

Design and Organization of the Field Stage of Sociological Research: Analysis of Existing Sociological Organizations

UDC 316.65:316.35:316.42

DOI: <https://doi.org/10.15421/1723137>**Kotelenets Kateryna**Ph.D., Assoc. Prof., https://orcid.org/0000-0002-3126-1137_lnu.katemix@gmail.com**Khobta Svitlana**Ph.D., Assoc. Prof., https://orcid.org/0000-0003-4149-7853_khobta_SV@ukr.net*Luhansk Taras Shevchenko National University (Poltava, Ukraine)*

Abstract.

The relevance of the article is indisputable due to the fact that since 2014, the focus of sociological research has been focused not only on marketing and electoral topics, but also the number of social ones, especially relevant after the beginning of the military conflict in the East of Ukraine, has increased. Therefore, the article considers the stages of sociological research, provides data on existing sociological organizations, their internal structure and mission, their evolution and transformation. The purpose of the article is to highlight the main functions of organizations that conduct and organize sociological research. The results. The article analyzes and outlines the main challenges of organizations that aim to implement sociological research during the war. The main roles and functions of actors and organizers of the field stage of sociological research are described and analyzed. The main stages of preparation and implementation of sociological research are also prescribed, taking into account the peculiarities of today. Some organizations and institutions that conduct sociological research in Ukraine and have not stopped their activities are also listed. It was these organizations that were studied in the article and it turned out that each of them has general trends in the formation of staffing and structure, as well as individual differences that depend on the definition of the mission, goal and vision of the organization. The main conclusion is that the design of sociological research, the timeliness of the field stage of sociological research depends on many factors, including external and internal ones. After a full-scale invasion, the organization receives its angle of research interests, reforms the structure and responds to the new challenges associated with the war.

Keywords: sociological research, field stage of research, organizations, field stage organization, organization structure, research during war, war

Проектування польового етапу соціологічного дослідження: аналіз існуючих соціологічних організацій

Котеленець Катерина, Хобта Світлана*Луганський національний університет імені Тараса Шевченка (Полтава, Україна)*

Анотація.

Актуальність статті є безперечною через те, що починаючи з 2014 року фокус соціологічних досліджень був прикутий не лише до маркетингових та електоральних тем, але й збільшилась кількість саме соціальних, особливо актуальних після початку воєнного конфлікту на Сході України. Тому в статті розглядаються етапи соціологічного дослідження, надаються дані існуючих соціологічних організацій, їх внутрішньої структури та місії, їх еволюцію та трансформацію. Метою статті є виокремлення основних функцій організацій, які проводять та організовують соціологічні дослідження. Результати. В статті проаналізовані та окреслені основні виклики організацій, які мають на меті впроваджувати соціологічні дослідження, під час війни. Описуються та аналізуються основні ролі та функції акторів та організаторів польового етапу соціологічного дослідження. Також прописані основні етапи підготовки та реалізації соціологічного дослідження, з урахуванням особливостей сьогодення. Також перераховуються деякі організації та інституції, які проводять соціологічні дослідження в Україні та не зупинили свою діяльність. Саме ці організації були досліджені у статті і виявилось, що кожна з них має загальні тенденції формування штатного розпису та структури, а також й індивідуальні відмінності, які залежать від визначення місії, мети та візії організації. Головний висновок полягає у тому, що проектування соціологічного дослідження, вчасності польового етапу соціологічного дослідження залежить від багатьох факторів, в тому числі зовнішніх та внутрішніх. Після повномасштабного вторгнення організації змінюють свій кут дослідницьких інтересів, переформатовують структуру, яка відповідає на нові виклики, пов'язані з війною.

Ключові слова: соціологічне дослідження, польовий етап дослідження, організації, організація польового етапу, структура організації, дослідження під час війни, війна

Вступ.

Не зважаючи на те, що без сумніву, кожен з етапів соціологічного дослідження є важливим та успіх проекту саме в їх єдності та послідовності виконання, все ж таки збір первинної соціологічної інформації є одним з трудомістких. Саме на цьому етапі кінцевий результат проекту залежить від великої команди менеджерів, супервайзерів, бригадирів, інтерв'юєрів. Метою статті є виокремлення основних функцій організацій, які проводять та організовують соціологічні дослідження. Проаналізувати та окреслити основні виклики цих організацій під час війни.

Аналіз попередніх досліджень і публікацій.

Наразі є безліч наукових робіт, присвячених методологічним засадам соціологічного дослідження, його проектування та організації. Вона обґрунтована в роботах В. Воловича (2009), який в навчальній літературі надає загальні положення щодо розуміння соціологічного дослідження, Е. Гіденса (2001) розробив у своєму підручнику розділ, який присвячений соціологічному дослідженню, описуються головні тези його організації. Однією з відомих постатей, який розробив сучасну українську методологію соціологічних досліджень є Володимир Паніотто (Oleinik, & Paniotto, 2021), який описував кризу в опитувальних методах. Також однією з розробниць технологій соціологічного дослідження є Наталя Паніна (Паніна, 2007), яка залишила неймовірний спадок робіт прикладної соціології. Проектування польового етапу соціологічного дослідження, в залежності від обсягу об'єкту та поставленої мети може бути організована як своїми невеличкими силами чи за допомогою спеціалізованої фірми чи центру (Паніна, 2007). Наприклад, якщо проект дослідження передбачає невелику вибірку (від 30 до 100 осіб) і досить тривалий термін проведення опитування (3-12 місяців), то дослідження може бути проведено силами 1-3 чоловік (дослідник і 1-2 помічника) (Bond, 2020, с. 4). Але таких досліджень небагато, як правило, це експертні опитування, пошукові дослідження, дослідження конкретної локалізованої вибірки, навчальні роботи (дипломні і курсові), дослідження, що передбачають не репрезентативну вибірку, а опитування основної та контрольної груп з подальшим порівнянням результатів (принцип експерименту) тощо (Кононов, 2017). Крім держаних закладів соціологічних досліджень є й комерційні фірми, центри тощо, які з'явилися у 90-ті роки ХХ ст. Вони обслуговують потреби ринків не тільки товарів та послуг, але й інформаційних, політичних тощо. Серед відомих соціологічних фірм України є Інститут соціології НАНУ, Група «Рейтинг», Центр «Соціальний моніторинг», Київський міжнародний інститут соціології Центр Разумкова, Український інститут соціальних досліджень імені

О. Яременка, СОЦИС, TNS Ukraine та ін. Зміст і характер наукових досліджень Інституту соціології НАН України спрямовані 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 на стику тисячоліть. Інститут має вісім відділів за різним направленням досліджень: відділ історії та теорії соціології, відділ методології і методів соціології, відділ соціальних структур, відділ економічної соціології, відділ соціальної експертизи, відділ соціальної психології, відділ соціально-політичних процесів, відділ соціології культури та масової комунікації (Інституту соціології НАН, 2023). Соціологічна група «Рейтинг» (Rating Group Ukraine) створена в 2008 році як недержавна, незалежна дослідницька організація, яка спеціалізується на проведенні всіх видів соціологічних досліджень з дотриманням міжнародних стандартів, затверджених кодексами ESOMAR та WAPOR (Рейтинг, 2023). Центр «Соціальний моніторинг» за своєю внутрішньою структурою та стилем роботи – це компанія, в якій функції менеджменту не відділені від дослідницької складової, а діяльність співробітників не обмежується жорсткими рамками спеціалізації та посадових позицій (Соціальний моніторинг, 2023). Київський міжнародний інститут соціології (КМІС) – це приватна українська компанія, що співпрацює з Національним університетом «Києво-Могилянська академія». КМІС був заснований у 1990 році як дослідницький центр Соціологічної асоціації України, а з 1992 року перетворений у приватне підприємство (Київський міжнародний інститут, 2023). Громадська організація «Український інститут соціальних досліджень імені Олександра Яременка» – незалежна науково-дослідна організація, створена групою вчених у 1991 році; є колективним членом Соціологічної асоціації України та акредитований у Соціологічній асоціації України як дослідницька соціологічна організація. Основними напрямками діяльності є здійснення фундаментальних та пошукових наукових соціологічних та соціальних досліджень з актуальних питань сучасного українського суспільства, а саме: інтереси, настрої, ціннісні орієнтації, потреби та рівень життя населення; соціальна політика; міграційні процеси; гендерна політика; поведінкових досліджень серед уразливих груп населення з використанням методики RDS (вибірка, що направляється і реалізується самими респондентами), TLS (вибірка за місцем та часом) тощо (Громадська організація, 2023). Сьогодні основним напрямом діяльності Центру SOCIS є дослідження різноманітних соціальних проблем, вивчення громадської думки, проведення маркетингових досліджень, а також участь в

міжнародних наукових проектах і програмах соціологічної спрямованості. Роки членства в GALLUP International Association, спільна робота зі світовим лідером – TNS, а також висока професійна підготовка персоналу забезпечує належну якість, надійність та ефективність роботи (Центр соціальних та маркетингових досліджень, 2023). Компанія ТОВ «Тейлор Нельсон Софрез Україна» (TNS в Україні) – це представник світового лідера в галузі маркетингових досліджень – компанії TNS. TNS в Україні була заснована 2001 року в результаті об'єднання компаній SOCIS Gallup International та MMI Ukraine. TNS в Україні є експертом у таких галузях: дослідження брендів і комунікацій; стратегії взаємодії зі споживачами; digital; інновації та розробка продукту; проведення якісних досліджень; дослідження ритейлу та покупців (ТОВ, 2023).

Результати дослідження.

Прикладом ієрархії відділ соціологічних фірм є ієрархія КМІС. Він складається з дирекції, фінансового відділу та адміністративного відділу, які в свою чергу керують шістьма відділами, а саме: відділ кількісних досліджень, відділ якісних досліджень, відділ маркетингових та онлайн досліджень, відділ польових робіт, відділ контролю і відділ обробки даних (Київський міжнародний інститут, 2023). Для нашого дослідження важливим є структура польового підрозділу: польовий директор, супервайзери, бригадири та інтерв'юери. Функції польового директора організувати та контролювати роботу супервайзерів та бригадирів. Він повинен бути в курсі усіх подій та кожен день перевіряти хід польового етапу дослідження, приймати рішення щодо виникаючих проблем та координувати дії своїх підлеглих та тримати корпоративний зв'язок з іншими підрозділами. Супервайзер має схожі функції з польовим директором: організовує та контролює роботу «поля» через бригадирів, проводить інструктаж серед них та має повну інформацію про методику та методологію проведення дослідження. Відповідає за пошук регіональних бригадирів та їх роботу. Основні функції супервайзера полягають: 1) у підготовці матеріалів дослідження і списків інтерв'юерів по точкам опитування, докладному інструктажі (на підготовчому етапі); 2) моніторингу, інспекційному нагляді і контролі роботи (на етапі збору даних); 3) отримання заповнених анкет, перевірки якості заповнення і підготовки фінансових документів до оплати роботи інтерв'юерів. Одним з головних етапів роботи супервайзера – це інструктаж. Якщо дослідження проводиться переважно з конкретно практичними цілями, то інструктаж здійснюється в кілька етапів: керівник проекту і польовий директор інструктують супервайзерів, супервайзери – бригадирів, бригадири – інтерв'юерів (Merton, 1949, с. 22). Супервайзер мусить слідкувати, аби бригадири мали тісний зв'язок з інтерв'юерами. При виникненні

форс-мажорних ситуацій, супервайзер мусить знайти найліпший варіант вирішення. Одна із головних задач бригадира полягає у правильності відбору потенційних респондентів. Необхідно простежувати якість відбору респондентів інтерв'юерами. Респондент мусить відповідати усім критеріям і квотам. Інакше, часом трапляються ситуації, коли інтерв'юер перекидає тяжко досягну квоту людиною з іншої вікової категорії. Бригадир є керівником, що виконує функції організатора, координатора та контролера, який слідкує за діяльністю всіх або групи учасників дослідження інтерв'юерів, які здійснюють збір первинної соціологічної інформації в ході соціологічного дослідження на конкретній території: регіоні, області. У його повноваження входить: підбір виконавців і їх розподіл за видами діяльності; встановлення обсягу робіт і визначення термінів їх виконання; підготовка учасників дослідження для ефективної роботи в «полі», проведення інструктажу в колективній або індивідуальній формі. Бригадир повинен забезпечити виконавців необхідними матеріалами, а саме: інструментарієм (анкет, бланків інтерв'ю), письмовими інструкціями, супровідними документами (посвідчення інтерв'юера і маршрутні листи), візуальними картками тощо. Саме бригадир виконує координацію робіт і вирішення проблем, можливих в ході дослідження між різними його учасниками. Він здійснює контрольні функції: стежить за змістом робіт, ходом і термінами їх виконання. При прийомі інструментарію ним вибірково перевіряється його заповнення, а також дотримання умов маршрутного листа. Він веде облік і зберігає дослідні документи. При необхідності він організовує кодування анкет. Інколи бригадири складають декілька проміжних звітів про хід дослідження, якщо воно тривале. Наприкінці проекту бригадир збирає індивідуальні звіти виконавців і готує матеріали для формування підсумкового звіту про проведення дослідження в цілому. До цього звіту можуть бути додані фінансові, організаційні чи логістичні звіти. Найчастіше бригадири розвивають конкурентні почуття у інтерв'юерів, що стимулює їх до плідної роботи, але й є інша тактика організації колективу – це згуртована команда, яка працює на загальний результат, роботу такої команди стимулює прагнення не відставати від інших та рівнятися на досвідченіших. Ще однією з найпоширеніших помилок є некоординованість та недостатній контроль роботи інтерв'юерів. Інтерв'юери ж забезпечують діалог між дослідником та респондентами. Саме вони є цією зв'язуючою ланкою. Серед бар'єрів, які можуть знизити якість роботи інтерв'юерів та ускладнювати кінцевий результат польової роботи можна назвати (Bond, 2020): складність формування основного колективу виконавців; робота інтерв'юерів з іншими компаніями, що може призвести до дефіциту робочої сили або розповсюдження конфіденційної інформації

про дослідницькі проекти; недобросовісність виконавців; стихійні регіональні інтерв'юери, які з будь-яких причин можуть не відстежуватись; неякісний контроль роботи інтерв'юерів. Він може мати декілька стадій: перевірка через телефон або маршрут, візуальний контроль первинних документів, перехресний комп'ютерний аналіз (кластерний, дисперсійний та кореляційний), логічна несуперечливість (виявити суперечливість відповідей на різні питання), внутрішній контроль через конкурентне поле інтерв'юерів. Таким чином, зрозуміло, що в кожній дослідницькій фірмі або центрі є адміністративні відділи, які задовольняють роботу інституції та дослідницькі відділи. Інколи можна зустріти польовий відділ, який поділяється на підрозділи якісних та кількісних досліджень, а можуть бути підрозділи як окремі відділи. Інколи можуть додаватись відділи за напрямом проекту. Результатом дослідження є окреслення функцій кожних з акторів саме польового відділу: менеджера, супервайзера, бригадира та інтерв'юера. Головними функціями менеджера та супервайзера є саме стадії проектування соціологічного дослідження та контроль за перебігом польового етапу. Головною ж функцією бригадирів є інструктаж та контроль безпосередньо в «полі». У інтерв'юерів – якісно зібрати первинну соціологічну інформацію.

Висновки.

Загалом, проведення соціологічного дослідження – трудомісткий процес, який необхідно ретельно підготувати, щоб уникнути помилок або непередбачуваних складностей. Проте під час проведення емпіричного дослідження завжди виникають проблеми. Їх можна поділити на три типи, а саме: методичні, соціальні та виконавчі. Проблеми методичного характеру виникають через низку якості інструментарію, його об'єм, недосконала або

непродумана методологія відбору респондентів, що можна виявити при проведенні пілотного дослідження. Соціальний характер проблем полягає у відмовах респондентів відповідати на конкретне питання через тему цих питань або через небажання надавати будь-яку інформацію про себе (через соціальну напругу, низький ступень соціальної виключності і соціальної відповідальності), ефект соціальної мімікрії (тобто наслідування думки суспільства або конкретного індивіда, відтворення стереотипної картини досліджуваного об'єкту), недоскопленість потенційного респондента або ігнорування дослідження (що пов'язано з недовірою до інтерв'юера або дослідницької компанії, з низьким рівнем демократії, неінформованість респондента тощо), психологічні та комунікативні особливості суб'єктів дослідження. Виконавчий характер проблем полягає у недбалому ставленні інтерв'юера або бригадира до своєї роботи (фальсифікація, недотримання квотного завдання), незгуртованість команди, перенапруження та виснаження бригадирів та інтерв'юерів тощо. Наразі важко говорити про дослідження, коли є деякі території окуповані, або є такі, що ведуться безперервні бойові дії. Тому на картах досліджень зазначених організацій немає найчастіше Криму та Луганської і Донецької областей, частини Запорізької та Херсонської областей. Таким чином, для проектування емпіричного дослідження важливим є аналіз організації та стадій польового етапу, ієрархії польових відділів, функцій кожного його суб'єкта, їх помилок та труднощів, який показав, що лише при наявності командної роботи і виконанні функціональних обов'язків, при ефективних інструктажах та завдяки вдалому керівництву можливо досягти максимального результату та уникнути деяких практичних помилок.

БІБЛІОГРАФІЧНІ ПОСИЛАННЯ

- Волович, В. І., Горлач, М. І., & Кремень, В. Г. (Eds.). (2009). *Соціологія: підручник для студентів вищих навчальних закладів*. К.: «Центр учбової літератури».
- Громадська організація «Український інститут соціальних досліджень імені Олександра Яременка». (2023). Відновлено з <http://www.uisr.org.ua>
- Інститут НАН України. (2023). Відновлено з <http://i-soc.com.ua>
- Київський міжнародний інститут соціології (КМІС). (2023). Відновлено з <https://www.kiis.com.ua/?lang=ukr>
- Кононов, І. (2016). Ідеї П. В. Копніна в контексті сучасних методологічних проблем української соціології. *Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія «Соціологічні дослідження сучасного суспільства: методологія, теорія, методи»*, 37, 13-26.
- Паніна, Н. (2007). *Технологія соціологічного дослідження: Курс лекцій*. Київ.
- Паніотто, В. (Ред.). (2021). Методи опитування в умовах пандемії. *Матеріали доповіді учасника Міжнародних соціологічних читань пам'яті Н. В. Паніної "Глобальні та локальні кризи: переосмислюючи українське суспільство"*. Київ.
- ТОВ «Тейлор Нельсон Софрез Україна» (Kantar Україна). (2023). Відновлено з <https://usp-ltd.org/tov-tejlor-nelson-sofrez-ukraine-kantar-ukraine/>
- Центр «Соціальний моніторинг». (2023). Відновлено з <https://smc.org.ua>
- Центр соціальних та маркетингових досліджень SOCIS. (2023). Відновлено з <http://socis.kiev.ua/>
- Bond, M. (2020). *Hybrid War: A New Paradigm for Stability Operations in Failing States*. Retrieved from <http://www.comw.org/qdr/fulltext/0703bond.pdf>
- Giddens, A. (2001). *Sociology*. Cambridge: «Polity Press».
- Merton, R. (1949). *Social theory and social structure*. New York: «Free Press».
- Oleinik, A., & Paniotto, V. (Eds.). (2023). Assessing Propaganda Effectiveness: The Case of Russia's War in Ukraine. *XX ISA World Congress of Sociology June 25-July 1, 2023*. Kyiv.

REFERENCES

- Bond, M. (2020). *Hybrid War: A New Paradigm for Stability Operations in Failing States*. Retrieved from <http://www.comw.org/qdr/fulltext/0703bond.pdf>
- Center "Social Monitoring". (2023). Retrieved from <https://smc.org.ua>
- Giddens, A. (2001). *Sociology*. Cambridge: «Polity Press».
- Institute of the National Academy of Sciences of Ukraine. (2023). Retrieved from <http://i-soc.com.ua>
- Kononov, I. (2016). Ideas of P.V. Kopnin in the context of modern methodological problems of Ukrainian sociology. *Bulletin of Kharkiv National University named after V. N. Karazin. Series "Sociological research of modern society: methodology, theory, methods"*, 37, 13-26.
- Kyiv International Institute of Sociology (KIIS). (2023). Retrieved from <https://www.kiis.com.ua/?lang=ukr>
- LLC "Taylor Nelson Sofreeze Ukraine" (Kantar Ukraine). (2023). Retrieved from <https://usp-ltd.org/tov-tejlor-nelson-sofrez-ukraina-kantar-ukraina/>
- Merton, R. (1949). *Social theory and social structure*. New York: «Free Press».
- Oleinik, A., & Paniotto, V. (Eds.). (2023). Assessing Propaganda Effectiveness: The Case of Russia's War in Ukraine. *XX ISA World Congress of Sociology June 25-July 1, 2023*. Kyiv.
- Panina, N. (2007). *Technology of sociological research: Course of lectures*. Kyiv.
- Paniotto, V. (Ed.). (2021). Survey methods in the conditions of a pandemic. *Materials of the report of a participant of the International Sociological Readings in memory of N. V. Panina "Global and local crises: rethinking Ukrainian society"*. Kyiv.
- Public organization "Ukrainian Institute of Social Research named after Oleksandr Yaremenko". (2023). Retrieved from <http://www.uisr.org.ua>
- SOCIS Social and Marketing Research Center. (2023). Retrieved from <http://socis.kiev.ua/>
- Volovich, V. I., Gorlach, M. I., & Kremen, V. G. (Eds.). (2009). *Sociology: a textbook for students of higher educational institutions*. K.: "Center of educational literature".