розробці проекту дослідження є робота над ескізом – переліком питань, які необхідно уточнити до початку роботи. Це, зокрема, оцінка інформаційних потреб й реального об'єму матеріальних витрат, узгодження із замовником кінцевої мети дослідження. Робота над ескізом дозволяє, по-перше, сформувати конкретне уявлення про те, якого роду інформація буде отримана в результаті проведення дослідження; по-друге, оцінити організаційні, матеріальні можливості задля ґрунтовної підготовки до якісного проведення дослідницької діяльності.

*Ескіз проекту соціологічного дослідження* – це документ, що складається з переліку пунктів (запитань), які необхідно конкретизувати на початковому етапі організації процесу дослідження. Саме ескіз має бути покладено в основу проекту соціологічного дослідження, адже в ньому викладається обґрунтоване рішення доцільності проведення емпіричного дослідження. З іншого боку, укладання ескізу уможливило уточнення предмету дослідження, визначення реальної вартості витрат і ресурсів, узгодження форми звітності про результати проведеного дослідження.

В ескізі дослідження мають бути присутні такі основні елементи як: визначення інформаційних потреб, запитів; програмний документ дослідження; дані щодо обсягу генеральної сукупності, описання методів формування вибірки, обчислення обсягу вибіркової сукупності; обґрунтування використання того чи іншого методу збору первинної соціологічної інформації, обґрунтування використання інструментарію; визначення методів обробки й аналізу даних; формат оформлення результатів дослідження, перелік звітних документів; графік проведення основних етапів дослідження, розподіл функціональних обов'язків, призначення виконавців; кошторис дослідження.

*Програма соціологічного дослідження* є документом, що містить методологічну та методичну частини. У методологічній частині здійснюється постановка й уточнення проблеми дослідження; визначаються мета, завдання, об'єкт та предмет дослідження; здійснюється уточнення (інтерпретація та операціоналізація) основних понять дослідження; висувуються робочі гіпотези. У методичній частині має міститися характеристика вибірки дослідження, обґрунтування вибору методів збору та обробки соціологічної інформації, опис процесу проведення дослідження.

Оскільки соціологічне дослідження охоплює значну кількість операцій, конкретних процедур, специфічних технологій, важливо, щоб усі вони були чітко визначені, детально описані, логічно взаємопов'язані. Цьому сприяє робочий план, який розробляють поряд із програмою, ескізом та організаційно-методичним планом соціологічного дослідження.

*Робочий план дослідження* складають на підставі програми, але на відміну від неї план має оперативний характер. Він визначає послідовність проведення дослідження, його окремих процедур. Поняття «процедура» стосується як дослідження в цілому, так і окремих його стадій та означає певну послідовність усіх операцій, комплекс організаційних і пізнавальних дій дослідження.

Основне завдання складання плану передбачає впорядкування відповідно до програми основних етапів, термінів дослідження, використання матеріальних і людських ресурсів.



Робочий план дослідження передбачає: підготовчий етап, організаційно-методичний етап, етап обробки отриманої інформації, аналітичний етап.

Відповідно до зазначених етапів роботи робочий план передбачає такі види робіт:

- обговорення і затвердження програми та інструментарію дослідження;
- розробка проекту вибірки і схеми її коригування;
- складання інструкцій для групи, яка збиратиме первинну інформацію;
- тиражування методичного матеріалу та інструментарію для проведення пілотного (пробного) дослідження;
- проведення пілотного дослідження, спрямованого на опанування методики збору первинних даних, випробування розробленого інструментарію;
- аналіз результатів пілотного дослідження, внесення за його результатами коректив у програму, методичні документи та інструментарій;
- тиражування методичного матеріалу та інструментарію для проведення масового збирання соціологічної інформації;
- формування групи збирання первинної інформації та проведення відповідного інструктажу;
- остаточне вирішення організаційних питань щодо проведення масового дослідження;
- проведення польового дослідження для отримання первинних даних;
- складання інструкції щодо підготовки первинної інформації до обробки (перевірка зібраного матеріалу, редагування, кодування тощо);
- розробка аналітичних завдань для етапу комп'ютерної обробки даних;
- введення первинної інформації до комп'ютера та її обробку;
- побудова таблиць, проведення математичних обчислень, перевірка гіпотез, проведення статистичних розрахунків із застосуванням різних видів аналізу – регресійного, факторного, кластерного тощо;
- аналіз результатів дослідження і підготовка попереднього звіту;
- обговорення попереднього звіту, його висновків та рекомендацій;
- доопрацювання і затвердження остаточного звіту про результати дослідження, впровадження вироблених рекомендацій.

Для забезпечення своєчасного виконання зазначених видів робіт у робочому плані треба визначити строки й осіб, відповідальних за проведення того чи іншого етапу дослідження.

У кожному з досліджень створюється своя особиста стратегія наукового пошуку, яка визначає послідовність дій соціолога. Ця послідовність

є стратегічним планом дослідження, який будується залежно від типу гіпотези й мети дослідження. Існує три варіанти стратегічного плану дослідження: розвідувальний, аналітичний, експериментальний.

*Розвідувальний план* соціологічного дослідження застосовується в тих випадках, коли немає ясного уявлення про проблему чи об'єкт дослідження. Мета плану – формулювання проблеми. У тій сфері дослідження, де ще мало відповідної наукової літератури чи її взагалі немає, дослідження починається із проведення загальної розвідки. Розвідка дозволяє більш ясно і чітко сформулювати проблему, визначити основний набір дослідницьких засобів – методик і технік дослідження, порядок їх застосування, визначити першочерговість завдань, які треба розв'язати, з точки зору їх важливості. Нерідко з'ясовується, що висунуті завдання занадто широкі, а знань і технічних засобів для їх розв'язання недостатньо. Усі ці питання уточнюються в процесі складання та реалізації розвідувального плану, який передбачає три основних етапи роботи – вивчення документів, проведення інтерв'ю і здійснення спостережень.

Перш за все, рекомендується опрацювати літературу за темою дослідження, як вітчизняну, так і зарубіжну. При цьому треба скласти бібліографію. Мета інтерв'ю з експертами, вченими, практиками – отримати додаткові знання про соціальний об'єкт, що вивчається, спробувати сформулювати декілька первинних гіпотез. Спостереження – заключний етап розвідки. До цього моменту соціолог володіє певними даними.

Робота над розвідувальним планом закінчується ясним і чітким формулюванням проблеми. Розвідувальний план треба відрізнити від такої дослідницької процедури, як пробне дослідження. Мета першого полягає у формулюванні проблеми й висуненні гіпотез, тоді як друге – здійснюється тільки для перевірки методик і техніки дослідження.

*Аналітичний план* соціологічного дослідження застосовується в тих випадках, коли знання проблеми дозволяє чітко визначити об'єкт і сформулювати описову гіпотезу про структурно-функціональні зв'язки, класифікаційні характеристики соціального об'єкта, що вивчається. Тут необхідно дотримуватись регламенту емпіричної інтерпретації понять й чітко фіксувати отримані дані.

При аналітичному плані дослідження буде недостатньо вивчення літератури, неформалізованих спостережень та інтерв'ю. У цьому випадку застосовується інший набір дослідницьких засобів: вибіркоче чи монографічне обстеження, анкетування, групування, кореляційний аналіз отриманих даних тощо.

Нерідко до досліджень за аналітичним планом висловлюються претензії у зв'язку з тим, що вони не розкривають причинних зв'язків

чи дають тривіальні результати. Однак те, що відомо на рівні здорового глузду, ще не є науково доведеним. Факти можна тлумачити по-різному і навіть «довести істинність» недостовірних гіпотез. Дослідження за аналітичним планом допомагає упорядкуванню часто відомих фактів, встановленню співвідношення між ними – іноді в кількісній формі.

*Експериментальний план* дослідження застосовується в тих випадках, коли знання про об'єкт дозволяють сформулювати пояснюючу гіпотезу. Мета такого плану – встановлення наявності причинно-наслідкових зв'язків досліджуваного об'єкта, розкриття його структури тощо.

Фактично аналітичний план завжди містить у собі елементи експериментального: явно чи неявно соціолог намагається розробити класифікаційні та структурно-функціональні гіпотези, спираючись хоча б на неясні уявлення про деякі причинні зв'язки соціальних об'єктів, що вивчаються. Після того, як завершена робота над аналітичним планом, виникають більш чіткі та ясні пояснюючі гіпотези. І тут відкривається можливість провести експеримент, тобто не тільки зафіксувати присутність зв'язків, але і визначити їхню спрямованість.

У реальній практиці соціологічних досліджень рідко буває так, щоб один із типів стратегічного плану здійснювався в чистому вигляді. Іноді в одному дослідженні застосовуються всі три плани, починаючи з розвідувального, потім аналітичного, а після цього – дослідження причинних зв'язків за допомогою експериментального плану.

Важливими моментами організації соціологічного дослідження є добір, підготовка виконавців і контроль за їх працею. Добір виконавців польового етапу дослідження (анкетерів, інтерв'юєрів, модераторів, супервайзерів, контролерів) здійснюється з урахуванням їхньої ерудиції, комунікабельності, психологічної готовності до цієї роботи. Але залежно від досліджуваної проблеми певного значення можуть набувати й такі характеристики як стать, вік, рівень освіти, соціальний статус виконавця.

Кількість виконавців у конкретному дослідженні залежить від обсягу вибірки, часу заповнення анкети або бланка інтерв'ю, техніки опитування та часу, впродовж якого потрібно зібрати первинну інформацію, термінів проведення дослідження, обсягів фінансування і т. ін.

### **ДОКУМЕНТАЦІЯ ЯК ОРГАНІЗАЦІЙНИЙ ЧИННИК ДІЯЛЬНОСТІ СОЦІОЛОГІЧНИХ СЛУЖБ**

Результати соціологічного дослідження подаються у вигляді підсумкового документа: інформації, інформаційної записки, аналітичної записки чи звіту про науково-дослідну роботу.

*Інформація* про дослідження є документом, у якому містяться результати без їх інтерпретації: стисле викладення проблемної ситуації; перелік цілей та завдань науково-дослідної роботи; описання основних характеристик вибіркової сукупності; розподіл відповідей на запитання анкет чи інтерв'ю та результати аналізу документів у вигляді таблиць (у відсотках).

Ця форма звітності використовується під час проведення поодиноких, немасштабних досліджень, результати яких призначені безпосередньо для ухвалення управлінських рішень.

*Інформаційна записка* про дослідження також невелика за обсягом, вона включає ті ж підрозділи, що й інформація. Але в підрозділі, де викладаються результати дослідження, підсумкові дані коментуються, тобто описуються. Наприкінці наводяться висновки із зазначенням виявлених тенденцій. Інформаційна записка як форма звіту використовується на завершальній стадії поодиноких, немасштабних, оперативних досліджень, що проводяться в досить стислі строки переважно для ухвалення оперативних управлінських рішень.

*Аналітична записка* про дослідження може завершувати значні етапи досліджень чи бути основним підсумковим документом невеликих науково-дослідних робіт. Вона значна за обсягом та має таку структуру: вступ, основна і заключна частини.

У вступі обґрунтовується необхідність проведення соціологічного дослідження, підстави використання тих чи інших методів збирання, обробки та аналізу інформації; описуються мета, завдання дослідження, його об'єкт та предмет, доводиться репрезентативність вибірки, дається характеристика проблемної ситуації. Основна частина включає аналіз одержаної інформації. Тут здійснюються групування, зіставлення результатів, наводяться таблиці, графіки тощо. Весь цифровий матеріал аналізується, виявляються закономірності функціонування досліджуваних соціальних об'єктів, процесів, явищ. У заключній частині наводяться основні висновки та шляхи розв'язання виявлених проблем.

Головним підсумковим документом соціологічного дослідження є *звіт про результати соціологічного дослідження* – документ, який містить підсумок аналізу та інтерпретації соціологічних даних, висновки, пропозиції й практичні рекомендації. Вимоги, що висувають до структури та змісту звіту, зафіксовані в ДСТУ 3008–95 («Документація. Звіти у сфері науки та техніки»), який відповідає міжнародним стандартам ISO 5966: 1982 («Documentation/Presentation of scientific and technical reports»). Відповідно до цього стандарту звіт про результати соціологічного дослідження включає вступну й головну частини, додатки та прикінцеві матеріали.

Вступна частина містить такі структурні елементи як обкладинка, титульний аркуш, список авторів, реферат, зміст, перелік умовних позначень, символів, одиниць, скорочень, термінів та вступ. Головна частина містить вступ, суть звіту, висновки, рекомендації та перелік посилань. До додатків включають додаткові матеріали, які недоцільно вмішувати до головної частини.

Такі структурні елементи, як титульний аркуш, реферат, вступ, суть звіту, висновки є обов'язковими.

Титульний аркуш є першою сторінкою звіту й слугує основним джерелом бібліографічної інформації, необхідної для обробки та пошуку документа.

У списку авторів наводять імена (або перші літери імен) і прізвища авторів, їхні посади, наукові ступені та звання із зазначенням частини звіту, підготовленої конкретним автором. Якщо автор один, відомості про нього зазначають на титульному аркуші.

Реферат призначено для ознайомлення зі звітом. У ньому містяться відомості про обсяг звіту, кількість частин, ілюстрацій, додатків та посилань. Обсяг реферату не повинен перевищувати 500 слів. Ключові слова, істотні для розкриття суті звіту, вміщують після тексту реферату (від 5 до 15 слів або словосполучень, надрукованих великими літерами у називному відмінку в рядок через кому).

У вступі обґрунтовується актуальність здійсненого дослідження, ступінь наукової розробки проблеми, формулюються мета й завдання дослідження, його етапи, царина застосування та зв'язок з іншими працями.

В основній частині («Суть звіту») описуються програма та результати дослідження. Вона має відповідати його логіці й може містити один чи кілька параграфів або розділів. Тут формулюються проблема, об'єкт і предмет дослідження, його гіпотези, обґрунтовуються методики та процедури, тип вибірки, наводиться характеристика інструментарію. Наступний етап – описання об'єкта дослідження в отриманих показниках. Відтак на підставі цих даних здійснюються оцінка висунутих гіпотез, розв'язання поставлених відповідно до мети дослідження завдань. Отримані дані порівнюються з результатами інших досліджень. Кожен розділ і параграф основної частини звіту завершується формулюванням несуперечливих, доповнюючих один одного висновків.

У висновках робиться оцінка отриманих результатів роботи або її окремих етапів, зазначаються передбачувані сфери використання та соціальна значущість праці.

Для розвантаження основної частини звіту певні матеріали дослідження доцільно виносити в додатки. Це стосується інструментарію

дослідження, програми обробки даних, первинної соціологічної інформації, наведеної у вигляді таблиць, графіків, діаграм, протоколів окремих процедур дослідження, інструктивних документів, протоколів обговорення результатів дослідження, рецензій, списку публікацій матеріалів дослідження, списку використаної літератури тощо.

*Доповідь* як одна з найпоширеніших форм публічних виступів – промова, в якій офіційна особа повідомляє уповноваженому зібранню про здійснену колективом роботу, аналізує і оцінює її результати. У такій промові мова йде також про перспективні завдання, що стоять перед дослідницьким колективом. Звітна доповідь не лише обговорюється, а й схвалюється зібранням; до окремих її частин можуть бути внесені корективи; за доповіддю обов'язково ухвалюється рішення – програма майбутніх дій.

Звітна доповідь за схемою побудови нагадує письмовий звіт. Цей публічний виступ особливо важливий і відповідальний, оскільки доповідач повинен правдиво, об'єктивно висвітлити факти й переконати слухачів у необхідності певних висновків і пропозицій. Для цього треба чітко сформулювати мету, характер й завдання доповіді; до кожного положення дібрати переконливі факти, цифри, приклади, цитати; вступну та заключну частини доповіді написати повністю й перечитати кілька разів; решту матеріалу викласти у вигляді розгорнутих пунктів.

*Лекція* є однією з форм пропаганди. Найважливішою її ознакою є науково-теоретична база, що зближує лекцію з іншими формами пропагандистських виступів. У лекції, як правило, йде мова про вже вирішені наукові проблеми, загальні за своїм характером. Лекції надзвичайно різняться за змістом й формою викладу. Усі види лекцій об'єднує те, що вони несуть слухачам певну сукупність знань і є процесом двосторонньої комунікації між лектором і слухачем.

Дуже важливою для успіху лекції є її вступна частина, в якій – переконливо, доступно, цікаво – треба пояснити, чому тема лекції є актуальною, чому в ній необхідно розібратися, чому вона потрібна саме цій аудиторії. Тільки так можна зацікавити слухачів, підготувати їх до спільної праці, згуртувати аудиторію. Знайшовши потрібні для вступу слова і зацікавивши аудиторію, дуже важливо утримати протягом усієї лекції викликаний інтерес і довіру.

В основній частині лекції найважливіше – чіткий виклад стрижневого питання, послідовне й логічне розкриття його, увиразнення причинно-наслідкових зв'язків. Не менш важлива ясність думки й послідовність викладу при переході від однієї смислової частини до іншої, чітке оформлення початку й кінцівки кожної самостійної за змістом частини. В окремих місцях досвідчений лектор може дозволити собі будувати

виклад так, наче він «займається пошуками істини», вирішенням певного питання тут, в аудиторії. Він залучає до цих пошуків слухачів, примушує їх також мислити, розмірковувати разом із ним.

Основна частина лекції може мати не більше семи вузлових питань або смислових частин. Коли їх більше, слухач губиться, увага його розпоршується, він стомлюється. Не треба забувати про те, що перенасиченість лекції фактами, цифрами, датами, невпорядкованим ілюстративним матеріалом ускладнює сприймання, не дає можливості слухачам стежити за основною думкою, за ходом її розгортання.

*Наукова стаття* – є одним із видів публікацій, у якій подаються проміжні або кінцеві результати, висвітлюються конкретні окремі питання за темою дослідження, фіксується науковий пріоритет автора, робить її матеріал надбанням фахівців.

Наукова стаття подається до редакції у завершеному вигляді відповідно до вимог, які публікуються в окремих номерах журналів або збірниках у вигляді пам'ятки автору. Оптимальний обсяг наукової статті (0,5–0,7 авторських аркушів).

Рукопис статті повинен мати повну назву роботи прізвище та ініціали автора, анотацію (на окремій сторінці), список використаної літератури.

Стаття має просту структуру:

- вступ (постановка наукової проблеми, актуальність, значення для розвитку певної галузі науки і практики – 1 абзац або 5–10 рядків);
- основні дослідження й публікації з проблеми за останній час, на які спирається автор, проблеми виділення невирішених питань, яким присвячено статтю (0,5–2 сторінки машинописного тексту);
- формулювання мети статті (постановка завдання) – висловлюється головна ідея цієї публікації, яка суттєво відрізняється від сучасних уявлень про проблему, доповнює або поглиблює вже відомі підходи; звертається увага на введення до наукового обігу нових фактів, висновків, рекомендацій, закономірностей або уточнення відомих раніше, але недостатньо вивчених. Мета статті впливає з постановки наукової проблеми та огляду основних публікацій із теми (1 абзац, або 5–10 рядків);
- виклад змісту власного дослідження – основна частина статті. В ній висвітлюються основні положення і результати наукового дослідження, особисті ідеї, думки, отримані наукові факти, програма експерименту, аналіз отриманих результатів, особистий внесок автора в реалізацію основних висновків тощо (5–6 сторінок);
- висновок, в якому формулюється основний умовивід автора, зміст висновків і рекомендацій, їх значення для теорії і практики, суспільна значущість та перспективи (1/3 сторінки).

Відповідно до постанови Президії ВАК України від 15.01.2003 р. № 705/1 наукові статті зараховуються як фахові при наявності таких необхідних елементів: постановка проблеми в загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями; аналіз останніх досліджень і публікацій, у яких започатковано розв'язання цієї проблеми і на які спирається автор, виділення невирішених раніше частин загальної проблеми, котрим присвячується означена стаття; формулювання цілей статті (постановка завдання); виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів; висновки з цього дослідження і перспективи подальших розвідок у цьому напрямі.

При написанні наукової статті варто дотримуватись певних правил:

– у правому верхньому куті розміщується прізвище та ініціали автора; за необхідністю вказуються відомості, що доповнюють дані про автора;

– назва статті стисло відбиває її головну ідею, думку (краще до п'яти слів);

– ініціали ставлять перед прізвищем;

– варто уникати стилю наукового звіту;

– недоцільно ставити риторичні запитання, більше користуватись розповідними реченнями;

– не переважувати текст цифрами при переліках тих чи інших думок, положень;

– прийнятним у тексті є використання словосполучень переліку: «спочатку», «зрозуміло що», «на початку», «спершу», «потім», «дійсно», «далі», «нарешті», «по-перше», «по-друге», «можливо», «за думкою», «за даними», «між іншим», «у зв'язку з тим», «на відміну», «поряд із цим» тощо.

– цитати в статті використовуються дуже рідко (можна в дужках зробити посилання на ученого, який уперше дослідив проблему);

– усі посилання на авторитетні джерела подаються на початку статті, основний обсяг присвячується викладу власних думок автора;

– стаття має завершуватись конкретними висновками і рекомендаціями, обов'язковим є подання в кінці статті додається список використаних джерел.

Рукопис статті підписується автором і подається (разом з електронним варіантом) до редакції у двох примірниках. В окремих випадках у науковій статті до фахових видань дається анотація (резюме) українською, російською і англійською мовами.

*Тези* – це коротко, точно, послідовно сформульовані ідеї, думки, положення наукової доповіді, повідомлення, статті або іншої наукової праці.



Тези доповіді – це опубліковані на початку наукової конференції (з'їзду, симпозіуму) матеріали попереднього характеру, що містять виклад основних аспектів наукової доповіді.

Обсяг тез може бути в межах 2–3 сторінки машинописного тексту через 1,5–2 інтервали.

Алгоритм тези можна подати так: теза – обґрунтування – доказ – аргумент – результат – перспектива.

Тези доповіді, будь-якої наукової публікації оформляють згідно з вимогами:

- у правому верхньому куті розміщують прізвище автора та його ініціали та доповнюють відомостями про нього;
- назва тез доповіді коротко відображає головну ідею, думку, положення (2–5 слів);
- послідовність викладу змісту може бути така: актуальність, проблеми; стан розробки проблеми в науці і практиці; основна ідея, положення, висновки дослідження; основні результати та їх практичне значення. У тезах, зазвичай, не використовують цитати, цифровий матеріал.

Формулювання кожної тези починається з нового рядка, кожна теза має самостійну думку, висловлену в одному або кількох реченнях.

Доповідні або аналітичні записки зацікавленим органам дають можливість на підставі одержаних даних ухвалювати управлінські рішення. Існує й така форма впровадження, як *конкретні рекомендації* (перелік основних заходів) щодо розповсюдження та використання результатів дослідження безпосередньо в діяльності установ (організацій, закладів, підприємств).

Інтенсивний розвиток соціологічної науки потребує розширення методичного та інформаційного забезпечення соціологічних досліджень, а насамперед створення інформаційного банку, який містить кілька підсистем. Ядро банку – підсистема архіву даних емпіричних соціологічних досліджень, основне призначення якого – забезпечувати повторний і порівняльний аналіз соціологічної інформації. В архіві мають бути масиви вихідних даних, тобто певної неопрацьованої соціологічної інформації.

Зберігання результатів дослідження в такому вигляді, а не у формі таблиць, графіків дає можливість отримати будь-яку потенційно закладену в це дослідження інформацію. У банку зібрано інформацію і про те, як ці дані були отримані, коли і де проводилося дослідження, якими методами збиралася інформація, як будувалася вибірка тощо. Ці відомості фіксуються в паспорті соціологічного дослідження, який обов'язково заповнюється для кожного дослідження і зберігається в архіві.

Однією з підсистем інформаційного банку є традиційні інформаційні матеріали – інформація вітчизняних і зарубіжних соціологічних центрів, бібліографічна інформація, відомості про вчених-соціологів тощо.

Перший у світі архів даних масових опитувань було створено у 1946 р. у США, до моменту створення якого було накопичено значний обсяг інформації, отриманої в результаті опитувань громадської думки та емпіричних соціологічних досліджень. Усвідомлення суспільної та наукової цінності зберігання й систематизації такого роду інформації надихнуло керівника служби опитувань громадської думки Е. Роупера на створення спеціалізованого центру зберігання даних масових опитувань, у якому на сьогодні розміщено результати понад 12 тис. опитувань, проведених у США та інших країнах світу, де у другій половині ХХ ст. було створено власні архіви соціологічної інформації, значна їх частина входить до Міжуніверситетського консорціуму політичних та соціальних досліджень (ICPSR), розташованого в університеті Енн-Арбор (штат Мічиган, США).

Нині існують соціологічні архіви, що мають різні концепції зберігання й використання інформації. І хоча наявність сучасної комп'ютерної техніки теоретично дозволяє користувачам архівів максимум можливостей у отриманні необхідної їм інформації, більшість архівів не мають розгорнутої системи пошуку запитань-показників усередині масиву даних і структурованих рубрикаторів, що могли б адекватно відображати структуру наявних даних.

Основні функції сучасних архівів та банків інформації досить чітко визначені:

- розвиток методів й засобів накопичення соціологічної інформації;
- стандартизація методик;
- інформаційно-довідкове забезпечення соціологів;
- координація соціологічних досліджень;
- обмін первинними емпіричними даними;
- створення умов для вторинного та порівняльного аналізу даних;
- проведення розрахунково-обчислювальних операцій на замовлення користувачів.

На думку провідного фахівця Інституту соціології НАН України Е. Головахи, цей перелік функцій доцільно доповнити такими функціями, як:

- забезпечення соціологічною інформацією непрофесійних користувачів (ЗМІ, громадські та політичні організації, владні структури);
- використання архівних даних у процесі підготовки соціологів – студентів, аспірантів, стажерів, для професійного зростання яких виключно важливим є досвід самостійного аналізу первинної інформації,

отриманої під час проведення різноманітних соціологічних досліджень, якість та професійний рівень яких підтверджений самим фактом зберігання в загальнонаціональному соціологічному архіві.

Кінцевою метою роботи над соціологічним архівом і банком соціологічної інформації є перетворення його на загальнонаціональний центр обміну соціальною інформацією задля залучення широкого кола українських та закордонних спеціалістів (науковців, політиків, журналістів, активістів громадських організацій, працівників державного апарату управління) до поглибленого системного аналізу різних аспектів розвитку українського суспільства. У зв'язку з постійним поповненням архіву доцільно запровадити видання спеціального бюлетеню, в якому, поряд з інформацією про нові надходження до архіву, будуть знаходитися порівняльні матеріали даних опитувань різних років і тенденції соціальних змін.

Ініціатива створення загальноукраїнського архіву соціологічних даних належала Н. Паніній, яка у 1992 р. здійснюючи керівництво дослідницькою групою зі створення банку даних первинної соціологічної інформації, отриманої в ході проведення Чорнобильських досліджень Інституту соціології НАН України, запропонувала структуру банку даних, що визначалась такими характеристиками:

1) характеристики масиву інформації як об'єкта архівування: найменування дослідження (масиву інформації); автор(и) дослідження; дата проведення дослідження; організації, що проводили дослідження; статус дослідження (відкрите, для службового користування, для комерційного використання); список рубрик, що мали відношення до цього дослідження;

2) характеристики запитання-індикатора як одиниці зберігання: назва дослідження, в якому використовується запитання-індикатор; повне формулювання запитання та альтернатив відповідей; одномірний розподіл відповідей на запитання цього дослідження; перелік рубрик (класифікаторів), що характеризують це запитання.

Оскільки професійна діяльність соціологів-емпіриків є масовою діяльністю, архів соціологічних даних як інституційне утворення буде продуктивно використовуватися в разі активного культивування як до індивідуальної, так і до колективної практики. Подібні локальні архіви мобільні, доступні для осмислення, являють собою зручні для користувача засоби розв'язання дослідницьких завдань, репрезентують наукове обличчя науковців – іншими словами, є найзручнішою сучасною формою здійснення дослідницького процесу не лише в соціології.

### **КОНТРОЛЬНІ ЗАПИТАННЯ ТА ЗАВДАННЯ ДЛЯ САМОПЕРЕВІРКИ**

1. Дайте визначення понять «соціологічний дослідницький проект», «соціологічне дослідження».
2. У чому полягають основні функції соціологічного дослідження?
3. Схарактеризуйте етапи підготовки та проведення соціологічного дослідження.
4. Що являє собою ескіз проекту соціологічного дослідження?
5. Чим суттєво вирізняються робочий та стратегічний плани соціологічного дослідження?
6. Які основні види підсумкових документів, у яких повідомляється про результати соціологічного дослідження?

**Література:** 1, 5, 6, 17, 19, 24, 28, 41, 77, 86, 91, 92, 93, 97, 100, 116, 118, 120.

## **ВИСНОВКИ**

---

Фахівці-соціологи повинні повністю усвідомити свою відповідальність перед сучасним суспільством, перш за все, зважаючи, на масштабну комерціалізацію соціологічної науки, що нерідко призводить до викривлення соціологічної інформації, породжує кон'юнктурні дослідження, призводить до відриву від академічної й університетської науки. Як результат руйнування соціологічних структур і організацій, політична заангажованість, депрофесіоналізація соціологічної науки. В умовах, що склались, особливо важливим є питання консолідації соціологів, систематичності в обміні інформацією й публікаціями, підвищення рівня соціологічної культури суспільства. Для подолання наявних проблем, з одного боку, необхідно створити ряд постійно діючих організаційних структур, налагодити співробітництво з міжнародним соціологічним товариством, удосконалити законодавчу базу з метою регламентації діяльності неурядових дослідницьких центрів та налагодження співпраці з державними органами влади.

З іншого боку, необхідно починати підготовку нового покоління фахівців-соціологів з активізації процесів професійного та особистісного розвитку студентів, їх професіоналізації й соціалізації після закінчення ВНЗ. Перш за все, шляхом підкріплення професійної мотивації, що забезпечує формування освітніх, професійних й особистісних ціннісних орієнтацій. Оскільки саме професійна мотивація як провідна складова мотиваційної сфери студентів визначає не лише правильність вибору професійного шляху й продуктивність трудової діяльності, ступінь задоволеності результатами своєї праці, але й успішність професійного становлення в майбутньому. А це вкрай важливо, зважаючи на те, що представники нової генерації української соціології повинні мислити концептуально глибоко, розробляти нові методологічні підходи, повсякчасно демонструвати зацікавленість у розвитку вітчизняної соціологічної науки, розбудові дослідницької інфраструктури країни, становленні громадянського суспільства.

Знайомство (цілеспрямоване, ґрунтовне та систематичне) з основними напрямками діяльності світових та вітчизняних соціологічних служб, організацій, соціологічних підрозділів вищих навчальних закладів,

академічних інститутів, з основами професійної етики соціологів, з організаційною структурою соціологічних установ, специфікою їх становлення та функціонування дозволить значно підвищити рівень соціологічної культури суспільства, суттєво змінити місце і роль соціології в сучасному українському суспільстві, в цілому підвищити міжнародний авторитет української соціології.

## **БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК**

---

1. Аберкромби Н. Социологический словарь / Н. Аберкромби, С. Хилл, Б. С. Тернер ; пер. с англ. под ред. С. А. Ерофеева. – Казань : Изд-во Казан. ун-та, 1997. – 420 с.
2. Аболіна Т. Г. Прикладна етика : [підручник] / Т. Г. Аболіна ; за наук. ред. В. І. Панченко. – К. : «Центр учбової літератури», 2012. – 392 с.
3. АНО Левада-центр [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.levada.ru/>.
4. Балабанова Л. В. Управління персоналом : [навчальний посібник] / Л. В. Балабанова. – К. : Професіонал, 2006. – 511 с.
5. Барвінський А. О. Соціологія : [курс лекцій для студентів ВНЗ] / А. О. Барвінський. – К. : Центр навч. літ., 2005. – 328 с.
6. Батыгин Г. С. Лекции по методологии социологических исследований : [учебник для студентов гуманитарных вузов и аспирантов] / Г. С. Батыгин. – М. : Аспект-Пресс, 1995. – 286 с.
7. Бритвин В. Г. Социологическая служба предприятия и проблемы повышения эффективности социологических исследований / В. Г. Бритвин // Социологические исследования. – 1984. – № 4.
8. Бюро статистического анализа. Обработка социологических анкет: официальный дистрибьютор технологий на платформе ОСА [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://orgpage.com.ua>.
9. Величко А. Социолог на предприятии / А. Величко, В. Подмарков. – М. : Издательство «Московский рабочий», 1976. – 168 с.
10. Видатні соціологи [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.sociosite.net/topics/sociologists.php>.
11. Волков Ю. Г. Социология : [учебник] / Ю. Г. Волков. – Изд. 3-е, перераб. и доп. – М. : Альфа-М : ИНФРА-М, 2010. – 448 с.
12. Воронцов А. В. История социологии XIX – нач. XX вв. : [учебное пособие] / А. В. Воронцов, И. А. Громов. – В 2 ч. – М. : Владос, 2005. – Ч. 1. Западная социология. – 423 с.
13. Всероссийский центр изучения общественной мысли [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://wciom.ru/>.
14. Всеукраїнська соціологічна служба [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.soc.com.ua/>.

15. Герчиков В. И. Социальное планирование и социологическая служба в промышленности: Методология с позиций практики / В. И. Герчиков ; отв. ред. З. В. Куприянова. – Новосибирск : Наука, 1984.
16. Головаха Е. В социологии закончилось время бурь и натиска [Электронный ресурс] / Е. Головаха. – Режим доступа : <http://www.polit.ru/science/2006/12/04/golovah.html>.
17. Головаха Е. Концептуальные и организационно-методические основы создания «Украинского социологического архива и банка данных социальных исследований» / Е. Головаха // Социология: теория, методы, маркетинг. – 2000. – № 1. – С. 140–151.
18. Гоманюк М. А. Інтерв'юер у масовому опитуванні : [кишеньковий навчально-методичний посібник] / М. А. Гоманюк. – Херсон : Гілея, 2013. – 84 с.
19. Горшков М. К. Прикладная социология: методология и методы : [учебное пособие] / М. К. Горшков, Ф. Э. Шереги. – М. : Альфа-М: ИНФРА-М, 2009. – 416 с.
20. Громадська організація «Український інститут соціальних досліджень ім. О. Яременка» [Електронний ресурс]. – Режим доступа : <http://www.uisr.org.ua/>.
21. Громадська організація «Центр «Соціальний моніторинг» [Електронний ресурс]. – Режим доступа : <http://www.smc.org.ua/>.
22. Гугнін Е. Соціологічні центри та служби України: інформаційна довідка / Е. Гугнін, Н. Пенькова // Влада. Людина. Закон. – 2009. – № 6 – С. 37–56.
23. Дворецька Г. В. Соціологія праці : [навч. посібник] / Г. В. Дворецька. – К. : КНЕУ, 2001. – 243 с.
24. Добренюков В. И. Методология и методика социологического исследования : [учебник] / В. И. Добренюков, А. И. Кравченко. – М. : Альма Матер, 2009. – 537 с.
25. Докторов Б. З. Джордж Геллап. Биография и судьба / Б. З. Докторов. – М. : Издательство ООО «Полиграф-Информ», 2011. – 260 с.
26. Докторов Б. З. Лекции по истории изучения общественного мнения: США и Россия : [учебное пособие] / Б. З. Докторов. – Екатеринбург : УрФУ, 2013. – 212 с.
27. Докторов Б. З. Отцы-основатели: история изучения общественного мнения / Б. З. Докторов. – М. : ЦСП, 2006. – 488 с.
28. Документація. Звіти у сфері науки та техніки [Електронний ресурс]. – Режим доступа : <http://www.diit.edu.ua/sites/facultet-tk/kafe-dra-evm/dopol/dest.html>.
29. Європейська асоціація дослідження громадської думки та ринку [Електронний ресурс]. – Режим доступа : <http://www.esomar.org>.



30. Європейська асоціація соціологів [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.europeansociology.org>.
31. Єдиний архів економічних та соціологічних даних [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://sophist.hse.ru/arch\\_history.shtml](http://sophist.hse.ru/arch_history.shtml).
32. Зайцев А. К. Социологическая служба производственного объединения. Опыт КАМАЗа / А. К. Зайцев. – М. : Экономика, 1982.
33. Захарченко М. В. Історія соціології від античності до початку ХХ ст. / М. В. Захарченко, О. І. Погорілий. – К. : Либідь. 1993. – 336 с.
34. Інститут Геллапа [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.wingia.com>.
35. Інститут демографії та соціальних досліджень ім. М. В. Птухи НАН України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.idss.org.ua/>.
36. Інститут демоскопії [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ifd-allensbach.de>.
37. Інститут наукової інформації з суспільних наук Російської академії наук [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.inion.ru/>.
38. Інститут порівняльних соціальних досліджень CESSI [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.cessi.com.ua/ua/index.html>.
39. Інститут соціальної та політичної психології Національної академії педагогічних наук України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://ispp.org.ua>.
40. Інститут соціології НАН України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://i-soc.com.ua>.
41. Казаринова Н. В. Практикум по социологии : [учеб. пособие для вузов] / Н. В. Казаринова, О. Г. Филатова, А. Е. Хренов ; Под общ. ред. проф. Г. С. Батыгина. – М. : «НОТА ВЕНЕ», 1999. – 272 с.
42. Качанов Ю. Л. Эффективность управления научно-исследовательским коллективом / Ю. Л. Качанов, Н. А. Шматко. – М. : Университетская книга, 2010. – 176 с.
43. Київський інститут проблем управління ім. Горшеніна [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://institute.gorshenin.ua>.
44. Київський міжнародний інститут соціології [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://kiis.com.ua/>.
45. Компанія GfK Group [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.gfk.com>.
46. Компанія GfK Ukraine [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.gfk.com/ua/Pages/default.aspx>.
47. Компанія Research@Branding Group (R@B Group) [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://rb.com.ua>.

48. Компанія Romir [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://romir.ru>.
49. Компанія TNS Ukraine [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.tns-ua.com>.
50. Кравченко А. Соціологія праці [Електронний ресурс] / А. Кравченко, В. Щербина. – Режим доступу : [http://www.auditorium.ru/books/85/Socio-logy\\_Russia\\_chapter11.html](http://www.auditorium.ru/books/85/Socio-logy_Russia_chapter11.html).
51. Кравченко А. И. Соціологія праці в ХХ столітті. Історико-критический очерк / А. И. Кравченко. – М. : Наука, 1987.
52. Кузьміна О. Г. Соціологічне забезпечення реклами і маркетингу : [учеб. посібник] / О. Г. Кузьміна. – М. : Дашков и К°: Наука-Спектр, 2011. – 188 с.
53. Култыгин В. П. Мировое социологическое сообщество на рубеже тысячелетий / В. П. Култыгин // Социологические исследования. – 1998. – № 12. – С. 15–27.
54. Лукашевич М. П. Соціологія праці : [підручник] / М. П. Лукашевич. – К. : Либідь, 2004. – 440 с.
55. Мица В. П. Кадрова політика на підприємстві: проблеми і перспективи / В. П. Мица // Актуальні проблеми економіки. – 2008 – № 6. – С. 165–168.
56. Міжнародна соціологічна асоціація [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.isa-sociology.org/>.
57. Міжнародний інститут соціології [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.iisoc.org>.
58. Міжнародний центр перспективних досліджень [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://icps.com.ua/>.
59. Мудрец Т. Б. И мы начали играть... (Психологические методы обучения интервьюеров) / Т. Б. Мудрец, В. А. Морев // Социология: 4М, 1996. – № 7 – С. 147–153.
60. Мусієдов О. О. Історія української соціології : [навчально-методичний посібник] / О. О. Мусієдов. – Харків : Харківський національний університет ім. В. Н. Каразіна, 2004. – 117 с.
61. Національний інститут стратегічних досліджень [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.niss.gov.ua/>.
62. Національний центр опитування громадської думки США [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.norc.org>.
63. Національний центр соціальних досліджень NatCen [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.natcen.ac.uk>.
64. Неурядові аналітичні центри в Україні: стан і тенденції розвитку [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://gazumkov.org.ua/additional/analytical\\_report\\_NSD46\\_ukr.pdf](http://gazumkov.org.ua/additional/analytical_report_NSD46_ukr.pdf).

65. Ніколаєвська А. М. Соціологія і українське суспільство: професійно-етичний вимір / А. М. Ніколаєвська // Вісник Харківського національного університету ім. В. Каразіна, 2010. – № 891. – С. 9–13.
66. Оберемко О. А. 100-летіє Міжнародного інституту соціології / О. А. Оберемко // Соціологічний журнал. – 1995. – № 2. – С. 216–233.
67. Панина Н. В. Технологія соціологічного дослідження / Н. В. Панина. – К. : Ін-т соціології НАН України, 1998. – 270 с.
68. Панина Н. Професійна етика і соціологія в Україні (до прийняття Кодексу професійної етики соціолога САУ) / Наталія Панина // Громадська думка. – 2004. – № 4. – С. 35–37.
69. Петренко К. В. Кадрова політика підприємства як чинник його ефективної діяльності / К. В. Петренко // Формування ринкових відносин в Україні. – 2010. – № 1. – С. 85–88.
70. Піча В. М. Соціологія: загальний курс : [навчальний посібник для студентів вищих закладів освіти України] / В. М. Піча. – К. : «Каравелла», 2000. – 248 с.
71. Подмарков В. Г. Введение в промышленную социологию / В. Г. Подмарков. – М. : Мысль, 1973.
72. Полторак В. А. Социология труда: Справочник : [учебно-справочное пособие для студентов вузов] / В. А. Полторак. – Днепропетровск : Арт-Пресс, 1997. – 148 с.
73. Попова И. М. Социология. Введение в специальность : [учебник для студентов высших учебных заведений] / И. М. Попова. – К. : Тандем, 1997. – 287 с.
74. Попова І. М. Соціологія. Пропедевтичний курс : [підручник] / І. М. Попова. – К. : Тандем, 1996. – 271 с.
75. Посадова інструкція – Соціолог [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://www.borovik.com/index\\_instruction.php?Gins=379&lang\\_i=1](http://www.borovik.com/index_instruction.php?Gins=379&lang_i=1).
76. Примуш М. В. Загальна соціологія : [навчальний посібник для студентів ВНЗ] / М. В. Примуш. – К. : Професіонал, 2004. – 592 с.
77. Рабочая книга социолога / Д. М. Гвишиани, В. В. Колбановский, М. Н. Руткевич, [и др.] ; отв. ред Г. В. Осипов. – Москва : Наука, 1976. – 510 с.
78. Рибалко Т. В. Контроль якості опитувальної мережі інтерв'юерів / Т. В. Рибалко, Н. М. Харченко // Наукові записки. Том 21, Соціологічні науки / Національний університет «Києво-Могилянська академія». – К. : Видавничий дім «КМ Академія», 2003. – С. 66–70.
79. Ручка А. О. Курс історії теоретичної соціології : [навчальний посібник] / А. О. Ручка, В. В. Танчер. – К. : Наукова думка, 1995. – 221 с.

80. Світові відділи соціальних наук [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.sociosite.net/socdeps/>.
81. Світові професійні соціологічні асоціації та їх підрозділи [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.sociosite.net/socdeps/>.
82. Селиванов О. В. Где найти интервьюера? (Опыт независимого центра изучения общественного мнения) / О. В. Селиванов // Социология: методология, методы и математическое моделирование. – 1996. – № 7. – С. 154–160.
83. Скрипов В. А. Социологическая служба в организационной структуре предприятия / В. А. Скрипов // Социологические исследования. – 1982. – № 2.
84. Служба социального развития предприятия : [практическое пособие] / Под ред. В. Г. Асеева. – М. : Наука, 1989.
85. Собко В. Н. О месте социолога на предприятии / В. Н. Собко // Социологические исследования. – 1982. – № 4.
86. Сокурняська Л. Г. Вступ до соціології : [навчальний посібник] / Л. Г. Сокурняська. – Х. : ХНУ ім. В. Н. Каразіна, 2011. – 205 с.
87. Социология в России / Под ред. В. А. Ядова. – М. : Издательство Института социологии РАН, 1998. – С. 193–218.
88. Соціологічна асоціація України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.sau.kiev.ua/>.
89. Соціологічна група «Рейтинг» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ratinggroup.com.ua>.
90. Соціологічний факультет Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.sociology.kharkov.ua/>.
91. Соціологія : Короткий енциклопедичний словник / Під заг. ред. В. І. Воловича. – К. : Український Центр духовної культури, 1998. – 730 с.
92. Соціологія : [навчальний посібник] / За ред. С. О. Макеєва. – 4-е вид., перер. і доп. – К. : Знання, 2008. – 566 с.
93. Соціологія : [підручник] / За ред. В. Г. Городяненка. – 3-е вид., перер. і доп. – К. : ВЦ «Академія», 2008. – 544 с.
94. Соціологія: терміни, поняття, персоналії : [навчальний словник-довідник для студентів] / За ред. В. М. Пічі. – К. : Каравелла, Львів : «Новий світ-2000», – 2002. – 480 с.
95. Справочник предприятий Украины [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.sprg.ua>.
96. Стегній О. Г. Якою бути українській соціології: погляд молодих соціологів / О. Г. Стегній // Наталія Вікторівна Паніна: життя, наукова діяльність, шлях у майбутнє. – К. : Факт, 2007. – С. 93–98.

97. Сурмин Ю. П. Методология и методы социологических исследований / Ю. П. Сурмин, Н. В. Туленков. – К. : МАУП, 2000. – 304 с.
98. Сучасний стан і перспективи розвитку соціології в Україні та Європі / За наук. ред. Є. І. Головахи та О. Г. Стегнія. – К. : ІС НАНУ, 2008. – 188 с.
99. Східноукраїнський Фонд соціальних досліджень [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://fond.sociology.kharkov.ua/index.php/ua/projects-ua>.
100. Толстова Ю. Н. Анализ социологических данных / Ю. Н. Толстова. – М. : Изд-во МГУ, 1994.
101. Тощенко Ж. Т. Социология управления : [учебник] / Ж. Т. Тощенко. – М. : Центр социального прогнозирования и маркетинга, 2011. – 300 с.
102. Тощенко Ж. Т. Социология. Общий курс / Ж. Т. Тощенко. – 2-е изд., доп. и перераб. – М. : Прометей : Юрайт-М, 2001. – 511 с.
103. Тростановский Ж. С. Социологическая служба предприятия / Ж. С. Тростановский, А. И. Эпштейн, В. А. Копылов // Социологические исследования. – 1992. – № 10. – С. 109–113.
104. Украинская Маркетинговая Группа (UMG®) [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.umg.com.ua/>.
105. Український соціологічний стандарт [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrsocstandart.com>.
106. Фонд «Громадська думка» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://fom.ru/>.
107. Фонд «Демократичні ініціативи ім. Ілька Кучеріва» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://dif.org.ua/>.
108. Цвык В. А. Профессиональная этика социолога : [учеб. пособие] / В. А. Цвык. – М. : Изд-во РУДН, 2002. – 132 с.
109. Центр незалежних соціологічних досліджень [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://cisr.ru/>.
110. Центр перспективних соціальних досліджень Міністерства праці та соціальної політики України та НАН України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.cpsr.org.ua>.
111. Центр Разумкова [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.razumkov.org.ua/>.
112. Центр соціальних досліджень «Софія» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.sofia.com.ua>.
113. Центр соціальних та маркетингових досліджень SOCIS. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.socis.kiev.ua/>.
114. Центр соціальних технологій «Соціополіс» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.sociopolis.com.ua>.

115. Центр соціологічних і політичних досліджень та технологій «СОЦІОПОЛІС» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.sprg.org.ua/>.

116. Черниш Н. Й. Соціологія : [підручник] за рейтингово-модульною системою навчання / Н. Й. Черниш. – 5-е вид., перер. і доп. – К. : Знання, 2009. – 468 с.

117. Четырина Н. В. Проблема становления и развития социологической культуры в российском обществе / Н. В. Четырина // Экономика и социум: современные модели развития общества в аспекте глобализации : Материалы Международной научно-практической конференции (30 июня 2008 г.) – В 2-х частях. – Ч. 1. / Отв. ред. Л. А. Тягунова. – Саратов : Изд-во «Научная книга», 2008. – С. 140–142.

118. Шейко В. М., Кушнарченко Н. М. Організація та методика науково-дослідницької діяльності : [підручник] / В. М. Шейко, Н. М. Кушнарченко. – К. : Знання-Прес, 2003. – 295 с.

119. Юдин Г. Социология профессий и социология как профессия [Електронний ресурс] / Г. Юдин. – Режим доступу : <http://gefteг.ru/archive/8295>.

120. Ядов В. А. Социологические исследования: методология, программа, методы / В. А. Ядов. – Самара, 1995. – 328 с.

121. Якименко Ю. Неурядові аналітичні центри в Україні: можливості, виклики, перспективи [Електронний ресурс] / Ю. Якименко // Журнал «Громадянське суспільство», 2007 – № 2. – Режим доступу : <http://www.ucipr.kiev.ua/publications/4142>.

## **Додаток А**

### **ТИПОВА НАВЧАЛЬНА ПРОГРАМА КУРСУ «ОРГАНІЗАЦІЯ ДІЯЛЬНОСТІ СОЦІОЛОГІЧНИХ СЛУЖБ»**

#### **1. Пояснювальна записка**

Професійна мотивація особистості може бути представлена як процес стимулювання себе й інших людей до досягнення визначних професійних успіхів. Ця складова мотиваційної сфери студентів визначає не лише правильність вибору професійного шляху й продуктивність трудової діяльності, ступінь задоволеності результатами своєї праці, але й успішність професійного навчання. Ознайомлення студентів-соціологів з основними напрямками діяльності світових та вітчизняних соціологічних служб, організацій, соціологічних підрозділів вищих навчальних закладів, академічних інститутів, організаційною структурою соціологічних установ, специфікою їх становлення та функціонування в умовах розвитку сучасного суспільства дозволить мотивувати їх на майбутню успішну професійну діяльність.

Навчальна дисципліна «Організація діяльності соціологічних служб» є важливим спеціально орієнтованим предметом для студентів, які вивчають соціологію як напрям професійної діяльності. Особливість курсу в тому, що він безпосередньо сприяє розвитку спеціальної професійної підготовки, формуванню та вдосконаленню певних фахових умінь і навичок у студентів-соціологів – майбутніх працівників соціологічних служб, науково-дослідних центрів та організацій.

*Місце навчальної дисципліни в структурно-логічній схемі навчального плану підготовки соціологів.* Ця навчальна дисципліна є складовою циклу професійної підготовки фахівців освітньо-кваліфікаційного рівня «бакалавр», орієнтується на зв'язок з такими дисциплінами, як «Вступ до спеціальності», «Організація науково-дослідницької діяльності студентів», «Методологія та методика соціологічних досліджень», «Історія розвитку емпіричних досліджень» і т. д.

*Мета викладання курсу* – розкрити студентам концептуальні та організаційно-методичні засади діяльності сучасних соціологічних служб,

ознайомити зі світовим і вітчизняним досвідом організації роботи соціологічних служб, а також із методикою підготовки та координації роботи фахівців, які залучаються до процесу організації та проведення емпіричного соціологічного дослідження.

**Структура курсу** у змістовому аспекті курс передбачає викладення матеріалу в межах 2 модулів, що містять 7 тем, які в основному опрацьовуються під час аудиторних занять. Позааудиторна підготовка передбачає ознайомлення з рекомендованою літературою. Практичні заняття можна проводити у формі семінарів і тренінгів.

**Основні завдання курсу:**

- розглянути проблеми професіоналізації соціологічної діяльності в умовах розвитку сучасного суспільства;
- отримати змістовну інформацію щодо особливостей виникнення соціологічних служб та основних напрямів їх діяльності;
- охарактеризувати діяльність світових соціологічних дослідницьких центрів;
- дослідити основні тенденції розвитку і практичної роботи соціологічних служб в Україні;
- визначити специфіку організаційної структури соціологічної служби підприємства;
- отримати змістовну інформацію щодо особливостей здійснення набору, навчання та атестації працівників соціологічних служб;
- з'ясувати особливості управління дослідницьким соціологічним проектом;
- здійснити аналіз роботи соціологічної служби на конкретному підприємстві чи організації, проаналізувати діяльність соціологічної лабораторії.

**2. Витяг з навчального плану**

Форма навчання	Курс	Триместр	Всього годин	У тому числі:						Форма підсумкового контролю	
				аудиторних					Самостійна робота	Іспит	Залік
				лекцій	семінарів	практ.	лабор.	конс.			
Денна	II	5,6	42	20	20	-	-	2	10	-	+



### 3. Погодинний план занять

№	Найменування розділу, теми	Кількість годин	
		Лекції	Групові
Змістовний модуль 1. <i>Соціологічна служба як науково-дослідна організація</i>			
Тема 1	Професіоналізація соціологічної діяльності	2	2
Тема 2	Історія виникнення соціологічних служб та основні напрями їх діяльності	2	2
Тема 3	Становлення й особливості функціонування світових соціологічних дослідницьких центрів	2	4
Тема 4	Організаційна структура та діяльність соціологічних служб в Україні	4	4
Змістовний модуль 2. <i>Менеджмент діяльності соціологічної служби</i>			
Тема 5	Організаційна структура соціологічної служби підприємства	2	2
Тема 6	Добір, навчання й атестація працівників соціологічних служб	4	4
Тема 7	Особливості управління дослідницьким соціологічним проектом	4	2
Всього		20	20

### 4. Тематичний план лекційних занять

**Змістовний модуль 1. *Соціологічна служба як науково-дослідна організація (10 год.)***

**Тема 1. Професіоналізація соціологічної діяльності (2 год.).**

Професійне становлення фахівця-соціолога. Професіоналізація соціологічної діяльності. Основні ознаки професії соціолога. Соціологічна освіта в Україні.

Місце соціології у системі суспільствознавчих дисциплін. Функції соціологічної науки. Напрями здійснення прикладних досліджень у сучасній соціології.

Особливості практичної діяльності соціолога в умовах розвитку сучасного суспільства. Сутність, особливості формування та взаємозв'язок соціологічної культури фахівця-соціолога і соціологічної культури суспільства. Групи чинників, що визначають соціологічну культуру. Рівні розвитку соціологічної культури. Основні складові соціологічної культури. Соціологічна культура суспільства.

Професійна етика у сфері соціальних досліджень. Професійний обов'язок соціолога. Кодекс професійної етики соціолога.

## **Тема 2. Історія виникнення соціологічних служб та основні напрями їх діяльності (2 год.).**

Напрями розвитку емпіричних досліджень у XVII–XVIII ст. (політична арифметика, соціальна фізика, соціографія). Періодизація розвитку емпіричної соціології. Провідні риси емпіричної соціології.

Індустріальна соціологія як один з основних напрямів емпіричної соціології Заходу.

Об'єктивні та суб'єктивні умови розвитку промислової соціології в СРСР. Періодизація розвитку радянської промислової соціології. Особливості функціонування соціологічних служб у період 1970–1990-х рр. Характеристика основних підходів до організації діяльності соціологічних служб. Основні функції соціологічної служби. Синтез кадрової та соціологічної служб на підприємстві.

## **Тема 3. Становлення й особливості функціонування світових соціологічних дослідницьких центрів (2 год.).**

Діяльність Міжнародного інституту соціології. Організаційна структура Міжнародної соціологічної асоціації. Особливості функціонування Інституту Геллапа. Напрями діяльності Інституту демоскопії.

Європейська асоціація дослідження громадської думки та ринку. Національний центр опитування громадської думки США. Національний центр соціальних досліджень NatCen. Діяльність GfK Group, GfK Ukraine.

Інститут наукової інформації з суспільних наук Російської академії наук. Всеросійський центр вивчення громадської думки. Аналітичний центр Ю. Левади. Фонд «Громадська думка». Інститут порівняльних соціальних досліджень CESSI. Центр незалежних соціологічних досліджень.

## **Тема 4. Організаційна структура діяльності соціологічних служб в Україні (4 год.).**

Установи Академії Наук України, що здійснюють розробку загальних теоретико-методичних і галузевих соціологічних проблем: Національний інститут стратегічних досліджень, Інститут демографії та соціальних досліджень імені М. В. Птухи НАН України, Інститут соціальної та політичної психології Національної академії педагогічних наук України, Міжнародний центр перспективних досліджень, Інститут соціології НАН України.

Діяльність Соціологічної асоціації України. Соціологічні організації, акредитовані в САУ: Соціологічний факультет Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна, Громадська організація

«Центр «Соціальний моніторинг», Український інститут соціальних досліджень ім. О. Яременка, Східноукраїнський Фонд соціальних досліджень, Центр науково-прикладних досліджень «СОЦІО».

Київський міжнародний інститут соціології. Центр Разумкова. Центр соціальних технологій «Соціополіс». Фонд «Демократичні ініціативи ім. І. Кучеріва». Всеукраїнська соціологічна служба. Київський інститут проблем управління ім. Горшеніна. TNS Ukraine. Research@Branding Group. Соціологічна група «Рейтинг». «Український соціологічний стандарт».

Соціологічні кафедри та лабораторії ВНЗ України.

## **Змістовний модуль 2. *Менеджмент діяльності соціологічної служби (10 год.)***

### **Тема 5. Організаційна структура соціологічної служби підприємства (2 год.).**

Особливості діяльності соціологічної служби підприємства. Типова структура соціологічної служби: штатний соціолог, соціологічна група, соціологічне бюро, соціологічна лабораторія, соціологічний відділ.

Права та обов'язки керівника соціологічного підрозділу підприємства. Посадова інструкція штатного соціолога. Функції соціолога.

Специфіка роботи соціолога в різних структурних підрозділах підприємства: спеціаліст відділу зв'язків із політичними партіями та громадськими організаціями управління із питань внутрішньої політики та зв'язків із громадськістю районної, міської та обласної державної адміністрації; менеджер із зв'язків із громадськістю; спеціаліст із добору персоналу; спеціаліст-консультант із маркетингу; спеціаліст з управління проектами; менеджер із реклами видань; менеджер із реклами та рекламної діяльності тощо.

### **Тема 6. Добір, навчання та атестація працівників соціологічних служб (4 год.).**

Ділове оцінювання персоналу. Спектр управлінських проблем, що розв'язуються завдяки діловому оцінюванню. Оцінювання працівника при прийомі на роботу. Аналіз результатів роботи і чинників, що визначають ступінь їх досягнення.

Особливості базового навчання інтерв'юера. Супровід інтерв'юерів під час виконання першого завдання. Реєстрація базового навчання інтерв'юерів, його оцінка. Особливості діяльності супервайзера. Посадові обов'язки супервайзера. Вимоги до особистості супервайзера. Кваліфікаційні вимоги до рекрутера. Види рекрутингу. Специфіка роботи контролера. Різновиди контролю.

Оцінка динаміки результативності праці за певний період, а також динаміки стану чинників, що впливають на досягнення результатів. Критерії ділового оцінювання працівників. Атестація працівників соціологічної служби. Види атестації. Загальна характеристика етапів проведення атестації.

### **Тема 7. Особливості управління дослідницьким соціологічним проектом (4 год.).**

Організація соціологічного дослідження. Особливості складання проекту дослідження. Ескіз проекту соціологічного дослідження. Програма соціологічного дослідження. Робочий план дослідження. Види робіт, передбачені робочим планом дослідження. Стратегічний план соціологічного дослідження: розвідувальний, аналітичний, експериментальний.

Добір, підготовка виконавців дослідницького соціологічного проекту і контроль за їхньою працею.

Соціологічна інформація та основні джерела її отримання. Види підсумкових документів. Вимоги, які висувають до структури та змісту звіту результатів соціологічного дослідження. Інформаційна та аналітична записки. Доповідь. Лекція. Основні вимоги до написання наукової статті. Тези доповіді.

Форми зберігання результатів соціологічного дослідження. Основні функції сучасних архівів та банків інформації.

## **5. Теми і зміст семінарських занять**

### **Семінар 1 до теми 1 (2 год.)**

1. Напрями здійснення прикладних досліджень у сучасній соціології.
2. Особливості практичної діяльності соціолога в умовах розвитку сучасного українського суспільства.
3. Сутність соціологічної культури фахівця-соціолога.
4. Професійна етика у сфері соціальних досліджень. Кодекс професійної етики соціолога.

**Література:** 1, 2, 5, 11, 16, 68, 70, 73, 74, 86, 91, 92, 93, 94, 98, 102, 116, 117.

### **Семінар 2 до теми 2 (2 год.)**

1. Розвиток індустріальної соціології на Заході.
2. Особливості розвитку промислової соціології в СРСР.
3. Функціонування соціологічних служб у період 1960–1990-х рр.

4. Напрями діяльності соціологічних установ на сучасному етапі розвитку українського суспільства.

**Література:** 7, 9, 12, 15, 23, 26, 27, 32, 33, 50, 51, 54, 60, 71, 79, 84.

**Семінар 3–4 до теми 3 (4 год.)**

1. Організаційна структура міжнародної соціологічної асоціації.
2. Дж. Геллап: біографічна довідка. Діяльність інституту Геллапа.
3. Напрями діяльності Інституту демоскопії.
4. Національний центр опитування громадської думки США.
5. Національний центр соціальних досліджень NatCen.
6. Інститут наукової інформації з суспільних наук Російської академії наук.
7. Всеросійський центр вивчення громадської думки.
8. Аналітичний центр Ю. Левади.
9. Фонд «Громадська думка».
10. Інститут порівняльних соціальних досліджень CESSI.

**Література:** 3, 13, 25, 26, 27, 29, 30, 34, 36, 37, 38, 45, 46, 48, 53, 56, 57, 62, 66, 80, 81, 87, 106.

**Семінар 5–6 до теми 4 (4 год.)**

1. Діяльність інституту соціології НАН України.
2. Організаційна структура Соціологічної асоціації України.
3. Київський міжнародний інститут соціології.
4. Центр Разумкова.
5. Центр соціальних технологій «Соціополіс».
6. Фонд «Демократичні ініціативи ім. І. Кучеріва».
7. Всеукраїнська соціологічна служба.
8. Київський інститут проблем управління ім. Горшеніна.
9. Ukrainian Sociology Service.
10. Центр соціальних досліджень «Софія».
11. Центр суспільно-інформаційних технологій «Соціальна перспектива».
12. Соціологічна служба «Український барометр».
13. Соціологічні кафедри та лабораторії ВНЗ України.

**Література:** 8, 14, 17, 20, 21, 22, 39, 40, 43, 44, 46, 47, 49, 60, 61, 64, 88, 89, 90, 98, 99, 104, 105, 107, 109, 110, 111, 112, 113, 114, 115, 121.

**Семінар 7 до теми 5 (2 год.)**

1. Типова структура соціологічної служби.
2. Посадова інструкція штатного соціолога.

3. Специфіка роботи соціолога в різних структурних підрозділах підприємства.

**Література:** 2, 4, 7, 9, 52, 71, 72, 75, 78, 83, 84, 103.

**Семінар 8 до теми 6 (4 год.)**

1. Ділове оцінювання персоналу.
2. Оцінювання працівника при прийомі на роботу.
3. Особливості базового навчання інтерв'юера.
4. Специфіка діяльності супервайзера.
5. Рекрутинг працівників соціологічної служби.
6. Організація та проведення контролю, права та обов'язки контролера.
7. Атестація працівників соціологічної служби підприємства.

**Література:** 4, 7, 15, 18, 50, 55, 59, 69, 75, 78, 82, 83, 84, 85, 108.

**Семінар 9 до теми 7 (2 год.)**

1. Ескіз проекту соціологічного дослідження.
2. Програма соціологічного дослідження.
3. Робочий план дослідження. Види робіт, передбачені робочим планом дослідження.
4. Стратегічний план соціологічного дослідження: розвідувальний, аналітичний, експериментальний.
5. Соціологічна інформація та основні джерела її отримання.
6. Види підсумкових документів: звіт про результати соціологічного дослідження; інформаційна та аналітична записки; доповідь; лекція; наукова стаття; тези.
7. Основні функції сучасних архівів та банків інформації.

**Література:** 1, 5, 6, 17, 19, 24, 28, 41, 77, 86, 91, 92, 93, 97, 100, 116, 118, 120.

**6. Методичні вказівки щодо написання есе, тез доповідей, рецензій, рефератів**

Робота з рекомендованою літературою:

- дає змогу глибше осмислити науковий матеріал, що міститься в опублікованих працях;
- сприяє визначенню основних тенденцій у поглядах студентів на проблему з огляду на те, що вже зроблено в науці;
- вивчення літератури з обраної теми варто починати із загальних робіт, щоб мати уявлення щодо основних питань;

– поряд з інформаційними виданнями для інформаційного пошуку варто використовувати інтернет.

Оформити результати опрацювання додаткової літератури можна у вигляді есе, тез доповіді чи реферату.

*Есе* (фр. *essai* – спроба, нарис) – невеликий за обсягом прозовий **твір**, що має довільну композицію і висловлює індивідуальні думки, враження з конкретного приводу чи питання і не претендує на вичерпне і визначальне трактування теми.

*Доповідь* – це публічно виголошене повідомлення, розгорнутий виклад певної наукової проблеми (теми, питання), яка має певну структуру (вступ – зазначаються підстави, проблемна ситуація, що зумовили необхідність підготовки доповіді; основна частина, де аналізуються сучасний стан проблеми, наводяться аргументи, обґрунтовуються основна ідея автора; підсумкова частина містить висновки, рекомендації, пропозиції).

При написанні доповіді варто зважати на те, що за 10 хвилин людина може прочитати матеріал, що надруковано на чотирьох сторінках машинописного тексту; доповідь одна з багатьох форм оприлюднення результатів наукової роботи, можливостей за короткий термін «увійти» в наукове товариство за умови яскравого виступу.

*Рецензія* (нім. *rezension* – огляд, оцінка) – аналіз, розбір, деяка оцінка публікації, твору. Рецензувати можуть також поточні події, громадські заяви і події. На додаток до критичного твердження, автор рецензії може виставити предмету рецензування певну оцінку для визначення відносної цінності рецензованого предмета.

*Реферат* – короткий виклад змісту одного або декількох документів з певної теми; обсяг реферату визначається специфікою та змістом документів, кількістю відомостей, їх науковою цінністю або практичним значенням, його обсяг коливається від 15 до 25 сторінок друкованого тексту.

Реферат починається з викладу сутності проблеми. Структура реферату має містити вступ, декілька розділів, висновки, список літератури, додатки (за необхідності). У вступі обґрунтовується актуальність теми, її особливості, значущість з огляду на соціальні потреби суспільства та розвиток конкретної галузі науки або практичної діяльності. У першому розділі наводяться основні теоретичні, експериментальні дослідження з теми, визначається, хто із вчених минулого вивчав цю проблему, які ідеї висловлював. Визначається сутність проблеми, основні чинники, що зумовлюють розвиток явища або процесу, що вивчається. Наводиться перелік основних змістових аспектів проблеми, які розглядалися вченими. У другому розділі дається аналіз сучасного стану

процесу чи явища, тлумачення основних поглядів і позицій щодо проблеми. Висловлюються власні думки щодо перспектив розвитку проблеми. У висновках подаються узагальнені умовиводи, ідеї, думки, оцінки, пропозиції. Виклад матеріалу в рефераті має бути коротких і стислим, варто використовувати синтаксичні конструкції, властиві мові наукових і технічних документів, уникати складних граматичних зворотів.

### **7. Рекомендована тематика доповідей, рефератів**

1. Професіоналізація соціологічної діяльності в США.
2. Соціологічна освіта в Україні.
3. Напрями здійснення прикладних досліджень у сучасній світовій та вітчизняній соціології.
4. Соціологічна культура суспільства.
5. Основні складові соціологічної культури особистості.
6. Професійна етика у сфері соціальних досліджень.
7. Кодекс професійної етики соціолога.
8. Напрями розвитку емпіричних досліджень у XVII–XVIII ст. (політична арифметика, соціальна фізика, соціографія).
9. Періодизація розвитку емпіричної соціології.
10. Представники індустріальної соціології Заходу.
11. Об'єктивні та суб'єктивні умови розвитку промислової соціології в СРСР.
12. Періодизація розвитку радянської промислової соціології.
13. Синтез кадрової та соціологічної служб на підприємстві.
14. Діяльність Міжнародного інституту соціології.
15. Організаційна структура Міжнародної соціологічної асоціації.
16. Дж. Геллап (біографія та життєвий шлях).
17. Напрями діяльності Інституту демоскопії.
18. Європейська асоціація дослідження громадської думки та ринку.
19. Національний центр опитування громадської думки США.
20. Національний центр соціальних досліджень NatCen.
21. Діяльність GfK Group.
22. Інститут наукової інформації з суспільних наук Російської академії наук.
23. Всеросійський центр вивчення громадської думки.
24. Аналітичний центр Ю. Левади.
25. Фонд «Громадська думка».
26. Інститут порівняльних соціальних досліджень CESSI.
27. Центр незалежних соціологічних досліджень (Санкт-Петербург).
28. Національний інститут стратегічних досліджень.



29. Інститут демографії та соціальних досліджень імені М. В. Птухи НАНУ.
30. Міжнародний центр перспективних досліджень.
31. Моніторинги громадської думки, що проводяться фахівцями Інституту соціології НАНУ.
32. Соціологічна асоціація України.
33. Громадська організація «Центр «Соціальний моніторинг».
34. Український інститут соціальних досліджень ім. О. Яременка.
35. Східноукраїнський Фонд соціальних досліджень.
36. Центр науково-прикладних досліджень «СОЦІО».
37. Київський міжнародний інститут соціології.
38. Центр Разумкова.
39. Центр соціальних технологій «Соціополіс».
40. Фонд «Демократичні ініціативи ім. І. Кучеріва».
41. Всеукраїнська соціологічна служба.
42. Київський інститут проблем управління ім. Горшеніна.
43. TNS Ukraine.
44. Research@Branding Group.
45. Соціологічна група «Рейтинг».
46. «Український соціологічний стандарт».
47. Соціологічні кафедри та лабораторії ВНЗ України.
48. Центр соціальних досліджень «Софія».
49. Центр суспільно-інформаційних технологій «Соціальна перспектива».
50. Соціологічна служба «Український барометр».
51. Особливості діяльності соціологічної служби підприємства.
52. Посадова інструкція штатного соціолога.
53. Специфіка роботи соціолога в різних структурних підрозділах підприємства.
54. Особливості базового навчання інтерв'юера.
55. Особливості діяльності супервайзера.
56. Види рекрутингу.
57. Специфіка роботи контролера. Різновиди контролю.
58. Атестація працівників соціологічної служби.
59. Організація соціологічного дослідження.
60. Ескіз проекту соціологічного дослідження.
61. Програма соціологічного дослідження.
62. Добір, підготовка виконавців дослідницького соціологічного проекту і контроль за їхньою працею.
63. Соціологічна інформація та основні джерела її отримання.

64. Вимоги, що висувають до структури та змісту звіту результатів соціологічного дослідження.

65. Основні функції сучасних архівів та банків соціологічної інформації.

## 8. Перелік запитань для підсумкового контролю

1. Місце соціології у системі суспільствознавчих дисциплін.
2. Функції соціологічної науки: теоретико-пізнавальна, практико-перетворювальна, світоглядно-ідеологічна, гуманістична, культурна, описова, інформаційна, прогностична, управлінська, соціально-технологічна.
3. Соціоінженерна діяльність як напрям практичної діяльності фахівця-соціолога.
4. Соціальне проектування та соціальні технології.
5. Специфічні риси конкретного соціологічного дослідження.
6. Напрями здійснення прикладних досліджень у сучасній соціології.
7. Особливості практичної діяльності соціолога в умовах розвитку сучасного суспільства.
8. Сутність, особливості формування та взаємозв'язок соціологічної культури фахівця-соціолога і соціологічної культури суспільства.
9. Групи чинників, що визначають соціологічну культуру.
10. Професійна етика у сфері соціальних досліджень. Кодекс професійної етики соціолога.
11. Етапи розвитку емпіричної соціології.
12. Індустріальна соціологія як один з основних напрямів емпіричної соціології Заходу.
13. Соціологічна служба як складова промислової соціології та психології праці.
14. Об'єктивні та суб'єктивні умови розвитку промислової соціології в СРСР.
15. Періодизація розвитку радянської промислової соціології.
16. Особливості функціонування соціологічних служб у період 1960–1990-х рр.
17. Характеристика основних підходів до організації діяльності соціологічних служб.
18. Організаційна структура міжнародної соціологічної асоціації. Особливості функціонування Інституту Дж. Геллапа.
19. Напрями діяльності Інституту демоскопії.
20. Європейська асоціація дослідження громадської думки та ринку.
21. Національний центр опитування громадської думки США.
22. Національний центр соціальних досліджень NatCen.

23. Діяльність GfK Group, GfK Ukraine.
24. Інститут наукової інформації з суспільних наук Російської академії наук.
25. Всеросійський центр вивчення громадської думки.
26. Установи Академії Наук України, що здійснюють розробку загальних теоретико-методичних і галузевих соціологічних проблем.
27. Діяльність Соціологічної асоціації України. Соціологічні організації, акредитовані в САУ.
28. Структура та напрями діяльності громадської організації «Центр «Соціальний моніторинг» (м. Київ).
29. Діяльність громадської організації «Український інститут соціальних досліджень імені Олександра Яременка» (м. Київ).
30. Напрями роботи Східноукраїнського Фонду соціальних досліджень (м. Харків).
31. Провідні напрями діяльності Всеукраїнської соціологічної служби.
32. Загальна характеристика діяльності мережі аналітичних центрів України.
33. Соціологічні кафедри та лабораторії ВНЗ.
34. Особливості реалізації діяльності соціологічної служби підприємства.
35. Типова структура соціологічної служби: штатний соціолог, соціологічна група, соціологічне бюро, соціологічна лабораторія, соціологічний відділ.
36. Права та обов'язки керівника соціологічного підрозділу підприємства. Посадова інструкція штатного соціолога.
37. Призначення соціолога, що реалізується в його функціях.
38. Специфіка роботи соціолога в різних структурних підрозділах підприємства.
39. Ділове оцінювання персоналу.
40. Спектр управлінських проблем, що розв'язуються завдяки діловому оцінюванню.
41. Оцінювання працівника при прийомі на роботу.
42. Особливості базового навчання інтерв'юера.
43. Супровід інтерв'юерів під час виконання першого завдання.
44. Реєстрація базового навчання інтерв'юерів, його оцінка.
45. Особливості діяльності супервайзера, рекрутера, контролера.
46. Атестація працівників соціологічної служби підприємства.
47. Види атестації.
48. Загальна характеристика етапів проведення атестації.
49. Методичне забезпечення ділового оцінювання працівників.

50. Організація соціологічного дослідження.
51. Особливості складання проекту дослідження. Ескіз проекту соціологічного дослідження.
52. Програма соціологічного дослідження.
53. Робочий план дослідження. Види робіт, передбачені робочим планом дослідження.
54. Стратегічний план соціологічного дослідження: розвідувальний, аналітичний, експериментальний.
55. Добір, підготовка виконавців дослідницького соціологічного проекту і контроль за їхньою працею.
56. Соціологічна інформація та основні джерела її отримання.
57. Види підсумкових документів.
58. Вимоги, які висувають до структури та змісту звіту результатів соціологічного дослідження.
59. Форми зберігання результатів соціологічного дослідження. Основні функції сучасних архівів та банків інформації

### 9. Основні вимоги до знань, умінь та навичок студентів

У процесі вивчення курсу «Організація діяльності соціологічних служб» студенти повинні **знати**:

- сутність основних соціальних і культурних проблем сучасного суспільства, їх вивчення і прикладне дослідження та шляхи їх подолання;
- особливості інституціоналізації сучасних соціологічних служб та особливості розгляду цієї проблеми в теоретичних розробках науковців;
- сутність організаційної структури соціологічної служби підприємства;
- специфіку здійснення набору, навчання та атестації працівників соціологічних служб;
- провідні засади процесу управління дослідницьким соціологічним проектом.

Отримані знання з курсу практично потрібні для того, щоб **уміти**:

- інтерпретувати науково встановлені соціальні факти, за допомогою конкретних соціологічних досліджень, що характеризують індикатори розвитку сучасного суспільства;
- розпізнавати, розуміти та оцінювати суспільне життя на основі системного підходу до всебічного бачення соціальних проблем сучасного суспільства, та як його вивчає і досліджує на практиці соціологічна служба;

– вільно орієнтуватися в соціологічних концепціях, знати структуру і роботу соціологічних служб, аналізувати соціологічні теорії, що пов'язані з цією проблематикою.

**Контроль за засвоєнням матеріалу** передбаченого програмою з предмету «Організація діяльності соціологічних служб», підвищення якості знань студентів здійснюється у формі: поточного, системно-загальноючого та підсумкового етапів.

Поточний контроль проводиться під час вивчення тем, проведення семінарських, індивідуальних занять. При цьому застосовується усне, карткове, фронтальне, бліцопитування, письмові контрольні роботи, підготовка та захист доповідей.

Підсумковий контроль проводиться відповідно до навчального плану у формі семестрового заліку. Залік із цієї дисципліни має на меті перевірку знань студентів із теорії і виявлення навичок застосування отриманих знань при вирішенні практичних завдань, а також навичок самостійної роботи з навчальною і науковою літературою.

**Система контролю** навчального курсу «Організація діяльності соціологічних служб» передбачає оцінювання за модульно-рейтинговою системою. Форма підсумкового контролю – залік. Максимальна кількість балів, яку може отримати студент протягом вивчення курсу – 100 балів.

### 10. Критерії оцінювання роботи студентів

№	Тип контролю	Кількість заходів	Оцінка	Загальна оцінка
1	Відповіді на семінарах	4	5	20
2	Підготовка рецензій на наукові статті, доповідей, есе	3	10	30
3	Модульна контрольна робота	2	10	20
4	Залік	1	30	30
Всього: 100 балів				

## Додаток Б

### ВИЩІ НАВЧАЛЬНІ ЗАКЛАДИ УКРАЇНИ, ДЕ МОЖНА ОТРИМАТИ СОЦІОЛОГІЧНУ ОСВІТУ

1. Державний університет телекомунікації. – Режим доступу : <http://www.dut.edu.ua/ua/pages/342>.
2. Дніпродзержинський державний технічний університет. – Режим доступу : <http://www.dstu.dp.ua/sites/school/about/soc/index.shtml>.
3. Дніпродзержинський державний технічний університет. – Режим доступу : <http://www.dnu.dp.ua/view/fsocgum>.
4. Донецький державний університет управління. – Режим доступу : [http://dsum.edu.ua/index.php?option=com\\_k2&view=item&layout=item&id=99&Itemid=152](http://dsum.edu.ua/index.php?option=com_k2&view=item&layout=item&id=99&Itemid=152).
5. Донецький національний технічний університет. – Режим доступу : <http://donntu.edu.ua/abit/fakultet-menedzhmentu.html>.
6. Запорізький державний університет. – Режим доступу : <http://www.znu.edu.ua/ukr/university/departments/su>.
7. Київський національний університет ім. Т. Шевченка. – Режим доступу : <http://www.soc.univ.kiev.ua/>.
8. Класичний приватний університет. – Режим доступу : [http://virtuni.education.zp.ua/info\\_cpu/node/1240](http://virtuni.education.zp.ua/info_cpu/node/1240).
9. Луганський національний університет ім. Т. Шевченка. – Режим доступу : <http://luguniv.edu.ua/>.
10. Львівський національний університет ім. І. Франка. – Режим доступу : <http://www.sociology-lnu.org.ua/>.
11. Мелітопольський державний педагогічний університет ім. Б. Хмельницького. – Режим доступу : <http://www.mdpu.org.ua/new/kafedra-socolog.html>.
12. Міжнародний Соломонів університет. – Режим доступу : <http://www.isu-edu.com/index.php/ru/fakultety?id=1>.
13. Міжрегіональна академія управління персоналом. – Режим доступу : <http://www.maup.com.ua/instituts/isns/kafedra-sociologii>.
14. Національний авіаційний університет. – Режим доступу : <http://gmi2.nau.edu.ua/>.
15. Національний педагогічний університет ім. М. Драгоманова. – Режим доступу : <http://www.ispu.npu.edu.ua/>.
16. Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут». – Режим доступу : <http://web.kpi.kharkov.ua/sp/o-kafedre/>.
17. Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут». – Режим доступу : <http://fsp.kpi.ua/>.

18. Національний університет «Києво-Могилянська академія». – Режим доступу : <http://www.ukma.edu.ua/index.php/osvita/fakulteti/fsnst>.
19. Національний університет «Львівська політехніка». – Режим доступу : <http://lp.edu.ua/node/50>.
20. Національний університет «Одеська юридична академія». – Режим доступу : [http://onua.edu.ua/index.php?option=com\\_content&view=article&id=321&Itemid=69&lang=ru](http://onua.edu.ua/index.php?option=com_content&view=article&id=321&Itemid=69&lang=ru).
21. Одеська національна академія зв'язку ім. О. Попова. – Режим доступу : [http://www.onat.edu.ua/?pg=io\\_info](http://www.onat.edu.ua/?pg=io_info).
22. Одеський національний університет ім. І. Мечнікова. – Режим доступу : <http://onu.edu.ua/uk/structure/institutes/isn/>.
23. Східноєвропейський національний університет ім. Лесі Українки. – Режим доступу : <http://eenu.edu.ua/uk/structure/faculties-and-institutes/institut-socialnih-nauk>.
24. Східноукраїнський національний університет ім. В. Даля. – Режим доступу : <https://sociologysnu.wordpress.com/>.
25. Ужгородський національний університет. – Режим доступу : <http://www.uzhnu.edu.ua/uk/cat/faculty-fsusp>.
26. Харківський гуманітарний університет «Народна українська академія». – Режим доступу : [http://www.nua.kharkov.ua/index.php?option=com\\_content&view=article&id=881&Itemid=296](http://www.nua.kharkov.ua/index.php?option=com_content&view=article&id=881&Itemid=296).
27. Харківський державний педагогічний університет ім. Г. Сковороди. – Режим доступу : <http://pu.ac.kharkov.ua/>.
28. Харківський інститут екології та соціального захисту. – Режим доступу : <http://ecosoc.kharkov.ua/index/sociologii/0-105>.
29. Харківський національний університет внутрішніх справ. – Режим доступу : <http://univd.edu.ua/dir/1297/fakultet-prava-ekonomiki-psihologii-ta-informatsiynih-tehnologiy>.
30. Харківський національний університет ім. В. Н. Каразіна. – Режим доступу : <http://www.sociology.kharkov.ua/index.php/ua/>.
31. Харківський соціально-економічний інститут. – Режим доступу : [http://www.khsei.edu.ua/?page\\_id=9](http://www.khsei.edu.ua/?page_id=9).
32. Чернівецький національний університет ім. Ю. Федьковича. – Режим доступу : <http://www.sociology.chnu.edu.ua/index.php?page=ua>.
33. Чорноморський державний університет ім. Петра Могили. – Режим доступу : <http://www.chdu.edu.ua/index.php?page=sociology&hl=ukr>.

**Додаток В**

**ПРОВІДНІ МІЖНАРОДНІ СОЦІОЛОГІЧНІ ОРГАНІЗАЦІЇ**

<b>Країна</b>	<b>Назва організації та офіційний сайт</b>
<b>Африка</b>	
Бангладеш	Bangladesh Sociological Association (Соціологічна асоціація республіки Бангладеш) <a href="http://www.bsabd.org">http://www.bsabd.org</a>
Ефіопія	Ethiopian Society of Sociologists, Social Workers and Anthropologists (Ефіопська спільнота соціологів, соціальних працівників та антропологів) <a href="http://www.essswa.org.et">http://www.essswa.org.et</a>
Танзанія	Taasisi ya Sayansi Jamii (TASAJA) – Tanzania Association of Sociologists (Асоціація соціологів Танзанії) <a href="http://www.tasaja.org/">http://www.tasaja.org/</a>
Південна Африка	South African Sociological Association (Південно-Африканська соціологічна асоціація) <a href="http://www.sasaonline.org.za/">http://www.sasaonline.org.za/</a>
<b>Азія</b>	
Азербайджан	Azerbaijani Sociological Association (Азербайджанська соціологічна асоціація) <a href="http://www.asa.internet.az">http://www.asa.internet.az</a>
Китай	Chinese Sociological Association (Соціологічна асоціація Китаю) <a href="http://www.cs-en.cass.cn">http://www.cs-en.cass.cn</a>
Індія	Indian Sociological Association (Соціологічна асоціація Індії) <a href="http://www.insoso.org">http://www.insoso.org</a>
Японія	Japan Sociological Society (Соціологічна спільнота Японії) <a href="http://www.gakkai.ne.jp/jss/index-e.shtml">http://www.gakkai.ne.jp/jss/index-e.shtml</a>
Казахстан	Association of Sociologists of Kazakhstan (Асоціація соціологів Казахстану) <a href="http://ask-aleumettanu.kz/ru/">http://ask-aleumettanu.kz/ru/</a>
Корея	Korean Sociological Association (Соціологічна асоціація Кореї) <a href="http://www.ksa21.or.kr">http://www.ksa21.or.kr</a>
Пакистан	Sociological Association of Pakistan (Соціологічна асоціація Пакистану) <a href="http://www.sapandssrp.com">http://www.sapandssrp.com</a>



Монголія	Independent Research Institute Mongola (Незалежний дослідницький інститут Монголії) <a href="http://www.irim.mn">http://www.irim.mn</a>
Філіппіни	Philippine Sociological Society (Філіппінське соціологічне товариство) <a href="http://philippinesociology.com">http://philippinesociology.com</a>
Сингапур	NUS Sociology Society (Соціологічна спільнота NUS) <a href="http://www.nussocisoc.org">http://www.nussocisoc.org</a>
Тайвань	Taiwanese Sociological Association (Тайванська соціологічна асоціація) <a href="http://tsa.sinica.edu.tw">http://tsa.sinica.edu.tw</a>
Ізраїль	Israel Sociological Society (Соціологічне товариство Ізраїлю) <a href="http://www.israel-sociology.org.il">http://www.israel-sociology.org.il</a>
Іран	Iranian Sociological Association (Соціологічна асоціація Ірану) <a href="http://en.isa.org.ir">http://en.isa.org.ir</a>
Австралія	The Australian Sociological Association (Соціологічна асоціація Австралії) <a href="https://www.tasa.org.au">https://www.tasa.org.au</a>
<b>Латинська Америка</b>	
Латинська Америка	Asociación Latinoamericana de Sociología (Асоціація соціологів Латинської Америки) <a href="http://www.sociologia-alas.org">http://www.sociologia-alas.org</a>
Бразилія	Sociedade Brasileira de Sociologia (Соціологічне товариство Бразилії) <a href="http://www.sbsociologia.com.br/home/home.php">http://www.sbsociologia.com.br/home/home.php</a>
Чилі	Collegio de Sociylog@as (Соціологічний коледж) <a href="http://colegiodesociologos.cl">http://colegiodesociologos.cl</a>
Перу	Colegio de Sociylogos del Pегъ (Товариство соціологів Перу) <a href="http://colegiodesociologosperu.org">http://colegiodesociologosperu.org</a>
Уругвай	Asociaciyn de Profesores de Educaciyn Social y Cнvica, Sociologна y Derecho del Uruguay (Асоціація викладачів соціальний, соціологічних та правових дисциплін) <a href="http://laasociacion.org.uy">http://laasociacion.org.uy</a>
<b>Сполучені штати Америки</b>	
США	American Sociological Association (Американська соціологічна асоціація) <a href="http://www.asanet.org">http://www.asanet.org</a>

	<p>Eastern Sociological Society (Східне соціологічне товариство)  <a href="http://www.essnet.org">http://www.essnet.org</a>                  Mid-South Sociological Association (Центрально-південна соціологічна асоціація)  <a href="http://www.midsouthsoc.org">http://www.midsouthsoc.org</a>                  Midwest Sociological Society (Центрально-західна соціологічна асоціація)  <a href="http://www.themss.org">http://www.themss.org</a>                  North Central Sociological Association (Центрально-північна соціологічна асоціація)  <a href="http://www.ncsanet.org">http://www.ncsanet.org</a>                  Pacific Sociological Association (Тихоокеанська соціологічна асоціація)  <a href="http://www.pacificsoc.org">http://www.pacificsoc.org</a>                  Southern Sociological Society (Південне соціологічне товариство)  <a href="http://www.southernsociologicalsociety.org">http://www.southernsociologicalsociety.org</a>                  Southwestern Social Science Association (Південно-західна асоціація соціальних наук)  <a href="http://sssaonline.org">http://sssaonline.org</a>                  Southwestern Sociological Association (Південно-західна соціологічна асоціація)  <a href="http://www.swsociology.org/html/home.html">http://www.swsociology.org/html/home.html</a></p>
<b>Європа</b>	
Європа	<p>European Sociological Association (Європейська соціологічна асоціація)  <a href="http://www.europeansociology.org">http://www.europeansociology.org</a></p>
Австрія	<p>Österreichische Gesellschaft für Sociologie (Австрійська спільнота соціологів)  <a href="http://oegs.ac.at">http://oegs.ac.at</a></p>
Вірменія	<p>Society for Armenian Studies (Спільнот вірменських дослідників)  <a href="http://societyforarmenianstudies.com">http://societyforarmenianstudies.com</a></p>
Бельгія	<p>Flemish Sociological Association (Фламандська соціологічна асоціація)  <a href="http://www.sociologie.be">http://www.sociologie.be</a></p>
Болгарія	<p>Bulgarian Sociological Association (Соціологічна асоціація Болгарії)  <a href="http://www.bsa-bg.org/index.php">http://www.bsa-bg.org/index.php</a></p>

Хорватія	Croatian Sociological Association (Хорватська соціологічна асоціація) <a href="http://www.hsd.hr/web/en/">http://www.hsd.hr/web/en/</a>
Чехія	Masaryk Czech Sociological Association (Соціологічна асоціація республіки Чехія) <a href="http://www.ceskasociologicka.org">http://www.ceskasociologicka.org</a>
Англія	British Sociological Association (Британська соціологічна асоціація) <a href="http://www.britisoc.co.uk">http://www.britisoc.co.uk</a>
Естонія	Eesti Sotsioloogide Lit (Естонська соціологічна асоціація) <a href="http://4mecuze.havike.eenet.ee/wordpress/in-english-2/">http://4mecuze.havike.eenet.ee/wordpress/in-english-2/</a>
Фінляндія	Sosiaalipoliittinen Yhdistys Ry (Асоціація соціальної політики) <a href="http://sosiaalipoliittinenyhdistys.fi">http://sosiaalipoliittinenyhdistys.fi</a> Westermarck Society (Товариство Едварда Вестермарка) <a href="http://www.westermarck.fi/?language=en">http://www.westermarck.fi/?language=en</a>
Франція	Société Française de Sociologie (Французька асоціація соціологів) <a href="http://www.test-afs-socio.fr/drupal/">http://www.test-afs-socio.fr/drupal/</a>
Німеччина	Deutsche Gesellschaft für Soziologie (Німецька асоціація соціологів) <a href="http://www.soziologie.de">http://www.soziologie.de</a> Berufsverband Deutscher Soziologen (Профспілка німецьких соціологів) <a href="http://bds-soz.de">http://bds-soz.de</a>
Греція	Hellenic Sociological Association (Соціологічна асоціація Греції) <a href="http://sociology.gr">http://sociology.gr</a>
Угорщина	Hungarian Sociological Association (Соціологічна асоціація Угорщини) <a href="http://www.szociologia.hu/friss_hirek/">http://www.szociologia.hu/friss_hirek/</a>
Ірландія	Sociological Association of Ireland (Соціологічна асоціація Ірландії) <a href="http://www.sociology.ie">http://www.sociology.ie</a>
Італія	Associazione Italiana di Sociologia (Соціологічна асоціація Італії) <a href="http://www.ais-sociologia.it">http://www.ais-sociologia.it</a> Associazione Nazionale Sociologi (Національна асоціація соціологів) <a href="http://www.ans-sociologi.it">http://www.ans-sociologi.it</a>

	Società Italiana di Sociologia (Італійська спільнота соціологів) <a href="http://www.societaitalianasociologia.it">http://www.societaitalianasociologia.it</a>
Литва	Lithuanian Sociological Association (Соціологічна асоціація Литви) <a href="http://www.sociology.lt">http://www.sociology.lt</a>
Нідерланди	Nederlandse Sociologische Vereniging (Соціологічна асоціація Нідерландів) <a href="http://www.nsv-sociologie.nl">http://www.nsv-sociologie.nl</a>
Польща	Polish Sociological Association (Соціологічна асоціація Польщі) <a href="http://www.pts.org.pl">http://www.pts.org.pl</a>
Португалія	Associação Portuguesa de Sociologia (Соціологічна асоціація Португалії) <a href="http://www.aps.pt">http://www.aps.pt</a>
Румунія	Romanian Sociological Association (Соціологічна асоціація Румунії) <a href="http://www.arsociologie.ro/en/">http://www.arsociologie.ro/en/</a>
Словенія	Slovak Sociological Association (Соціологічна асоціація Словенії) <a href="http://www.sociologia.eu.sk">http://www.sociologia.eu.sk</a>
Іспанія	Asociación Castellano-Manchega de Sociología (Кастильсько-Ламанська асоціація соціологів) <a href="http://acms.es">http://acms.es</a>
Швейцарія	Schweizerische Gesellschaft für Soziologie (Соціологічна асоціація Швейцарії) <a href="http://www.sgs-sss.ch/en-homepage">http://www.sgs-sss.ch/en-homepage</a>
Туреччина	Sociological Association of Turkey (Соціологічна асоціація Туреччини) <a href="http://www.sosyolojidernegi.org.tr">http://www.sosyolojidernegi.org.tr</a> Turkish Social Science Association (Турецька спілка соціологів) <a href="http://www.tsbd.org.tr">http://www.tsbd.org.tr</a>

## Додаток Г

### ВІТЧИЗНЯНІ СОЦІОЛОГІЧНІ ЖУРНАЛИ, ЧАСОПИСИ, ВІСНИКИ

1. Вісник Дніпропетровського університету. Серія: філософія, соціологія, політологія (Дніпропетровський національний університет імені Олеся Гончара МОН України). – Режим доступу : <http://visnukpfs.dp.ua/index.php/PFS>.

2. Вісник Львівського університету. Серія: соціологічна (Львівський національний університет імені Івана Франка МОН України). – Режим доступу : [http://www.sociology-lnu.org.ua/Doslidzhennia/Visnyk\\_LNU\\_Sociolog/visnyk\\_lnu\\_sociolog.html](http://www.sociology-lnu.org.ua/Doslidzhennia/Visnyk_LNU_Sociolog/visnyk_lnu_sociolog.html).

3. Вісник Міжнародного Слов'янського університету. Харків. Серія: Соціологічні науки (ВЗО «Міжнародний Слов'янський університет. Харків»). – Режим доступу : <http://irbis-nbuv.gov.ua/>.

4. Вісник Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут». Політологія. Соціологія. Право (Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут» МОН України). – Режим доступу : <http://visnyk-ppsp.kpi.ua/>.

5. Вісник Національної юридичної академії України ім. Ярослава Мудрого. Серія: Філософія, філософія права, політологія, соціологія (Національна юридична академія України ім. Ярослава Мудрого МОН України). – Режим доступу : <http://dspace.nulau.edu.ua/handle/123456789/1253>.

6. Вісник Одеського національного університету. Соціологія і політичні науки (Одеський національний університет імені І. І. Мечнікова МОН України). – Режим доступу : <http://heraldiss.onu.edu.ua/>.

7. Вісник Харківського національного університету внутрішніх справ (Харківський національний університет внутрішніх справ МВС України). – Режим доступу : <http://visnyk.univd.edu.ua/>.

8. Вісник Харківського національного університету. Серія «Соціологічні дослідження сучасного суспільства: методологія, теорія, методи» (Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна МОН України). – Режим доступу : <http://www.sociology.kharkov.ua/ukr/vestnik.php>.

9. Вчені записки Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського. Серія «Філософія. Культурологія. Політологія. Соціологія» (Таврійський національний університет імені В. І. Вернадського МОН України). – Режим доступу : <http://www.tnu.crimea.ua>.

10. Збірник наукових праць Донецького державного університету управління. Серія «Спеціальні та галузеві соціології» (Донецький державний університет управління МОН України).

11. Мультиверсум. Філософський альманах (Інститут філософії імені Г. С. Сковороди НАН України). – Режим доступу : <http://multiver-sum.com.ua/>.

12. Науковий часопис НПУ імені М. П. Драгоманова. Серія: Соціологія. Соціальна робота. Соціальна педагогіка, управління (Національний педагогічний університет імені М. П. Драгоманова МОН України). – Режим доступу : <http://enpuir.npu.edu.ua/handle/123456789/215>.

13. Наукові записки НАУКМА. Соціологічні науки (Національний університет «Києво-Могилянська Академія»). – Режим доступу : <http://nz.ukma.edu.ua/>.

14. Наукові праці. Серія: соціологія (Чорноморський державний університет імені Петра Могили МОН України). – Режим доступу : <http://lib.chdu.edu.ua/index.php?m=10&s=11>.

15. Науково-теоретичний і громадсько-політичний альманах «Грані» (Дніпропетровський національний університет імені Олеся Гончара МОН України, Об'єднання громадян «Центр соціально-політичних досліджень»). – Режим доступу : <http://www.grani.org.ua/>.

16. Нова парадигма (Національний педагогічний університет імені М. П. Драгоманова МОН України). – Режим доступу : <http://www.nova-paradigma.org.ua/>.

17. Право і Безпека (Харківський національний університет внутрішніх справ МВС України). – Режим доступу : <http://pb.univd.edu.ua/>.

18. Ринок праці та зайнятість населення (Інститут підготовки кадрів державної служби зайнятості України Міністерства праці та соціальної політики України). – Режим доступу : <http://ipk-dszu.kiev.ua/journal/>.

19. Соціальна психологія (Український центр психологічного менеджменту). – Режим доступу : <http://www.politik.org.ua/vid/SP.php3>.

20. Соціальні виміри суспільства (Інститут соціології НАН України). – Режим доступу : [http://i-soc.com.ua/fw/svs\\_contents\\_ru.php](http://i-soc.com.ua/fw/svs_contents_ru.php).

21. Соціальні технології: актуальні проблеми теорії та практики (Класичний приватний університет). – Режим доступу : [http://virtuni.education.zp.ua/info\\_cpu/node/231](http://virtuni.education.zp.ua/info_cpu/node/231).

22. Соціологічні дослідження (Східноукраїнський національний університет імені Володимира Даля МОН України). – Режим доступу : [http://librarysnu.at.ua/index/naukovi\\_vidannja\\_snu\\_im\\_v\\_dalja/0-46](http://librarysnu.at.ua/index/naukovi_vidannja_snu_im_v_dalja/0-46).

23. Соціологія: теорія, методи, маркетинг (Інститут соціології НАН України). – Режим доступу : <http://www.i-soc.com.ua/journal/content.php>.

24. Український соціологічний журнал (Соціологічна асоціація України). – Режим доступу : <http://www.sau.kiev.ua/magazine.html>.

25. Український соціум (Державна установа «Інститут економіки та прогнозування НАН України», Український інститут соціальних

досліджень імені Олександра Яременка, Інститут демографії та соціальних досліджень НАН України імені М. В. Птухи, Київський міжнародний університет, Центр «Соціальний моніторинг»). – Режим доступу : <http://www.ukr-socium.org.ua/>.

### **Провідні російські соціологічні журнали**

1. Laboratorium: Журнал социальных исследований [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.soclabo.org/index.php/laboratorium>.

2. Альманах «Социологос» [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://sociolo.gos.net/>.

3. Вестник Института социологии (Институт социологии РАН) [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.vestnik.isras.ru/>.

4. Вестник общественного мнения [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.levada.ru/zhurnal>.

5. Журнал социологии и социальной антропологии [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.jourssa.ru/>.

6. Интер (Институт социологии РАН) [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.isras.ru/inter.html>.

7. Социальная реальность [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://corp.fom.ru/socreal>.

8. Социологические исследования (Институт социологии РАН) [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.isras.ru/socis.html>.

9. Социологический журнал (Институт социологии РАН) [Электронный ресурс]. – Режим доступа : [http://www.isras.ru/Sociological\\_magazine.html](http://www.isras.ru/Sociological_magazine.html).

10. Социологическое обозрение [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://sociolo.gica.hse.ru/>.

11. Социология: методология, методы, математические модели (4М) (Институт социологии РАН) [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.isras.ru/4M.html>.

12. Телескоп [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.teleskop-journal.spb.ru/>.

13. Экономическая социология [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://ecsoc.hse.ru/>.

## Додаток Д

### КОДЕКС ПРОФЕСІЙНОЇ ЕТИКИ СОЦІОЛОГА

*(Затверджений V з'їздом Соціологічної асоціації України,  
20 травня 2004 р., Київ)*

#### Вступ

Кодекс професійної етики соціолога Соціологічної асоціації України (САУ) визначає принципи й етичні норми професійної відповідальності та поведінки соціологів. Кодекс складається зі вступу, преамбули, основних принципів і конкретних етичних норм. До складу Кодексу входить розділ «Відповідальність за порушення Кодексу професійної етики соціолога», що описує процедури подання, розгляду і розв'язання скарг у зв'язку з неетичною поведінкою Комісією з професійної етики (КПЕ) САУ.

Преамбула та основні принципи кодексу визначають головні етичні орієнтири діяльності членів Асоціації відповідно до її вищих ідеалів. Хоча преамбула та основні принципи не є правилами до обов'язкового виконання, соціологи мають ними керуватися при розв'язанні етичних проблем, пов'язаних із професійною діяльністю, а Комісія з професійної етики має спиратися на них при інтерпретації етичних норм.

Етичні норми встановлюють правила поведінки соціологів. Більшість етичних норм сформульовано в загальному вигляді, так, щоб їх можна було застосувати до різних ситуацій. Склад наведених норм не є вичерпним. Якщо в Кодексі не йдеться про якусь конкретну форму поведінки, це не означає, що поведінку не варто оцінювати з позиції загальних етичних принципів і норм.

Членство в САУ передбачає прийняття Кодексу професійної етики соціолога САУ і дотримання процедур, проваджуваних Комісією з професійної етики.

При вступі до САУ приймається зобов'язання виконувати ці положення. Порушення положень кодексу може призвести до застосування санкцій, аж до виключення з членів Асоціації.

Особиста діяльність, що не впливає на виконання соціологами їхніх професійних ролей, не є предметом Кодексу професійної етики соціолога.

#### Преамбула

Кодекс професійної етики соціолога встановлює загальну систему цінностей, відповідно до якої соціологи будують свою професійну



роботу. Кодекс складено так, щоб подати основні принципи і правила, що стосуються професійних ситуацій, з якими можуть зустрітися соціологи. Головною метою є благополуччя і захист індивідів і груп, з якими працюють соціологи. Дотримання норм професійної етики при проведенні наукової роботи, у викладанні, практичній діяльності та при наданні послуг входить до сфери індивідуальної відповідальності кожного соціолога.

Кожен соціолог може доповнювати свої правила поведінки, виходячи з власних особистих цінностей, культури і досвіду, але не порушуючи зафіксовані в цьому кодексі.

### **Основні принципи**

Наведені нижче основні принципи мають розглядатися соціологом як орієнтир при виборі етичного варіанта поведінки в різних контекстах. Вони є критеріями професійної поведінки відповідно до вищих ідеалів у цій сфері людської діяльності.

#### **I. Повага до прав людини, її гідності та індивідуальності**

Соціологи зобов'язані поважати права, гідність та індивідуальність кожної людини. У своїй професійній діяльності вони зобов'язані уникати упередження, будь-яких форм нетолерантності й дискримінації стосовно статі; віку; етнічної належності; раси; національного походження; мови; релігії; нездатності; стану здоров'я; сімейного стану кожної людини. Вони зобов'язані бути уважними до культурних, індивідуальних і рольових відмінностей при наданні послуг, навчанні й дослідженні груп людей із різними характеристиками. В усій своїй практичній діяльності соціологи мають визнавати права інших людей на свої цінності, думки і ставлення, відмінні від їхніх власних.

#### **II. Професійна компетентність**

Соціологи зобов'язані підтримувати найвищий рівень компетентності у своїй роботі; вони розуміють, що їхні професійні можливості мають певні межі й беруться лише за ті завдання, для яких мають належну освіту, вміння і досвід. Вони визнають необхідність постійного підвищення свого освітнього рівня, щоб залишатися професійно компетентними; вони використовують відповідні наукові, професійні, технічні й адміністративні засоби, потрібні для підтримки їхньої професійної діяльності на компетентному рівні. Вони консультуються з іншими професіоналами з метою поліпшення своєї роботи зі студентами, учасниками дослідження й замовниками.

#### **III. Чесність**

У своїй професійній діяльності – у наукових дослідженнях, викладанні, практичній роботі, наданні послуг – соціологи зобов'язані діяти

чесно, справедливо і шанувати права й інтереси один одного та інших людей, яких торкається їхня професійна діяльність. Свої взаємовідносини соціологи зобов'язані будувати на засадах довіри один до одного й у жодному разі свідомо не висувати тверджень, що вводять в оману.

#### **IV. Професійна відповідальність**

Соціологи зобов'язані дотримуватися найвищих професійних норм і брати на себе відповідальність за свою роботу. У своїй професійній діяльності вони виходять з того, що всі разом вони становлять одну спільноту й відповідають за розвиток соціологічного знання та підтримання авторитету соціології у науковій і соціально-практичній сферах життя суспільства. Соціологи усвідомлюють цінність довіри громадськості до висновків соціології, вони зацікавлені в етичній поведінці один одного, їх непокоїть те, що дії декого з них можуть скомпрометувати цю довіру. Соціологи мають прагнути діяти колегіально, але не повинні дозволяти цьому прагненню до колегіальності ставати важливішими за їхню особисту відповідальність за етичну поведінку. У разі потреби соціологи мають консультиватися з колегами, щоб уникати порушення етичних норм.

#### **V. Соціальна відповідальність**

Соціологи мають усвідомлювати свою професійну відповідальність перед суспільством, у якому вони живуть і працюють. Вони зобов'язані подавати громадськості свої знання й уміння на благо самого суспільства. Здійснюючи дослідження, соціологи мають намагатися розвивати соціологію як науку і приносити користь суспільству.

### **Етичні норми**

#### **1. Організація професійної діяльності і трудові відносини**

1.1. Професійна діяльність соціолога (дослідження, викладання, консультивання, експертиза, надання послуг, публічні виступи) здійснюється тільки в межах компетентності, ґрунтованої на його освіті або на досвіді, здобутому під відповідним науковим керівництвом.

1.2. Наймаючись на роботу, соціолог надає роботодавцю точну і повну інформацію про свою професійну кваліфікацію і досвід роботи. При звільненні з роботи соціолог здійснює можливі кроки для зменшення негативних наслідків свого звільнення.

1.3. Соціолог відповідає за моральний дух і ставлення до професії своїх підлеглих, співробітників, студентів і ніколи не демонструє зневаги до професійно-етичних принципів наукової і викладацької роботи.

1.4. У процесі роботи, а також при прийнятті на роботу та звільненні з роботи соціолог обстоює справедливе ставлення до всіх працівників, утримуючись від дискримінації залежно від віку, статі, раси,

національності, етнічного походження, мови, релігії, стану здоров'я, сімейного стану або якихось інших обставин, що захищаються законом.

1.5. Виступаючи в ролі керівника дослідницького колективу (постійного або тимчасового), соціолог при прийнятті на роботу співробітників або укладаючи тимчасову трудову угоду на період роботи над проектом, чітко визначає вимоги для прийняття на роботу, функції співробітника, його права й обов'язки, термін перебування на посаді, тривалість роботи, умови і розміри оплати праці, можливості посадового підвищення.

1.6. Соціолог не дає завдання своїм підлеглим, співробітникам, студентам, якщо їхню освіту або професійний досвід не можна оцінити як достатні для того, щоб це завдання було виконане на належному професійному рівні.

1.7. Жодні міркування персональної, економічної або професійної вигоди не дають права соціологам на експлуатацію людей, якими вони керують і роботу яких оцінюють (студентів, підлеглих, співробітників або учасників дослідження).

1.8. Соціолог утримується від діяльності, якщо його особисті обставини можуть вплинути на професійну роботу або завдати шкоди людям, перед якими він професійно відповідальний.

1.9. При поданні заявок на гранти соціолог зобов'язується зберігати чесність стосовно можливих конкурентів і не вдаватися до використання неформальних відносин із членами конкурсної комісії, рецензентами, співробітниками організацій, які фінансують гранти.

## **2. Науково-дослідницька діяльність**

2.1. Соціолог вважає своїм професійним обов'язком бути в курсі наукової і професійної інформації у своїй сфері діяльності, підтримувати високий рівень професійної компетентності.

2.2. Соціолог проводить дослідження, викладання, практичну роботу в новій царині або із залученням нових технологій тільки після вжиття необхідних заходів, що гарантують компетентність його роботи в цій галузі.

2.3. У будь-якому виді діяльності, пов'язаному з виконанням професійних обов'язків, соціолог ніколи свідомо не спотворює істину, хоч би які обставини провокували його на дії такого роду.

2.4. Соціолог виявляє наукову чесність і коректність в оцінюванні свого дослідження, чітко усвідомлюючи й посилаючись на внесок попередників, колег і підлеглих у теоретичні засади, методика, організаційний процес і результати дослідження.

2.5. Соціолог несе особисту відповідальність за результати, отримані ним на базі програм і методик інших дослідників, а також за використання чужих ідей і результатів у власній науковій праці.

2.6. Соціолог не допускає того, щоб при аналізі соціальних проблем його особисті інтереси та інші сторонні впливи перешкождали встановленню наукової істини.

2.7. Керуючись ідеалом досягнення істини, соціолог приділяє особливу увагу надійності соціологічної інформації; достовірності висновків і рекомендацій, що робляться на основі аналізу цієї інформації.

2.8. Соціолог має чітко усвідомлювати обмеженість застосовуваних методик, своїх пізнавальних можливостей, обсягу наявних ресурсів і братися за реалізацію лише тих дослідницьких цілей, які можуть бути досягнуті в рамках цих обмежень.

2.9. Соціолог уживає заходів для захисту прав і добробуту учасників дослідження та інших осіб, що підпадають під вплив цього дослідження.

2.10. Соціолог відповідальний за етичне проведення дослідження не тільки зі свого боку, а й з боку тих осіб, якими він керує або яких контролює.

2.11. Соціолог не припускає використання методів, техніки, процедур, що впливають на гідність особистості респондентів (обстежуваних) та порушують їхні інтереси.

2.12. Соціолог, який проводить дослідження, має діставати згоду від учасників дослідження: 1) якщо дані збираються від учасників дослідження шляхом спілкування (опитування) або втручання в їхнє життя; 2) якщо проведення дослідження відбувається у приватних умовах, коли респондент не очікує жодної реєстрації того, що відбувається.

2.13. Соціолог має діставати згоду учасників дослідження до проведення відеозапису, кінозйомок чи будь-якого іншого виду документування, якщо це не безпосередні спостереження в громадських місцях.

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

2.15. Соціолог інформує учасників дослідження про важливі чинники, здатні вплинути на їхнє бажання взяти в ньому участь (наприклад, імовірний ризик і вигода від цієї участі); він пояснює інші аспекти дослідження і відповідає на питання майбутніх учасників. Соціолог пояснює, що відхилення або відмова від участі в дослідженні в цілому або в якійсь його частині не тягне за собою жодного покарання.

2.16. Соціолог ніколи не обманує учасників дослідження стосовно аспектів, здатних істотно впливати на їхнє бажання брати участь (наприклад, фізичний ризик, дискомфорт, неприємні емоційні наслідки).

2.17. Соціолог дотримується всіх зобов'язань, які він дає учасникам дослідження в процесі одержання згоди.

2.18. При проведенні дослідження з дітьми соціолог дістає згоду батьків або чинно уповноваженого опікуна. Соціолог може не звертатися за згодою до батьків або опікуна, якщо: 1) дослідження призведе до мінімального ризику для його учасників; 2) дослідження практично неможливо провести в разі отримання такої згоди; 3) згода батьків або опікуна не є необхідним актом захисту дитини (наприклад, від батьків, позбавлених батьківських прав).

2.19. Соціолог не використовує облудні методи, крім тих випадків, коли визначено, що ці методи не завдадуть шкоди учасникам дослідження; встановлено, що вони мають наукову, освітню або прикладну цінність і рівні за ефективністю методи, що не використовують облуду, в цьому разі незастосовні й коли на це є дозвіл органу САУ, що проводить експертизу з етичних питань дослідження.

2.20. У взаємовідносинах із респондентами соціолог суворо дотримується гарантії конфіденційності, нерозголошення повідомлених респондентами відомостей. Виняток становлять випадки, коли це не передбачено програмою збирання даних, про що респонденти (обстежувані) мають бути завчасно попереджені.

2.21. При використанні особистої інформації соціолог захищає конфіденційність інформації, за якою ідентифікується особистість людини. Інформація розглядається як особиста, якщо людина вважає, що вона не має стати надбанням громадськості. Конфіденційність не потрібна при дослідженнях, проведених у громадських місцях, під час акцій, здійснюваних привселюдно, або інших дій, щодо яких законом не охороняються права на приватне життя.

2.22. Соціолог не повинен використовувати інформацію, зібрану конфіденційно, отже, щоб вона компрометувала учасників дослідження, співробітників, замовників або інших осіб.

2.23. Коли конфіденційна інформація, що стосується учасників дослідження, замовників або інших одержувачів наданих послуг, надходить у бази або системи документів, доступні людям, котрі не мають на це попереднього дозволу відповідних сторін, соціолог забезпечує недоступність індивідуальних ідентифікаторів. Коли соціолог передає конфіденційні записи, дані або інформацію іншим людям або організаціям, він одержує гарантії того, що одержувач вживе заходи для захисту конфіденційності не меншою мірою, ніж це було раніше. Соціолог планує свою роботу так, щоб конфіденційні записи, дані та інформація були захищені у разі його смерті, недієздатності, звільнення з посади або зміни професії.

2.24. Соціолог, який виконує функції керівника дослідницького проекту, має забезпечувати цілість усієї робочої документації польового етапу емпіричного дослідження, що дає змогу здійснити перевірку його якості, методичних та організаційних особливостей (заповнені бланки опитувальників, інструкції інтерв'юерам, супервайзерам, звіти інтерв'юерів, супервайзерів, менеджерів проекту, керівника дослідження, опис вибірки, інструкції з добору респондентів, відео- та аудіозаписи тощо) впродовж як мінімум 12 місяців після публікації, що містить докладну інформацію про організаційні й методичні принципи дослідження (опис вибірки, методик, організаційних особливостей), але не менш як за 2 роки після завершення дослідження.

2.25. При плануванні та проведенні дослідження соціолог визначає його сумісність із Кодексом професійної етики соціолога. Якщо виникають сумніви стосовно питань етичності такої роботи, соціолог консультується з Комісією з етики САУ.

### **3. Наукове спілкування**

3.1. Соціолог обстоює свої погляди, ідеї і концепції, незважаючи на кон'юнктуру й авторитети.

3.2. Ставлення соціолога до інших ідей і людей – авторів або прихильників цих ідей – визначається толерантністю й повагою. Наукова критика і полеміка як природні для науки форми її розвитку несумісні з навішуванням ідеологічних ярликів та з будь-якими спробами зведення рахунків з опонентами.

3.3. У професійних дискусіях соціолог намагається не дискредитувати своїх опонентів у професійному та особистісному аспектах, не маючи для цього вагомих підстав, пов'язаних із грубим порушенням ними етики наукової і викладацької діяльності.

3.4. Соціолог не шукає персональної вигоди в інформації, отриманій в конфіденційному контексті (наприклад, у знаннях, отриманих при рецензуванні рукопису або при наданні допомоги в роботі із замовленнями на дослідження), не маючи на те авторського дозволу або до широкого оприлюднення цих матеріалів.

3.5. Соціологи обмінюються інформацією у формі, що є сумісною з інтересами учасників дослідження, не порушує встановлені межі конфіденційності та узгоджується з Кодексом професійної етики соціолога.

3.6. Соціолог за узгодженням із науковим керівником проекту або замовником дослідження відкриває доступ до своїх даних після завершення проекту або після основних публікацій, крім тих випадків, коли існують спеціальні домовленості з керівництвом чи замовниками на заборону такого доступу або якщо неможливо надати ці дані з огляду на їх конфіденційність або загрозу розкриття анонімності учасників

дослідження (наприклад, записи польового етапу робіт, детальна інформація етнографічних інтерв'ю).

3.7. Доступ до своїх даних соціолог забезпечує: 1) публікаціями; 2) переданням матеріалів дослідження в архіви соціологічної інформації; 3) переданням матеріалів дослідження іншим соціологам, котрі запитують дані для подальшого аналізу; 4) співробітництвом із засобами масової інформації. Соціолог може в разі потреби зажадати від тих, хто запитує його дані для подальшого аналізу, оплатити пов'язані з цим витрати.

3.8. Керівник дослідницького колективу, що здійснює виконання того або того наукового проекту, визначає порядок і черговість оприлюднення отриманих результатів; він може передоручити цю функцію цю діяльність, керівник (або відповідальний виконавець) намагається знаходити компромісні рішення для запобігання можливих конфліктів інтересів: 1) між зацікавленістю соціологів у якомога швидшому оприлюдненні отриманих результатів і необхідністю перевірки достовірності результатів, обґрунтованості інтерпретації, висновків і рекомендацій; 2) між особистими науковими інтересами співвиконавців проекту.

3.9. Будучи членом дослідницького колективу, що здійснює емпіричні дослідження, соціолог завчасно погоджує з керівником проекту порядок оприлюднення або іншого використання у власних наукових чи практичних цілях результатів колективних соціологічних досліджень, у яких він брав участь. У тих випадках, коли соціолог своєчасно не узгодив ці питання, він має дістати дозвіл керівника проекту на оприлюднення, передання іншим особам або якимсь інше застосування отриманих результатів.

#### **4. Презентація результатів дослідження і наукові публікації**

4.1. Соціолог вважає своїм обов'язком повідомляти про результати проведеного дослідження, крім випадків виникнення непередбачених обставин або спеціальних домовленостей із керівництвом або замовниками на заборону такого повідомлення.

4.2. Соціолог не фабрикує дані, не фальсифікує результати і не пропонує у своїх публікаціях і презентаціях недостатньо обґрунтовані висновки, рекомендації, соціально-політичні узагальнення та ярлики.

4.3. Соціолог утримується від поспішних публікацій, якщо подані в них ідеї або дані недостатньо обґрунтовані чи перевірені. Особливу скрупульозність соціолог виявляє в тих випадках, коли недостатньо обґрунтовані або перевірені результати дослідження можуть вплинути на репутацію й авторитет конкретних людей або організацій.

4.4. Презентуючи свою роботу, соціолог повідомляє повну інформацію про неї і не пропускає дані, які не узгоджуються з його гіпотезами і

концепціями. Він оголошує результати незалежно від того, збігаються вони з прогнозованими чи суперечать їм.

4.5. Після публічної презентації результатів свого дослідження соціолог дозволяє іншим ученим проводити відкрите оцінювання й верифікацію методів і даних із належними заходами остороги, якщо це необхідно для захисту конфіденційності учасників дослідження.

4.6. Якщо соціолог виявив серйозні помилки у своїх публікаціях або інших формах подання інформації, він вживає заходів для виправлення цього у спеціальних заявах або інших прийнятих у науковому співтоваристві формах.

4.7. У своїх публікаціях, наукових доповідях і повідомленнях соціолог використовує неопубліковані дані досліджень інших учених тільки з їхнього письмового дозволу, в якому вказується, які дані й у якій формі можуть бути використані. У тих випадках, коли між колегами склалися довірчі відносини, згода може бути отримана в усній формі. Проте при цьому соціолог, що використовує дані, усвідомлює можливий ризик і перебирає на себе відповідальність за виникнення конфліктних ситуацій, пов'язаних із різним тлумаченням згоди на використання чужих даних.

4.8. При посиланні на роботи інших учених соціолог відповідальний за слушність викладу цих робіт, концептуальних положень, методів і результатів, які вони містять, за точність цитованих текстів.

4.9. Соціологічні публікації, особливо якщо вони спираються на емпіричну базу, крім відповідності загальнонауковим вимогам мають містити інформацію, що дає змогу професійно оцінити коректність постановки дослідницьких завдань і ступінь достовірності отриманих даних.

4.10. Соціолог із повагою ставиться до праці своїх колег, обов'язково згадує про частку їхньої участі в його дослідженні і допомогу в роботі над опублікованою науковою працею (звітом про дослідження), висловлюючи подяку за будь-яку допомогу, що не дає права на співавторство.

4.11. Шануючи працю колег і авторське право інтелектуальної власності, соціолог при використанні у своїх дослідженнях методик (частин методик, методичних фрагментів), запозичених з інших робіт, або наводячи дані інших досліджень, завжди посилається на авторів методик і програм дослідження.

4.12. Плагіат і привласнення в будь-яких формах чужих ідей, текстів, методик і даних досліджень неприпустимі й несумісні з професійною діяльністю соціолога.



4.13. Соціолог не розкриває у своїх статтях, лекціях, інших привселюдних виступах конфіденційну інформацію, що дає змогу ідентифікувати учасників дослідження, якщо на це немає згоди самих цих людей або їхніх законних представників.

4.14. У своїх статтях соціолог повідомляє про джерела фінансування. В особливих випадках соціологи можуть не розкривати імені конкретного спонсора, але при цьому вони подають повний і адекватний опис цілей спонсора і його інтересів.

### **5. Публічні виступи**

5.1. Соціологи не роблять привселюдних заяв, якщо вони фальшиві, хибні, вводять в оману з приводу: 1) професійної підготовки, досвіду або компетентності соціологів; 2) академічних ступенів; 3) повноважень соціологів; 4) зв'язків соціологів із інститутами або асоціаціями; 5) послуг соціологів; 6) гонорарів; 7) публікацій або наукових результатів; 8) наукової бази, результатів або міри успішності своєї професійної діяльності.

5.2. Якщо соціолог дає професійні поради або коментарі у публічній лекції, інтерв'ю, радіо- або телевізійній програмі, попередньо записаному відео- або аудіоматеріалі, в інформації, підготовленій для ЗМІ, то він має вжити заходів, які гарантують, що ці твердження ґрунтовані на перевірених наукових даних і не суперечать Кодексу професійної етики соціолога.

5.3. Соціолог, що співробітничав з іншими особами й організаціями, які створюють або презентують продукти його роботи, несе цілковиту відповідальність за ті повідомлення, що надходять від цих осіб і організацій, якщо вони стосуються його роботи.

5.4. У роботі з пресою, радіо, телебаченням, іншими комунікаційними засобами соціолог усвідомлює потенційну можливість неадекватної інтерпретації його висловлювань журналістами, що пояснюється розбіжностями існуючих фахових вимог до професій соціолога і журналіста, і вживає заходів, щоб ця інтерпретація була адекватною.

5.5. Соціолог стежить за тим, щоб матеріали преси, радіо і телебачення, які прямо або опосередковано використовують результати проведеного ним дослідження, містили адекватну інтерпретацію його даних і необхідний мінімум інформації, що дає змогу аудиторії ЗМІ одержати уявлення про особливості організації і проведення дослідження (опис складу й обсягу вибірки, вказівка на похибку репрезентативності, терміни проведення дослідження, соціологічну організацію, відповідальну за якість інформації).

### **6. Редакційно-видавнича діяльність**

6.1. Передаючи рукопис у професійний часопис, регулярне видання або книгу, що редагується, соціологи гарантують, що це перше подання

на публікацію, крім випадків, коли чітко дозволене багатократне подання. Соціологи не передають рукопис на повторну публікацію до одержання офіційного рішення про прийняття до публікації або до повернення рукопису з відмовою.

6.2. При повторному поданні своєї опублікованої роботи в редакцію або видавництво соціолог повідомляє видавців – коли і де ця робота була опублікована раніше.

6.3. Працюючи редактором часопису або регулярного видання, соціолог не керується особистими або ідеологічними преференціями, дотримується конфіденційності процесу рецензування, вживає заходів для своєчасного розгляду всіх рукописів і надання оперативних відповідей на запити про стан розгляду, не заважає публікації всіх рукописів, прийнятих до публікації, якщо в них немає серйозних помилок, виявлених після ухвалення рішення про публікацію (наприклад, плагіат або фальсифікація дослідження).

6.4. Рецензуючи роботи своїх колег, соціолог керується критеріями істини, об'єктивності, професійної компетентності й етики наукової діяльності, уникаючи демонстрації свого власного ставлення до автора, емоційних оцінок, а також навішування ідеологічних і політичних ярликів.

6.5. Вважаючи за благо критичний аналіз своєї роботи на всіх її етапах, соціолог із повагою ставиться до критичних зауважень своїх колег і не розглядає наукових опонентів як особистих ворогів або недоброчинців.

6.6. Рецензуючи матеріал, поданий до публікації, одержання гранта або з іншою метою, соціолог поважає конфіденційність цього процесу і права власності на інформацію тих, хто подав цей матеріал.

6.7. Соціолог може відмовитися рецензувати роботи інших людей, якщо це стосується його особистих інтересів, особистих взаємовідносин або якщо він вагається щодо чесності когось із тих, хто зацікавлений у результатах рецензування.

## **7. Освіта, викладання, професійна підготовка**

7.1. Беручись до викладацької діяльності, соціолог оцінює свої знання і навички з погляду їх відповідності вимогам якісної соціологічної освіти і, за потреби, вживає заходів для підвищення своєї викладацької кваліфікації.

7.2. На початку свого курсу соціолог надає студентам і слухачам чітку інформацію про зміст курсу і критерії оцінювання знань і навичок, набутих у процесі навчання, якими він керуватиметься при оцінюванні успішності.

7.3. Зміст курсу, вимоги до студентів і слухачів, оцінювання успішності соціолог визначає, керуючись критеріями якісної освіти, забезпе-

чення сучасного рівня соціологічних знань, справедливості оцінок успішності.

7.4. Соціолог не дозволяє особистому неприйняттю або інтелектуальній розбіжності стати на заваді спілкуванню зі студентами і слухачами або впливати на їхнє навчання, успішність чи професійну діяльність.

7.5. Працюючи викладачем, соціолог прагне того, щоб уявлення про майбутню професію у студентів і слухачів формувалися в суворій відповідності із Кодексом професійної етики соціолога.

## **8. Консультування й експертиза**

8.1. Соціолог погоджується працювати експертом або консультантом тільки тоді, коли він детально обізнаний з предмета, методів і технології, якими він планує користуватися.

8.2. Перш ніж братися до роботи експерта або консультанта, соціолог надає зацікавленій особі або організації, яким він планує надавати послуги, точну й повну інформацію про свою професійну кваліфікацію, підтверджену освітою, публікаціями і досвідом наукової праці у відповідній сфері. Соціолог не вводить в оману щодо своєї кваліфікації у сфері роботи, що відповідає предмету консультування й експертизи.

8.3. Представляючи свої професійні судження або експертні висновки, соціолог точно, детально і чесно говорить про обмеженість цих висновків.

8.4. Соціолог не береться за роботу з консультації та експертизи, якщо це вимагає порушення норм Кодексу професійної етики соціолога. Соціолог відмовляється від цієї діяльності, коли виявляє таке порушення і не може домогтися виправлення ситуації.

8.5. Якщо соціолог дізнається про неправильне використання або неправильне подання своєї роботи, він має вжити заходів для виправлення ситуації або мінімізації наслідків цього неправильного використання або неправильного подання.

## **9. Робота за контрактами і надання послуг**

9.1. У відносинах із замовниками соціолог суворо дотримується умов, передбачених договірними зобов'язаннями.

9.2. Соціолог не береться за роботу на замовлення, якщо це вимагає порушення норм Кодексу професійної етики соціолога. Соціолог відмежовується від цієї діяльності, коли виявляє таке порушення і не може домогтися виправлення ситуації.

9.3. При укладанні угоди замовник має право на конфіденційність: 1) факту виконання замовлення; 2) свого імені та назви своєї організації; 3) отриманої в результаті дослідження інформації (всієї або якоїсь її частини).

9.4. Розробляючи положення контракту на дослідження або інші послуги, соціолог на самому початку роботи визначає характер відносин із замовником, зокрема пункти і міру конфіденційності замовлення. За згодою замовника в умовах контракту застерігають обмеження і можливості соціолога в майбутньому використовувати результати дослідження у своїй науковій діяльності та публікаціях, графік роботи, оплату та її форму.

9.5. Соціолог має чесно і своєчасно (до підписання угоди або укладання контракту) попередити замовника, що у випадках оприлюднення соціологом результатів емпіричного дослідження він має вказувати спонсора проекту, а отже, згодою на оприлюднення отриманої інформації замовник скасовує можливість конфіденційності організації, яку він презентує.

9.6. Соціолог також має попередити замовника, що в тих випадках, коли замовник планує сам публікувати або якимось іншим шляхом подавати дані соціологічного дослідження для оприлюднення, він має як інформацію, що супроводжує результати, вказувати ім'я соціолога, котрий здійснює керівництво соціологічним проектом, або соціолога – відповідального виконавця соціологічної частини проекту (автора програми), а також назву організації, що здійснює збирання первинної соціологічної інформації.

9.7. Соціолог гарантує збереження конфіденційності, узгодженої в договірному зобов'язанні або контракті, за винятком тих випадків, коли поширення цієї інформації додатково узгоджене із самим замовником або коли розголошення стає необхідним з огляду на вимоги, застережені законодавством.

9.8. Соціолог уживає заходів, щоб утримати тих, з ким він співробітничав (до таких можуть належати роботодавці, видавці, спонсори, організації-замовники, засоби масової інформації), від облудних заяв стосовно його посади, освіти, наукових ступенів, професійної наукової праці, викладання або практичної діяльності.

9.9. Соціолог не дістає вигоди з інформації або матеріалів, пов'язаних із взаємовідносинами із замовником, без дозволу на те замовника.

### **Відповідальність за порушення Кодексу професійної етики соціолога**

1. Соціолог зобов'язаний знати Кодекс професійної етики соціолога. Незнання або нерозуміння етичних норм саме по собі не є виправданням неетичної поведінки.

2. Якщо соціолог почувається непевно в якійсь ситуації або вважає, що якісь дії можуть порушити Кодекс професійної етики соціолога, він

консультується з іншими соціологами і Комісією з професійної етики САУ.

3. Коли соціолог має серйозну причину вважати, що його колега порушив етичні норми, і не бачить інших шляхів розв'язання етичного конфлікту, він може звернутися до Комісії з професійної етики САУ із заявою.

4. Соціолог не подає і не підтримує подання безпідставних скарг на неетичну поведінку, що мають за мету радше завдати шкоди уявному порушнику, а не захистити чистоту професійного співтовариства.

5. Комісія з професійної етики САУ наділяється правом одержувати і розглядати заяви з порушення Кодексу професійної етики соціолога членами САУ. Якщо відповідач виходить із членів САУ одразу після подання на нього заяви, КПЕ має розглянути заяву отже у разі, коли б відповідач залишався членом САУ.

6. Якщо подія, зазначена в заяві, є або може стати предметом юридичного розгляду, Комісія з професійної етики може відкласти подальший розгляд цієї заяви до завершення юридичної процедури.

7. Кожен член САУ, а також інші особи, котрі вважають, що член САУ порушив етичні норми, може подати заяву до Комісії з професійної етики.

8. Заява може бути подана і від імені самої Комісії з професійної етики.

9. Заява може бути не прийнята до розгляду, якщо вона подається більш ніж через 12 місяців після факту неетичної поведінки або після виявлення цього факту. Заява, отримана після закінчення терміну в 12 місяців, може не розглядатися, крім ситуації, коли Голова Комісії з професійної етики ухвалить рішення про те, що цей випадок заслуговує на розгляд, незважаючи на завершення терміну. Жодна заява не розглядається, якщо минуло понад три роки після факту неетичної поведінки або виявлення цього факту.

10. У заяві варто зазначити ім'я та адресу позивача; ім'я та адресу відповідача; порушені положення Кодексу професійної етики соціолога; заяву про те, що з цього приводу не було порушено інших юридичних або організаційних процесів, а якщо було, то в якій стадії вони зараз перебувають; повний опис факту поведінки, що порушує Кодекс професійної етики соціолога, включно із джерелами інформації, на якій ґрунтуються ці звинувачення; копії усіх документів, що підтверджують звинувачення, і в разі потреби прохання про скасування обмеження 12-місячного терміну давнини. Анонімні заяви не розглядаються. Якщо анонімно наданий матеріал має публічний характер, то Комісія з професійної етики може використовувати його для подання заяви від свого імені.

11. Член Комісії з професійної етики САУ розглядає кожну заяву і визначає, чи є відповідач членом САУ і чи підпадає його поведінка під дію Кодексу. Якщо позивач не надіслав інформацію, зазначену як необхідна в попередньому пункті, КПЕ інформує про це позивача і дає змогу надати додаткову інформацію. Якщо через 30 днів відповідь не отримано, тоді справу закривають і позивача про це сповіщають.

12. Якщо заява складена відповідно до вимог Кодексу професійної етики соціолога, то Комісія з професійної етики приймає рішення стосовно того, чи вдаватиметься вона до дій за цією справою. Дії матимуть місце, якщо в поведінці відповідача виявлені обставини, пов'язані з можливим порушенням етичних норм. При цьому до уваги не беруться неймовірні, спекулятивні і/або відверто непослідовні обвинувачення. У разі позитивного рішення про те, що дії матимуть місце, відкривається формальна справа. Якщо ж ухвалено рішення не вдаватися до дій, у розгляді заяви відмовляють і повідомляють про це позивача.

13. Якщо Комісія з професійної етики вирішує, що доказів достатньо для розгляду заяви, вона призначає групу розгляду в складі трьох членів КПЕ для проведення розгляду. Ця група може спілкуватися з позивачем, відповідачем, свідками, іншими джерелами інформації, необхідними для виконання групою своїх функцій. Упродовж 90 днів група подає письмовий звіт про результати роботи і рекомендації з приводу санкцій КПЕ, крім випадків, коли, на думку Голови КПЕ, необхідний більш тривалий термін. Копії результатів роботи групи і рекомендацій передають позивачу і відповідачу, котрі мають право відповісти на них упродовж не більш як 30-ти днів.

14. Комісія з професійної етики визначає, чи було порушення Кодексу професійної етики соціолога, виходячи із заяви, відповіді, інформації, наданої групою розслідування, рекомендацій і результатів роботи групи, таких відповідей сторін. КПЕ може заслухати свідків, якщо це істотно для справедливого розгляду. КПЕ може повернути матеріали групі для подальшого розслідування. На завершення цього процесу КПЕ ухвалює визначення про те, чи мало місце порушення Кодексу професійної етики соціолога, а також готує підсумковий документ і визначає відповідні санкції.

15. У будь-якому разі, коли було ухвалено визначення про порушення Кодексу професійної етики соціолога, Комісія з професійної етики може не застосовувати санкцій або застосувати одну санкцію чи більше з наведених далі:

– Приватна догана. У разі порушення етичних норм, яке не завдало серйозного персонального і/або професійного збитку, відповідачеві може бути надіслано повчальне послання з приводу цього порушення з

умовою виконання вимог щодо виправлення ситуації. Відмова задовольнити вимоги, зазначені в догані, може призвести до призначення більш серйозних санкцій;

– Публічна догана. Якщо Комісія з професійної етики вважатиме, що порушення заслуговує більшого, ніж приватна догана, вона може належним чином зробити текст догани надбанням громадськості;

– Припинення членства. Якщо мало місце серйозне порушення етичних норм, яке завдало істотний персональний і/або професійний збиток, членство відповідача у САУ може бути припинене на період, визначений Комісією з професійної етики. Поновлення членства після закінчення цього терміну може відбуватися автоматично або ж бути зумовлене, в разі потреби, подальшим рішенням Комісії з професійної етики.

16. Голова Комісії з професійної етики повідомляє позивача і відповідача про рішення КПЕ.

17. Відповідач, котрий за рішенням Комісії з професійної етики порушив Кодекс професійної етики соціолога і до якого застосовані санкції, може оскаржити це рішення, звернувшись з оскарженням із зазначенням причин не пізніше 30 днів після одержання рішення Комісії з професійної етики. Якщо оскарження подано, Президент САУ призначає групу розгляду оскарження з трьох осіб (членів Правління САУ) для перевірки інформації, розглянутої КПЕ, і для ухвалення, не пізніше як через 90 днів, рішення про підтвердження або скасування рішення КПЕ. Група розгляду оскарження може визначити, що рішення і санкції КПЕ не відповідають ситуації. Рішення групи розгляду оскарження виносять на Президію або з'їзд САУ для остаточного рішення про характер порушень і санкції.

18. Подання заяви на члена САУ і всі процедури, описані в розділі 10 цього документа, є конфіденційною інформацією Комісії з професійної етики, групи розслідування, групи розгляду оскарження і Президента САУ до винесення остаточного рішення. Рішення КПЕ про порушення Кодексу професійної етики соціолога або такі самі рішення групи розгляду оскаржень є конфіденційними, крім випадків, коли йдеться про припинення членства, або якщо санкція передбачає ознайомлення з цим рішенням громадськості. Імена членів асоціації, виключених з її складу, і стислі пояснення причин щороку подають у Правління САУ і друкують в офіційному бюлетені САУ.

*Навчальне видання*

***Любима Володимирівна Карашнікова***

# **ОРГАНІЗАЦІЯ ДІЯЛЬНОСТІ СОЦІОЛОГІЧНИХ СЛУЖБ**

**Навчальний посібник для студентів  
вищих навчальних закладів**

---

Редактор *О. Супрун*.

Технічний редактор, комп'ютерна верстка *Н. Андрєєва*.  
Друк, фальцювально-палітурні роботи *С. Волинець*.

Підп. до друку 19.04.2016.

Формат 60x84<sup>1/16</sup>. Папір офсет.

Гарнітура «Times New Roman». Друк різнограф.

Умовн. друк. арк. 11,16. Обл.-вид. арк. 10,41.

Тираж 300 пр. Зам. № 4959.

Видавець і виготовлювач: ЧДУ ім. Петра Могили.

54003, м. Миколаїв, вул. 68 Десантників, 10.

Тел.: 8 (0512) 50-03-32, 8 (0512) 76-55-81, e-mail: rector@chdu.edu.ua.

Свідоцтво суб'єкта видавничої справи ДК № 3460 від 10.04.2009 р.