

Міністерство освіти і науки України
Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна
Кафедра методів соціологічних досліджень

“ЗАТВЕРДЖУЮ”

Декан соціологічного факультету
Олена МУРАДЯН



29 березня 2023 р.

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
Методи збору соціологічної інформації

рівень вищої освіти — перший (бакалаврський)

спеціальність — 054 – Соціологія

освітня програма — Соціальні комунікації, реклама та зв'язки з громадськістю

вид дисципліни — обов'язкова

факультет — соціологічний

2023 / 2024 навчальний рік

Програму рекомендовано до затвердження Вченою радою соціологічного факультету. Протокол №6 від 28 червня 2023 р.

РОЗРОБНИКИ ПРОГРАМИ:

Даниленко Ігор Віталійович, старший викладач кафедри методів соціологічних досліджень

Програму схвалено на засіданні кафедри методів соціологічних досліджень
Протокол №5 від 22 червня 2023 р.

Завідувач кафедри методів
соціологічних досліджень



Ірина КУЗІНА

Програму погоджено з гарантом освітньої (професійної/наукової) програми
Соціальні комунікації, реклама та зв'язки з громадськістю



Гарант освітньої програми _____
«Соціальні комунікації,
реклама та зв'язки з громадськістю»

Ірина СОЛДАТЕНКО

Програму погоджено науково-методичною комісією соціологічного факультету.
Протокол №9 від 26 червня 2023 р.

Голова методичної комісії



Юлія СОРОКА

ВСТУП

Програма навчальної дисципліни «Методи збору соціологічної інформації» складена відповідно до рівня вищої освіти підготовки студентів — перший (бакалаврський), з спеціальності 054 — Соціологія, освітньої програми «Соціальні комунікації, реклама та зв'язки з громадськістю».

Предметом вивчення навчальної дисципліни є методи і процедури збору первинної соціологічної інформації в соціологічному дослідженні.

Програма навчальної дисципліни складається з **16 тем**.

ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

1.1 **Метою** викладання навчальної дисципліни «Методи збору соціологічної інформації» є висвітлення та опанування студентами методів збору первинної соціологічної інформації в соціологічному дослідженні.

1.2 **Основними завданнями** вивчення дисципліни «Методи збору соціологічної інформації» є 1) формування у студентів уявлення про місце методів збору соціологічної інформації в системі соціологічного знання; 2) вміння обирати та обґрунтовувати метод збору соціологічної інформації, що відповідає програмі дослідження; 3) отримання навичок складання та використання соціологічного інструментарію (анкета, щоденник спостереження, гайд інтерв'ю тощо).

1.3. **Кількість кредитів** – 5

1.4 **Загальна кількість годин** — 150

1.5. Характеристика навчальної дисципліни	
Нормативна	
Денна форма навчання	Заочна (дистанційна) форма навчання
Рік підготовки	
3 -й	3-й
Семестр	
5 -й	5-й
Лекції	
28 год.	10 год.
Практичні, семінарські заняття	
28 год.	4 год.
Навчання організовано за допомогою платформи Google Classroom	
Самостійна робота	
94 год.	136 год.
Індивідуальні завдання	
Вид контролю іспит	

1.6 Згідно з вимогами освітньо-професійної програми студенти повинні знати:

- основні методи збору соціологічної інформації;
- окремі методи збору соціологічної інформації, межі їх застосування, доцільність використання в конкретному соціологічному дослідженні.

вміти:

- використовувати окремі методи збору соціологічної інформації з урахуванням цілей та задач конкретного соціологічного дослідження;
- складати соціологічний інструментарій (анкету, щоденник спостереження, гайд інтерв'ю, протокол контент-аналізу тощо);
- використовувати соціологічний інструментарій (анкету, щоденник спостереження, гайд інтерв'ю, протокол контент-аналізу тощо).

Відповідно до освітньо-професійної програми навчання студентів курс сприятиме формуванню наступних загальних (ЗК) та фахових (ФК) компетентностей:

ЗК01. Здатність застосовувати знання в практичних ситуаціях.

ЗК05. Володіння основними методами, способами і засобами одержання, зберігання, переробки інформації, мати навички роботи з комп'ютером.

ЗК08. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.

ЗК09. Здатність використовувати інформаційні та комунікаційні технології.

ЗК14. Дослідницька компетентність випускника університету як результат науковості змісту й технологій підготовки здобувача вищої освіти, націленості його на пошукову/дослідну діяльність.

ФК01. Здатність оперувати базовим категоріальним апаратом соціології, реклами та зв'язків з громадськістю.

ФК04. Здатність збирати, аналізувати та узагальнювати соціальну інформацію з використанням соціологічних методів.

ФК05. Здатність самостійно планувати, організовувати та проводити соціологічне дослідження.

ФК08. Здатність дотримуватися у своїй діяльності норм професійної етики соціолога, фахівця у сфері реклами, зв'язків з громадськістю.

Відповідними програмними результатами навчання є здатність студентів:

РН01. Використовувати понятійний апарат соціології, реклами, зв'язків з громадськістю в професійній діяльності.

РН02. Здатність збирати, аналізувати та узагальнювати соціальну інформацію з використанням соціологічних методів.

РН03. Застосовувати положення соціологічних теорій та концепцій до дослідження соціальних явищ у контексті професійних завдань в сфері соціології, реклами та зв'язків з громадськістю.

РН06. Ефективно виконувати різні ролі (зокрема організатора, комунікатора, критика, генератора ідей, виконавця тощо) у команді в процесі вирішення фахових задач у сферах соціології, реклами та зв'язків з громадськістю, дотримуючись професійних етичних норм.

РН07. Вміння використовувати інформаційно-комунікаційні технології у процесах пошуку, збору та аналізу соціологічної інформації.

РН10. Володіння навичками збору соціальної інформації з використанням кількісних та якісних методів.

2. Виклад змісту навчальної дисципліни

Тема 1. Методи збору даних у соціологічних дослідженнях

Різновиди даних (числові, текстові, зображення). Етап збору даних в структурі емпіричного дослідження. Різновиди методів збору даних: опитування, спостереження, аналіз документів. Що визначає вибір певного методу збору даних: цілі й завдання дослідження, дослідницькі питання; методологія (стратегія) дослідження (кількісна, якісницька); дизайн дослідження (експеримент, крос-секційний, лонгitudний, кейс-стаді, порівняльний); критерії якості даних — надійність, валідність (зовнішня, внутрішня, конструктивна, екологічна).

Тема 2. Вимірювання в соціології

Поняття вимірювання в соціології. Відмінність від вимірювання у природничих науках. Етапи вимірювання (на прикладі кількісного опитування): 1) створення теоретичної моделі досліджуваного явища, концептуалізація понять дослідження; 2) відбір емпіричних індикаторів відповідно до розробленої теоретичної моделі — операціоналізація та побудова моделей вимірювання для понять дослідження (моделі з ефект-індикаторами й моделі з причинними індикаторами); 3) «переклад» індикаторів у конкретні питання й вибір відповідних шкал; 4) розробка репрезентативної вибірки (якщо дослідження є вибірковою); 5) підготовка польового етапу й збір інформації. Поняття вимірювальної шкали, як відповідності емпіричної моделі до числової моделі. Рівні вимірювання і типи шкал (класифікація С. Стівенса): визначення типу шкали через можливі відносини між шкальними значеннями та припустимі перетворення шкальних значень. Категоріальні й метричні шкали.

Тема 3 . Планування вибірки в соціологічному дослідженні

Основні поняття вибіркового методу: генеральна й вибіркова сукупності, одиниці відбору й одиниці спостереження, репрезентативність вибірки. Проста ймовірнісна вибірка. Випадкові й систематичні помилки вибірок. Стратифіковані та кластерні ймовірнісні вибірки. Маршрутні вибірки. Неймовірнісні вибірки: доступна, стихійна, цільова, вибірка типових одиниць, вибірка методом снігової грудки, квотна вибірка. Розрахунок обсягу вибірки та вибіркових помилок. Дизайн-ефект вибірки, розрахунок дизайн-ефекту для кластерних вибірок. Дизайн вибірки: визначення типу, схеми відбору, обсягу.

Тема 4. Кабінетні дослідження

Первинні й вторинні дані в соціологічних дослідженнях. Польові та кабінетні соціологічні дослідження. Розбіжності між кабінетними дослідженнями та аналізом документів. Джерела вторинних даних. Переваги та недоліки методу кабінетного дослідження. Приклади застосування кабінетних досліджень.

Тема 5. Метод опитування та його різновиди

Специфіка опитувальних методів: люди як джерело інформації, комунікація у вигляді питань-відповідей. Різновиди даних, які можна отримати за допомогою опитувань: факти, сприйняття (перцепції), думки, ставлення або установки, поведінкові звіти. Кількісні і якісні опитування. Класифікації опитувальних методів за кількістю респондентів (групові та індивідуальні) та за рівнем компетентності респондентів (опитування типових представників, фахівців, експертів) тощо. Різні опитувальні техніки: PAPI (Paper-and-Pencil Interviewing) традиційний паперовий опитування; CATI (Computer-assisted Telephone Interviewing) комп'ютерна система телефонного опитування; CAPI (Computer-assisted Personal Interviewing) інтерв'ю F2F за допомогою комп'ютерної системи; CASI (Computer-assisted Self Interviewing)

анкетне опитування за допомогою комп'ютерної системи; TAPI (Tablet-assisted Personal Interviewing) комп'ютерна система опитування за допомогою планшетів; SAPI (Smartphone-assisted Personal Interviewing) комп'ютерна система опитування за допомогою смартфонів; CAWI (Computer-assisted Web Interviewing) комп'ютерна система веб-опитування. Визначення соціологічного інтерв'ю й анкетних опитувань; відмінності між цими методами опитування. Різновиди інтерв'ю: за ступенем формалізації (стандартизовані, фокусовані, відкриті), за ситуацією проведення (за місцем проживання, вуличні, за місцем локалізації цільової групи, телефонні опитування, опитування в режимі відеоконференції тощо), персональні (F2F) й групові інтерв'ю. Особливості комунікативної взаємодії інтерв'юера й респондента: «ефект інтерв'юера», «ефект респондента». Різновиди анкетування: очне й заочне (пресові опитування, поштові опитування, інтернет-опитування). Переваги й недоліки методів інтерв'ю та анкетних опитувань.

Тема 6. Інтернет-опитування, CAWI

Поняття інтернет-опитування, онлайн-опитування, веб-опитування. Обмеження застосування онлайн-опитувань в Україні. Переваги онлайн-опитувань. Онлайн-панель: особливості її формування й використання. Види онлайн-опитувань: електронною поштою; неконтрольоване веб-опитування; онлайн-панелі (веб-панелі) інтернет-користувачів з онлайн-рекрутуванням чи з офлайн-рекрутуванням; онлайн-панелі, які є репрезентативними для населення в цілому. Комбіновані опитування (mixed-mode surveys). Програмне забезпечення для проведення онлайн-опитувань на прикладі сервісу Google Forms та платформи LimeSurvey.

Тема 7. Формати й типи питань у соціологічних опитуваннях

Питання як елементарний технічний інструмент опитування. Структура питання: формулювання й область пошуку відповіді. Традиційні питання й питання-індикатори. Формат питань: відкриті, закриті та напівзакриті. Різновиди закритих питань (дихотомічні й багатоваріантні, альтернативні й питання-меню тощо). Зв'язок закритих питань різних типів з рівнями вимірювання. Можливості застосування відкритих і закритих питань, їхні особливості (плюси та мінуси), з точки зору збору інформації, обробки й аналізу. Використання різних синтаксичних форм формулювань (запитання, твердження). Використання в питаннях графічних елементів: зображень і схем. Табличні питання. Питання анкети за ступенями складності. Особові та неособові питання. Прямі й непрямі питання. Проективні питання. Нейтральні й сенситивні питання. Техніка стимулювання щирості в сенситивних питаннях: прийом «проекції», прийоми обважнення питань («рутинізація», «посилання на авторитет для обґрунтування поведінки», «поважні причини»), прийом «вибір тимчасових рамок», «пошук відповідного контексту». Основні й неосновні питання анкети. Питання зі спеціальними функціями. Питання-фільтри. Організація в опитуванні логічних переходів. Контрольні питання, шкали брехні, питання-пастки. Інші види питань зі спеціальними функціями: контактні й відволікаючі (ігрові) питання; питання, які допомагають змінити тему, нагадують, уточнюють тощо.

Тема 8. Вимоги до формулювань питань і вимірювальних шкал

Основні вимоги до формулювання питань інтерв'ю / анкети: 1) Лексика питання має бути зрозумілою для всіх й емоційно нейтральною. 2) Стислість формулювань. 3) Правило «одне питання — одна основа». 4) Уникати двозначності й неконкретності, логічних помилок. 5) Уникати питань, які підштовхують до певної відповіді. 6) Не пред'являти підвищені вимоги до когнітивних здібностей респондентів. 7) Намагатися уникати формулювань із запереченням. 8)

Визначитися, питання від першої чи другої особи. 9) Не забувати про граматичний рід і фемінітиви. Вимоги до списку варіантів відповіді (альтернатив): 1) Повний список варіантів відповіді. 2) Альтернативи мають не перетинатися. 3) Відповідність варіантів відповіді до основи питання. 4) Категоріальні шкали мають бути збалансованими. 5) В питаннях із великою кількістю альтернатив використовується техніка різної послідовності альтернатив або питання розподіляється на окремі питання. 6) Не ставити першими альтернативами (очікувано) популярні відповіді. 7) Вирівнювати довжину альтернатив. 8) Один рівень конкретики для всіх альтернатив. 9) Підказка про число обраних альтернатив. 10) Використання нешкальних значень.

Тема 9. Структура, композиція та дизайн запитальника

Вимоги стандартизації опитування: незмінність формулювань, встановлений порядок питань, за форматом питання закриті (напівзакриті). Основні відмінності анкети від бланка інтерв'ю: простота, лінійність, наявність інструкції про правила заповнення. Основні відмінності бланка інтерв'ю від анкети: наявність службової інформації, питань і варіантів відповідей, що не зачитуються, а також інструкцій, вказівок і підказок для інтерв'юера. Варіанти кодування інформації в анкетах і бланках інтерв'ю. Структура анкети: шапка / колонтитул, вступна частина, основна частина, «паспортичка», заключна частина. Основні вимоги до дизайну анкет / бланків інтерв'ю (зовнішній вигляд, форматування, позначки про кількість варіантів відповіді для вибору, нумерація питань, оформлення табличних питань, єдина система кодування для альтернатив, позначені логічні переходи тощо). Правила композиції анкет / бланків інтерв'ю (сміслові блоки, логіка бесіди, чергування простих і складних питань, відсутність монотонності, «ефект луни», розташування відносно один одного питань за змістом загальних і окремих, більш абстрактних і конкретних).

Тема 10. Метод фокус-груп: організація й вимоги до учасників

Метод фокусованих групових інтерв'ю в соціологічних, маркетингових, політологічних дослідженнях. Визначення ФГ — фокусування, групова дискусія, модерування. Призначення методу, мети й завдання фокус-груп. Методи рекрутингу учасників фокус-груп. Хто не може брати участь у фокус-групі. Кількість учасників окремої фокус-групи. Основний принцип відбору учасників: гомогенність складу та гетерогенність думок. Ознаки для сегрегації учасників. Вимоги щодо статі учасників. Вимоги щодо віку учасників. Визначення числа фокус-груп у серії.

Тема 11. Метод фокус-груп: гайд, модерування, групова дискусія

Організація фокус-групи: ролі в дослідницькій команді. Фокус-групове приміщення. Харчування для учасників фокус-груп. Винагорода за участь в фокус-групі. Тривалість окремої фокус-групи. Гайд (план) фокус-групи: призначення гайда, робота модератора з гайдом під час фокус-групи, структура гайда, особливості та вимоги до питань гайду. Модератор: завдання модератора, професійні якості модератора, типи і ролі модераторів, деякі техніки корекції групової дискусії. Критерії перевірки якості фокус-групи.

Тема 12. Метод експертного опитування

Специфіка експертного опитування. Призначення експертного опитування. Область застосування експертного опитування. Основні нормативні вимоги. Програма та інструментарій експертного опитування. Види експертного опитування. Відбір експертів. Фактори валідності експертних оцінок. Обмеження, помилки та труднощі у застосуванні експертного опитування.

Тема 13. Метод соціологічного спостереження

Відмінності наукового спостереження від буденного: підпорядкованість меті та завданням дослідження, спланована процедура збору й фіксації даних, контроль якості зібраних даних. Різновиди соціологічного спостереження: 1) пряме й непряме спостереження. 2) включене та зовнішнє спостереження. 3) відкрите й приховане спостереження. 4) структуроване й неструктуроване спостереження. 5) лабораторне, польове або спровоковане у звичайних умовах спостереження; 6) систематичні та несистематичні спостереження. Використання фото-, відео-, аудіо- техніки для спостереження. Царина застосування методу соціологічного спостереження. Переваги і недоліки (об'єктивні й суб'єктивні) методу спостереження.

Тема 14. Методи аналізу документів

Поняття «документ» у соціології. Різновиди документів за статусом джерела (офіційні, неофіційні, матеріали ЗМІ), критерієм авторства (індивідуальні, колективні), ступенем персоніфікації (особові, не особові), способом фіксації інформації (рукописні, друковані, малюнки, фотографії тощо), джерела інформації (первинні, вторинні), цільовим призначенням (цільові, наявні) і змістом. Види дослідження документів: неформалізоване (традиційне, якісне) і формалізоване (кількісне). Критерії доцільності застосування кількісного аналізу документів: однопорядкові дані, достатня кількість матеріалу для масової обробки, репрезентативність відібраних матеріалів. Види традиційного аналізу документів: зовнішній і внутрішній аналіз. Проблема достовірності документальної інформації. Метод контент-аналізу: сутність та завдання методу, область застосування. Етапи проведення контент-аналізу. Операціоналізація понять дослідження в контент-аналізі: виділення категорій аналізу, визначення одиниць аналізу (смилових одиниць) та одиниць рахунку, складання класифікатора контент-аналізу. Процес кодування, заповнення протоколів (бланків) контент-аналізу, робота кодувальника. Аналіз даних контент-аналізу: кількісний і якісний. Приклад використання контент-аналізу для обробки та аналізу відповідей на відкриті питання інтерв'ю. Застосування програмного забезпечення для виконання контент-аналізу на прикладі пакету MAXQDA.

Тема 15. Експерименти в соціології

Експеримент як метод і дизайн дослідження. Типи змінних в експерименті: незалежні змінні (експериментальні фактори), залежні змінні, позаекспериментальні змінні. Методи доказу причинних зв'язків: метод єдиної відмінності, метод супутніх змін, метод єдиної подібності, метод залишків (Джон Стюарт Мілль. Система логіки, 1843). Внутрішня та зовнішня валідність результатів експерименту. Обмеження застосування експериментального методу в соціології. Різновиди соціальних експериментів: реальні (натуральні) та уявні, наукові й прикладні, проектні й ретроспективні, однофакторні й багатофакторні, контрольовані й неконтрольовані, лабораторні та польові. Паралельні та послідовні експерименти. Плани експериментів. Вирівнювання складу контрольної та експериментальної груп: попарний відбір, частотне вирівнювання, вирівнювання по квоті, випадковий розподіл (рандомізація). Поєднання різних прийомів вирівнювання складу груп.

Тема 16. Проблеми організації й здійснення польового збору інформації

Стандарти методології проведення польових досліджень. Поняття й розрахунок *response rate* в масових опитуваннях. Різновиди й процедури контролю даних, що збираються. Формат репрезентації даних про методологію дослідження, вибірку й вибіркові помилки у звіті, публікації. Розподіл ролей у дослідницькій команді.

3. Структура навчальної дисципліни

Назви розділів і тем	Кількість годин							
	Денна форма навчання				Заочна форма навчання			
	Усь ого	у тому числі			Ус ь ого	у тому числі		
		л	п	ср		л	п	ср
<i>1</i>	2	3	4	5	6	7	8	9
Тема 1. Методи збору даних у соціологічних дослідженнях	8	2	2	4	8	1	0	7
Тема 2. Вимірювання в соціології	8	2	2	4	8	1	0	7
Тема 3. Планування вибірки в соціологічному дослідженні	8	2	2	4	8	1	0	7
Тема 4. Кабінетні дослідження	10	2	2	6	10	0.5	0.5	9
Тема 5. Метод опитування та його різновиди	10	2	2	6	10	0.5	0.5	9
Тема 6. Інтернет-опитування, CAWI	10	2	2	6	10	0.5	0.5	9
Тема 7. Формати й типи питань у соціологічних опитуваннях	10	1	1	8	10	0.5	0.5	9
Тема 8. Вимоги до формулювань питань і вимірювальних шкал	10	1	1	8	10	0.5	0.5	9
Тема 9. Структура, композиція та дизайн запитальника	10	2	2	6	10	0.5	0.5	9
Тема 10. Метод фокус-груп: організація й вимоги до учасників	10	1	1	8	10	0.5	0.5	9
Тема 11. Метод фокус-груп: організація й вимоги до учасників	10	1	1	8	10	0.5	0.5	9
Тема 12. Метод експертного опитування	10	2	2	6	10	0.5	0	9.5
Тема 13. Метод соціологічного спостереження	10	2	2	6	10	0.5	0	9.5
Тема 14. Методи аналізу документів	10	2	2	6	10	1	0	9
Тема 15. Експерименти в соціології	8	2	2	4	8	0.5	0	7.5
Тема 16. Проблеми організації й здійснення польового збору інформації	8	2	2	4	8	0.5	0	7.5
Усього годин	150	28	28	94	150	10	4	136

4. Теми семінарських (практичних) занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин	
		Денна ф.н.	Заочна ф.н.
1	Вибір стратегії та дизайну дослідження, формулювання дослідницьких питань для запропонованих кейсів	2	0
2	Робота з визначення понять дослідження (концептуалізація, операціоналізація, шкалювання)	2	0
3	Розробка вибіркового дизайну (визначення типу та обсягу вибірки, схеми відбору) для запропонованих кейсів	2	0
4	Вибір джерел вторинної інформації і планування кабінетного дослідження для запропонованих кейсів	2	0.5
5	Вибір та обґрунтування певних методів опитування для запропонованих дослідницьких кейсів	2	0.5
6	Можливості застосування пакету LimeSurvey для проведення веб-опитування на прикладі створення та застосування власного запитальника	2	0.5
7	Застосування запитань різних типів і форматів в опитуваннях: робота з сенситивними питаннями, табличними питаннями, логічними переходами тощо	1	0.5
8	Виправлення помилок у формулюваннях запитань і шкалах	1	0.5
9	Робота над композицією запитальника, шляхи виправлення випадків взаємного впливу запитань на прикладі конкретних дослідницьких анкет	2	0.5
10	Розробка дослідницького плану проведення серії фокус-груп (визначення кількості ФГІ, параметрів сегрегації учасників і методів їхнього рекрутування) для запропонованого кейсу	1	0.5
11	Формулювання фокус-групових питань, і розбір прикладів модерування фокус-груповою дискусією	1	0.5
12	Планування експертного опитування: вибір експертів і технік для вирішення запропонованої проблеми	2	0
13	Розробка дослідницького плану проведення кількісного (стандартизованого) спостереження, робота над бланком спостереження	2	0
14	Розробка класифікатора для контент-аналізу, робота з категоріями на прикладі пакету MAXQDA	2	0
15	Розробка плану експерименту для запропонованого дослідницького кейсу, визначення методів вимірювання змінних, вирівнювання експериментальної та контрольної груп	2	0
16	Планування польового етапу дослідження для запропонованого дослідницького кейсу у формі ділової гри	2	0
	<i>Усього годин</i>	28	4

5. Завдання для самостійної роботи

№ з/п	Назва теми	Кількість годин	
		Денна ф.н.	Заочна ф.н.
1	Порівняння кількісної та якісної методології дослідження	4	7
2	Переваги й недоліки класифікації, запропонованої С. Стівенсом	4	7
3	Розрахунок обсягу складної вибірки	4	7
4	Пошук в інтернет-джерелах баз даних, що можуть використовуватись в кабінетних дослідженнях	6	9
5	Різновиди якісницьких опитувань, призначення і застосування топік-гайду глибинного інтерв'ю	6	9
6	Доступні сервіси для проведення веб-опитувань	6	9
7	Формулювання кількісних запитань	8	9
8	Шкалювання як етап вимірювальної процедури в опитуванні	8	9
9	Робота над дизайном паперового та онлайн-запитальника	6	9
10	Приклади конкретних технік керування групою динамікою	8	9
11	Аналіз стилів модерування фокус-групою	8	9
12	Суддівська процедура на прикладі створення шкали Терстоуна	6	9.5
13	Реалізація спостереження в техніці «таємного покупця»	6	9.5
14	Контент-аналіз відповідей на відкрите запитання анкети	6	9
15	Виявлення фонових очікувань за допомогою соціального експериментування в етнометодології	4	7.5
16	Підготовка технічного звіту кількісного опитування	4	7.5
	<i>Усього годин</i>	<i>94</i>	<i>136</i>

6. Методи навчання

Лекції, семінарські заняття, самостійна робота.

Лекція – систематичний, послідовний виклад навчального матеріалу, будь-якого питання, проблеми, теми тощо. Головні вимоги до навчальної лекції: науковість, доступність, єдність форми й змісту, емоційність викладу, органічний зв'язок з практичними заняттями. Зміст лекцій визначається специфікою навчальної дисципліни та робочою програмою навчальної дисципліни. Лекції з методів збору соціологічної інформації спрямовані на розкриття теоретичного підґрунтя основних засад проведення соціологічного дослідження та сутності різних методів збору соціологічної інформації. Теоретичний матеріал супроводжується великою кількістю прикладів із реальної дослідницької практики, які сприяють кращому розумінню студентами польового етапу збору даних.

Семінарські заняття — форма навчального заняття, при якій викладач організовує детальний розгляд студентами окремих теоретичних положень навчальної дисципліни та формує вміння і навички їх практичного застосування шляхом індивідуального виконання

студентом відповідно сформульованих завдань. Основна увага приділяється перевірці розуміння теоретичного матеріалу та вмінню застосовувати на практиці отриманий теоретичний матеріал.

В рамках курсу передбачається виконання практичних завдань: розробка інструментарію для кількісного (запитальник) та якісного дослідження (гайду фокус-групового інтерв'ю), проведення кабінетного дослідження. Завдання, які ставляться в рамках практичних занять та самостійної роботи, а також поточний і підсумковий контроль відтворюють завдання, що постають в реальній дослідницькій практиці.

Самостійна робота студента є основним засобом засвоєння студентом навчального матеріалу. Самостійна робота містить підготовку до виконання контрольних робіт та виконання індивідуальних практичних завдань.

Безпосереднє виконання навчального завдання — найважливіший і найвідповідальніший етап самостійної роботи студента. Виконання навчального завдання передбачає застосування на практиці набутих на лекції знань. Аналіз виконаного завдання є завершальним етапом самостійної роботи. Під час аналізу студент оцінює (шляхом самоконтролю та контролю з боку викладача) якість і час виконання завдання, ефективність використаних у процесі самостійної роботи методів і засобів. Таким чином студент навчається виконувати соціологічні дослідження із використанням сучасних методів, технологій та інструментарію.

7. Методи контролю та рейтингової оцінки знань студентів

Форми контролю:

- Поточний контроль: виконання контрольних робіт;
- Проміжний контроль: робота на практичних заняттях (активна участь в роботі над дослідницькими кейсами);
- Виконання індивідуальних навчально-дослідних завдань (3 ІНДЗ);

Підсумковий контроль складається із 4 компонентів:

- 1) Підсумки проміжного контролю (робота на практичних заняттях);
- 2) Підсумки поточного контролю (контрольні роботи);
- 3) Підсумки виконання індивідуальних навчально-дослідних завдань;
- 4) Підсумки письмової екзаменаційної роботи.

9. Розподіл балів, які отримують студенти

Проміжний контроль	Поточний контроль (2 контрольних роботи)	Виконання індивідуальних навчально-дослідних завдань (3 ІНДЗ)	Екзамен	Сума
10	$5 + 5 = 10$	$10 + 20 + 10 = 40$	40	100

Оцінка підсумкового контролю виставляється за національною шкалою як сума балів, набраних здобувачем вищої освіти протягом семестру при виконанні контрольних заходів, передбачених програмою навчальної дисципліни та балів, набраних при складанні семестрового іспиту.

Максимальна сума балів, які може набрати здобувач вищої освіти при вивченні навчальної дисципліни, складає 100.

Оцінка виставляється за такою системою:

Сума балів за всі види навчальної діяльності протягом семестру	Оцінка	
	для чотирирівневої шкали оцінювання	для дворівневої шкали оцінювання
90 – 100	відмінно	зараховано
70-89	добре	
50-69	задовільно	
1-49	незадовільно	не зараховано

Участь в дискусії на семінарському (практичному) занятті (проміжний контроль) — студент активно бере участь в дискусії, мозковому штурмі, роботі над запропонованим на практичному занятті дослідницьким кейсом, пропонує власні думки та ідеї, приєднується до обговорення певних ідей та рішень. Виступи студентів мають ґрунтуватися на володінні понятійним апаратом та ознайомленні з лекційним матеріалом, а також базовою літературою з курсу. У підсумку очікується принаймні три змістовні, самостійні, грамотні, аргументовані коментарі протягом кожного заняття. Така участь передбачає присудження студентові 0,5 балів, але максимальна кількість балів за семестр не перевищує 40 (правильна відповідь на окреме запитання оцінюється в 0.25 балів).

Контрольні роботи. Завдання контрольних робіт складаються з 20 тестових запитань з 4 варіантами відповіді кожне (правильною є лише одна відповідь, яка дорівнює 0.25 балів)

Приклади тестових питань:

Приклад 1. Якими типами шкал можуть бути представлені питання-меню?

- Лише метричними
- Лише порядковими
- Лише номінальними
- Шкалами будь-якого типу

Приклад 2. Який вид спостереження передбачає безпосереднє спостереження реальної поведінки учасників ситуації?

- Зовнішнє спостереження
- Відкрите спостереження
- Непряме спостереження
- Пряме спостереження

Загальна кількість балів за контрольну роботу складає 5 балів.

Індивідуальні навчально-дослідних завдань — практичні завдання, які студенти виконують самостійно, керуючись знаннями та навичками, які мають бути засвоєними протягом курсу. Зміст ІНДЗ максимально наближений до практики реальних соціологічних досліджень. Приклади завдань:

1. Проведення кабінетного дослідження (максимальна оцінка 10 балів)

Завдання полягає в зборі та систематизації даних за допомогою кабінетного дослідження: 1) опишіть проблему, стосовно якої ви проводите кабінетне дослідження; 2) сформулюйте мету та завдання вашого кабінетного дослідження; 3) складіть перелік джерел інформації щодо цієї проблеми (дані досліджень, офіційна статистика, державні або інші доступні бази даних, матеріали ЗМІ, контент соціальних мереж тощо); 4) виконайте змістовний аналіз цих джерел, систематизуйте інформацію й зробіть висновки; 5) проілюструйте основні висновки за допомогою схеми або інфографіки (однією сторінкою).

2. Складання запитальника, проведення пілотажного онлайн-опитування за допомогою Google Forms (максимальна оцінка 20 балів)

Завдання полягає в проектуванні та розробці інструментарію для онлайн-опитування. Орієнтовний розмір анкети 20-25 запитань (включно з паспортничкою). Оберіть 2-3 основних поняття, які є центром проблемної ситуації для вашого опитування: 1) опишіть проблемну ситуацію, яку допоможе дослідити ваше опитування. Програмна частина: 2) сформулюйте мету та завдання для опитування; 3) визначте об'єкт та предмет вашого опитування; 4) виконайте концептуалізацію та операціоналізацію основних (2-3) понять дослідження. Інструментарій: 5) складіть анкету для онлайн-опитування. Перенесіть анкету в сервіс Google Forms, спробуйте пройти опитування, запропонуйте це зробити своїм друзям. Переконайтесь, що анкета працює, як треба (посилання відкривається, усі запитання зрозумілі тощо). Як висновок напишіть результати цього невеличкого претесту інструментарію (чи виникли якісь складнощі або зауваження у респондентів — спитайте про це респондентів свого анкетування, що і як треба виправити).

3. Розробка гайду фокус-групового інтерв'ю (максимальна оцінка 10 балів)

Завдання полягає в проектуванні та розробці інструментарію для фокус-групового дослідження: 1) Виберіть тему для фокус-групового дослідження. Програмна частина: 2) сформулюйте мету вашого фокус-групового дослідження. 3) визначте об'єкт дослідження — хто є учасниками ваших фокус-груп (цільова аудиторія, географія дослідження); 4) визначте метод рекрутування учасників; 5) визначте число фокус-груп і критерії, за якими учасники мають бути сегреговані. Інструментарій: 6) складіть короткий топік-гайд (10-12 питань) для проведення фокус-груп. (Пам'ятаєте, що питання під час фокус-груп задаються для обговорення, а не для отримання простих відповідей!) Зверніть увагу на структуру гайда — вітання, знайомство, розколювання льоду, основні змістовні питання (можливо, розділені на тематичні блоки), висновок і подяка. Приділіть увагу таймінгу фокус-груп — додайте в гайд відповідні позначки.

Письмовий іспит складається з 40 тестових запитань (правильна відповідь на окреме запитання оцінюється в 0.5 балів, загалом 20 балів максимально) та двох практичних завдань (10 балів за кожне, 20 балів загалом максимально). Тестові завдання за типом аналогічні завданням, що виконуються студентами під час контрольних робіт (поточний контроль).

Практичні завдання подібні до індивідуальних навчально-дослідних завдань, що виконуються протягом семестру, але мають дещо спрощений вигляд. Приклад практичних завдань:

Завдання 1. Існують різні уявлення про те, які складові та правила здорового способу життя. Але беззаперечно ЗСЖ це важлива риса сучасності. ЗСЖ має безліч прихильників серед людей різного віку, статі, соціального статусу. Уявіть, що ви плануєте стандартизоване кількісне опитування, у якому вам необхідно з'ясувати, чи дотримуються ваші респонденти ЗСЖ. Ваше завдання полягає в тому, щоб запропонувати певні індикатори здорового способу життя та перетворити їх на конкретні запитання вашого опитування. а) Запропонуйте робоче визначення ЗСЖ (можна своїм словами). Запропонуйте індикатори для вимірювання ознаки **ЗДОРОВИЙ СПОСІБ ЖИТТЯ**, тобто виконайте операціоналізацію цього поняття. Кількість індикаторів — не менше 4. б) Сформулюйте закриті запитання для кожного з індикаторів (запитання і варіанти відповіді), побудуйте вимірвальні шкали (тобто запропонуйте числові коди для кожного варіанта відповіді). в) Напишіть поруч з кожним запитанням рівень вимірювання за класифікацією шкал Стівенса.

Завдання 2. У Харкові останнім часом існує досить потужний велосипедний рух — тисячі шанувальників цього виду транспорту щороку відзначають вже традиційний велодень, у місті з'являються велодоріжки, розширюються мережи прокату велосипедів тощо. Дослідники ставлять за мету виявити головні потреби велосипедистів міста, з'ясувати можливості та перешкоди створення велосипедної інфраструктури Харкова. Для цього планується провести серію фокус-групових інтерв'ю. а) Визначте, хто має стати учасниками фокус-групового дослідження, опишіть схему відбору (рекрутингу) учасників фокус-груп. б) Вкажіть кількість фокус-груп у дослідженні та обґрунтуйте цю кількість. в) Сформулюйте 3-4 запитання топік-гайду для однієї з тем, що має обговорюватися під час фокус-груп. Запитання мають бути дискусійні, не анкетного типу.

Загальна максимальна оцінка за іспит складає 40 балів. Загальні критерії оцінювання: відповідність завданню, адекватність використання понять та ідей теми, аргументованість, самостійність, оригінальність. Умовою допуску до іспиту є накопичення студентами протягом семестру не менше ніж 30 балів загалом. Здобувачі вищої освіти мають бути ознайомлені з набраними ними балами до початку екзаменаційної сесії.

8. Рекомендована література

Основна

1. Паніна Н. Технологія соціологічного дослідження: Курс лекцій. — Київ, 2007.
2. Паніотто В., Харченко Н. Методи опитування. — К., 2017.
3. Сальнікова Світлана. Вибірка у соціологічному дослідженні : підручник / Світлана Анатоліївна Сальнікова. — Луцьк, Вежа-Друк, 2021. — 252 с.
4. Комплексні вимірвальні інструменти в соціологічних дослідженнях: розроблення, адаптація, обґрунтування достовірності [Є. Головаха, С. Дембіцький, Н. Паніна та ін.]; за наук. ред. Є. Головахи та С. Дембіцького. — Київ: Інститут соціології НАН України, 2022. — 405 с.

Додаткова

1. Батаєва К. Контент-аналіз телереклами. Сучасні методики контент-аналізу: навчальний посібник / Батаєва Катерина, Іванов Валерій, Коритнікова Надія, Костенко Наталія, Семотюк Орест, Юзва Людмила; за заг. ред. Костенко Н., Батаєвої К. та Іванова В. К.: Видавничий дім «Кондор», 2018. С.253-286.
2. Батаєва К. Контент-аналіз кібертекстів. Сучасні методики контент-аналізу: навчальний посібник / Батаєва Катерина, Іванов Валерій, Коритнікова Надія, Костенко Наталія, Семотюк Орест, Юзва Людмила; за заг. ред. Костенко Н., Батаєвої К. та Іванова В. К.: Видавничий дім «Кондор», 2018. С.287-317.
3. Головаха Є.І., Горбачик А.П. Тенденції соціальних змін в Україні та Європі: за результатами «Європейського соціального дослідження» 2005-2007-2009-2011-2013. К.: Ін-т соціології НАН України. 2014.
4. Горбачик О. Комп'ютерна обробка текстів у якісних та кількісних соціологічних дослідженнях. Соціологія: теорія, методи, маркетинг. 2006. № 1. С. 124-133.
5. Єріна А.М., Захожай В.Б., Єрін Д.Л. Методологія наукових досліджень: Навчальний посібник. Київ: Центр навчальної літератури, 2004.
6. Ковальчук В.В., Моїсєєв Л.М. Основи наукових досліджень: Навчальний посібник. 5-е вид. Київ: Видавничий дім «Професіонал», 2008.
7. Костенко Н. Кількісне і якісне: взаємні претензії та спільні перспективи. Якісні дослідження в соціологічних практиках: Навчальний посібник. За ред. Н. Костенко, Л. Скокової. К.: Інститут соціології НАНУ, 2009. С. 8-26.
8. Костенко Н., Іванов В. Досвід контент-аналізу: моделі та практики. Київ: Центр вільної преси, 2003.
9. Кривошеїн В.В. Теоретико-методологічні засади застосування івент-аналізу в діяльності патронатної служби органів державного управління. Аспекти публічного управління. Т. 6. № 3. 2018. С. 12-17.
10. Кутуєв П. Соціологія: історичні витоки та сучасні трансформації. Соціологія: теорія, методи, маркетинг. 2009. № 3. С. 183-197.
11. Кутуєв П. Соціальні реальність і трансформації ХХ століття: між концепціями та утопіями. Соціологія: теорія, методи, маркетинг. 2017. № 4.
12. Паніотто В. Майбутнє методів соціологічних досліджень. Соціологія майбутнього і майбутнє соціології в ХХІ столітті. Матеріали XII Міжнародних соціологічних читань пам'яті Наталії Паніної та Мирослава Поповича. За наук. ред. Є.І. Головахи та О.О. Максименко. Київ: Інститут соціології НАН України, 2019. С. 49-65.
13. Переверзєв О.С. Сучасні практики використання новітніх не опитувальних методів збору даних у соціології. Наукові записки НаУКМА. Соціологічні науки. 2017. Т. 196. С. 19-24.
14. Савченко О. Наративний аналіз як засіб дослідження досвіду на особистісному рівні. East European Journal of Psycholinguistics. 1(2). С. 94-102.
15. Степко О.М. Методи аналізу при проведенні комунікативних кампаній. Науковий вісник Інституту міжнародних відносин НАУ. Серія економіка, право, політологія, туризм. Т. 1. № 1. 2010. С. 169-173.
16. Сучасні методики контент-аналізу: навчальний посібник / Батаєва Катерина, Іванов Валерій, Коритнікова Надія, Костенко Наталія, Семотюк Орест, Юзва Людмила; за заг. ред. Костенко Н., Батаєвої К. та Іванова В. К.: Видавничий дім «Кондор», 2018.

17. Хоменко Є. Особливості використання нарративного аналізу для дослідження взаємодії. Психологія і особистість. 2014. № 1 (5) С. 100-111.
18. Черниш Н. Соціологія сьогодення: тенденції та перспективи розвитку. Соціологія: теорія, методи, маркетинг. 2017. № 4.
19. Штомпка П. Десять тез про статус соціології в нерівному світі. Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Соціологія. 2012. № 3. С. 8-9.
20. Якісні дослідження в соціологічних практиках: Навчальний посібник. За ред. Н. Костенко, Л. Скокової. К.: Інститут соціології НАНУ, 2009.