

Локальні дослідження у соціальній роботі та роботі з молоддю

Практичний посібник

Частина 1.

Методи та технології
соціологічних досліджень



УДК 303.4-053.6(477)(072)

T50

Загальна редакція:

Пеша І.В., канд.пед.наук

T50

Тілікіна Н.В.

Локальні дослідження у соціальній роботі та роботі з молоддю. Частина 1. Методи та технології соціологічних досліджень. Практичний посібник. Київ, ФОП Мороз А.. 2024. 96 с.

ISBN 978-966-137-164-3

У практичному посібнику представлені різні соціологічні методи, які можна використовувати для вивчення ситуації на рівні територіальної громади, зокрема для вивчення проблем і потреб населення громади. Наведено набір методів та інструментів, які дадуть змогу самостійно провести локальні соціологічні дослідження як фахівцям, які працюють з окремими групами населення, так і самим представникам територіальної громади, наприклад, молоді.

Посібник підготовлено як методичні рекомендації для фахівців із соціальної роботи та фахівців, які працюють з молоддю, молодіжних працівників для ознайомлення із технологією соціологічних досліджень щодо потреб і проблем населення громади. Результати локальних соціологічних досліджень є доказовою базою для обґрунтування соціальних програм і проєктів, а також розв'язання проблем у сфері соціальної і молодіжної політики на місцевому рівні.

Корисні поради і конкретні приклади соціологічних досліджень стануть у нагоді не лише фахівцям-практикам, а й викладачам, студентам та аспірантам за спеціальністю «соціальна робота», «соціальна педагогіка» та всім, хто цікавиться специфікою організації і проведення соціологічних досліджень у сфері соціальної і молодіжної політики із залученням активного населення громади.

УДК 303.4-053.6(477)(072)

ISBN 978-966-137-164-3

© Тілікіна Н.В., 2024

© Громадська організація «Інститут молоді», 2024



Зміст

ВСТУП	5
Навіщо вивчати потреби і проблеми населення територіальної громади?	7
Яким чином вивчати потреби і проблем населення територіальної громади?	10
З чого почати дослідження потреб і проблем населення територіальних громад?	12
Яким чином провести соціологічне дослідження?	15
Які саме є методи соціологічних досліджень?	18
Опитування	19
Експертне оцінювання	23
Спостереження	33
Аналіз документів (вторинний аналіз)	41
Кейс-стаді (ситуаційний аналіз)	43
Експеримент, тестування	44
Яким чином вибрати метод соціологічного дослідження?	50
Які саме є нетрадиційні методи локальних досліджень?	54
Картування (мапування)	54
Метод «Подобається – не подобається»	55
Дослідницька прогулянка	56
Метод «Висячі питання» або «Інформація на шнурку»	58



Бокс-опитування (скринька)	59
Громадське кафе або Світове кафе (The World Café)	60
Моделювання	60
Креативні заняття	62
Малюнок	63
Що ще варто знати про організацію та проведення соціологічного дослідження?	64
Додатки. Приклади інструментарію проведення локальних досліджень.....	71
Список використаної літератури	94



Вступ

У сучасному світі підходи до розв'язання проблем і задоволення потреб різних категорій населення (СЖО, ВПО, дітей та молоді тощо) набувають все більшої актуальності. Справжнє розуміння ситуації на рівні територіальної громади дає змогу не лише ефективно виявляти існуючі проблеми та потреби, але й забезпечувати належну ефективність реалізації соціальних програм та проєктів, спрямованих на покращення умов життя як усього населення територіальної громади, так і окремих категорій, зокрема молоді.

Цей методичний посібник є практичним керівництвом як для фахівців соціальної сфери та фахівців, які займаються молодіжною роботою, так і для самої молоді, яка бажає активно впливати на життя своєї громади. Він містить різноманітні методи та інструменти, що використовуються при проведенні локальних соціологічних досліджень. Результати таких досліджень є важливим інструментом для розробки та впровадження соціальних і молодіжних програм і проєктів на місцевому рівні, а також для планування соціальних послуг відповідно до потреб жителів територіальної громади.

Інформація, що міститься у посібнику, забезпечує фахівців соціальної сфери та молодіжної роботи, студентів та інших зацікавлених осіб інструментами та знаннями, необхідними для проведення локальних соціологічних досліджень з метою виявлення проблем і потреб населення територіальних громад, аналізу ситуації на місцевому рівні та розробки обґрунтованих рішень. Результати таких досліджень є доказовою базою для розробки ефективних стратегій та проєктів, спрямованих на вирішення актуальних проблем жителів територіальної громади, так і окремих категорій населення.

Методичний посібник складається з трьох частин.

Перша частина «Методи та технології соціологічних досліджень» містить широкий спектр методів та інструментів для проведення локальних соціологічних досліджень, зокрема: кількісних (анкетування) та якісних (індивідуальні інтерв'ю, фокусовані групові інтерв'ю, експертне оцінювання тощо), а також інших інноваційних методів (моделювання ситуацій, мапування (картування) ресурсів та проблем, дослідницька прогулянка тощо).



У другій частині посібника «Аналіз даних та інші методи обробки інформації» представлені різні аналітичні методи, які застосовуються для узагальнення інформації, отриманої за результатами соціологічних досліджень, оцінювання сильних і слабких сторін та прийняття рішення для покращення ефективності соціальних програм і проєктів. Описано такі аналітичні методи як SWOT-аналіз, фасилітаційна дискусія, методика пріоритизації, TOWS-матриця, PESTLE тощо.

Третя частина посібника розповідає як на основі аналізу результатів локальних соціологічних досліджень розробляються альтернативні стратегії, програми і проєкти на місцевому, регіональному і національному рівнях, спрямовані на розв'язання актуальних проблем і запитів населення як на рівні окремих територіальних громад, регіонів, так і усього населення країни.

Знання та вміння, набуті за допомогою цього методичного посібника, допоможуть не лише ефективно досліджувати та аналізувати потреби і проблеми населення територіальних громад, окремих соціальних груп, а й обґрунтовувати і розробляти на основі отриманої інформації соціальні стратегії, програми і проєкти, спрямовані на досягнення позитивних змін у житті громади. Цей посібник стане надійним керівництвом у світі соціологічних досліджень для всіх, хто прагне впровадження обґрунтованої і результативної соціальної і молодіжної політики, спрямованої на сталий розвиток територіальних громад.



Навіщо вивчати потреби і проблеми населення територіальної громади?

Якщо ви плануєте організувати соціальну роботу та надавати соціальні послуги в громаді або проводити заходи для певної категорії населення, наприклад, плануєте відкрити молодіжний центр чи простір або надавати соціально-психологічну підтримку особам у складних життєвих обставинах, і з цією метою розробляєте проєкт та подаєте заявку на грант – вам потрібно знати, що буде цікаво і корисно для вашої цільової групи або які проблеми турбують ваших майбутніх клієнтів.

Для того, щоб ваш соціальний проєкт, заплановані заходи чи соціальні послуги були ефективними і затребуваними, важливо вивчити потреби і очікування вашої цільової групи (будь-то молодь чи особи у складних життєвих обставинах, чи учасники бойових дій, чи загалом усе населення громади). Це забезпечить ефективність вашої діяльності, допоможе оптимально використати наявні ресурси територіальної громади, і водночас задовольнити актуальні потреби жителів або окремої соціальної групи.

Вивчення потреб і проблем населення територіальної громади – це фундаментальний крок у плануванні роботи на місцевому рівні, як у сфері соціальної роботи, так і роботи з молоддю. Розуміння нагальних потреб і проблем дозволяє краще планувати роботу, адаптувати послуги і заходи під конкретні умови і забезпечити цільове використання ресурсів. І у кінцевому результаті забезпечити ефективність і результативність запланованої діяльності.

Інформація про потреби і проблеми населення територіальної громади (або окремих соціальних груп) дасть змогу спланувати діяльність на рівні громади відповідно до реальних запитів з урахуванням наявних можливостей і ресурсів, а також є доказовою базою для лобіювання інтересів населення як на рівні керівництва («приймаючих рішення») громади, так і на регіональному рівні.

Розглянемо для двох категорій населення, які представлені в усіх територіальних громадах, яку користь та які перспективи ви отримаєте від вивчення їхніх потреб і проблем (див. табл. 1).



**Таблиця 1. Перспективи локальних досліджень
для організації заходів для молоді та надання послуг СЖО**

Цільова група	Молодь	Сім'ї, які перебувають у складних життєвих обставинах (СЖО)
Це дасть змогу дізнатися:	• які категорії молоді проживають у громаді; • як живе молодь громади, її соціально-економічне становище, рівень освіти, вподобання, дозволя; • які саме чинники впливають на життя молоді; • що молодь думає про життя у громаді та місцеву владу; • чи бере молодь участь у житті громади та яким чином вона готова долучатися до життя громади	• які категорії сімей потребують підтримки; • який соціально-економічний стан сімей СЖО, рівень їхньої зайнятості, житлові умови та проблеми, з якими вони стикаються; • які ключові чинники, що негативно впливають на життя сімей; • яким чином можна покращити життя сімей СЖО
Ця інформацію сприятиме:	• формуванню якісної молодіжної політики і молодіжної роботи відповідно до запитів молоді; • визначенню пріоритетних напрямів молодіжної політики і молодіжної роботи; • внесенню змін до молодіжних програм різного рівня, врахуванню запитів молоді під час розробки і реалізації заходів і проєктів; • створенню можливостей для молоді відповідно до їхніх запитів і потреб; • підвищенню рівня активності молоді; • залученню молоді до процесу ухвалення рішень на рівні громади; • створенню сприятливих умов, щоб молоді люди залишалися жити і працювати у громаді	• формуванню якісної соціальної політики та соціальної роботи відповідно до запитів та реальних потреб сімей СЖО; • визначенню пріоритетних напрямів соціальної політики та соціальної роботи в громаді; • адаптації існуючих соціальних програм, враховуючи специфічні потреби цієї категорії населення; • підвищенню рівня соціальної активності та взаємодії сімей СЖО із владою та громадськими організаціями; • нормалізації умов життя сімей СЖО, забезпеченню їхнього благополуччя; • створення у громаді умов підтримки сімейного благополуччя; • ефективному розподілу фінансових та інших ресурсів для задоволення потреб населення; • соціально-економічному розвитку громади, регіону та країни в цілому



	• раціональному розподілу коштів та їх цільовому використанню; • соціально-економічному зростанню і розвитку громади, регіону та країни в цілому	
--	--	--

Джерело: складено автором.

Якщо не вивчати потреби і проблеми населення територіальної громади або/та окремих цільових груп, з якими працюєте, це може призвести до таких наслідків:

- *низька відвідуваність центрів і заходів*, наприклад, молодь не буде відвідує заходи, ходити в молодіжні центри/простори, а сім'ї у складних життєвих обставинах не будуть звертатися по соціально-психологічну чи матеріальну допомогу;
- *відсутність взаємодії з місцевою владою та низький рівень довіри до неї*, наприклад, молодь не бере участі у процесах ухвалення рішень, не розуміє, що відбувається в громаді;
- *відсутність якісної комунікації*, наприклад, між сім'ями, що потребують допомоги, і фахівцями, які її надають, або молоддю і спеціалістами, які працюють з ними і прагнуть навчитися активізувати й мотивувати молодь;
- *розробка стратегій і реалізація заходів на основі припущень*, а не реальних потреб населення, наприклад, соціальна робота або робота з молоддю будуть реалізовуватися відповідно до бачення тих, хто відповідає за її реалізацію, і не забезпечувати розв'язання реальних проблем;
- *низька ефективність використання ресурсів територіальної громади*.

Таким чином, вивчення потреб і проблем населення громади або/та окремих соціальних груп, молодих людей або сімей у складних життєвих обставинах, є важливим етапом у формуванні та реалізації соціальної та молодіжної роботи на рівні територіальної громади. Це забезпечить актуальність та ефективність заходів, спрямованих на підтримку найбільш вразливих категорій населення, і сприятиме загальному розвитку територіальної громади.



Яким чином вивчати потреби і проблем населення територіальної громади?

Інформацію про потреби і проблеми населення територіальної громади можна отримати декількома способами:

- здійснити вторинний аналіз існуючих соціологічних досліджень та даних офіційної статистики;
- провести консультації з експертами;
- провести локальне соціологічне дослідження щодо вивчення думки жителів громади або цільової групи стосовно питань, які вас цікавлять.

1-ий спосіб – аналіз результатів існуючих соціологічних досліджень та даних офіційної статистики.

Знайти інформацію для проведення аналізу можна на сайтах:

- Державної служби статистики України та її обласних і регіональних підрозділів.
- Соціологічних компаній, установ, організацій, які проводять соціологічні дослідження (Група «Рейтинг», компанія «Gradus», CEDOS, 4Service, Інститут соціології НАН України, Оперативна соціологія).
- Баз молодіжних досліджень (U-report, Індекс благополуччя молоді, Банк молодіжних досліджень).
- Міністерств і відомств (Міністерство соціальної політики, Міністерство молоді та спорту, Міністерство охорони здоров'я, Центр громадського здоров'я МОЗ та інші).
- Органів місцевої влади та місцевого самоврядування.
- Міжнародних організацій і фондів (Дитячий фонд ООН (ЮНІСЕФ) в Україні, ПРООН в Україні, Європейська рада та інші).
- Місцевих та національних неурядових організацій, які реалізують соціальну політику та молодіжну роботу (ICAP Єднання, IREX, Ліга соціальних працівників та інші).
- Наукових установ та організацій, науково-дослідних центрів закладів освіти.



2-ий спосіб – це провести консультації з експертами у цій сфері, якими можуть бути:

- фахівці із соціальної роботи, фахівці у сфері молодіжної політики і молодіжної роботи;
- науковці, які займаються питаннями соціальної та молодіжної політики, соціальної роботи з різними соціальними групами (зайнятості і працевлаштування молоді, соціально-економічне становище окремих категорій населення, громадянська активність молоді, допомога внутрішньо переміщеним особам тощо);
- представники органів місцевої влади та місцевого самоврядування;
- фахівці закладів вищої освіти;
- спеціалісти установ і закладів, які надають різні соціально-психологічні і соціально-економічні послуги (фахівці центрів зайнятості та соціального захисту населення, центрів соціальних служб, центри молоді тощо);
- представники громадських організацій, які впроваджують соціальні та молодіжні проекти, працюють з різними категоріями населення.

З експертами можна проконсультуватися декількома способами:

- особиста зустріч з експертом;
- письмові консультації або офіційний письмовий запит на необхідну інформацію;
- соціологічні методи: опитування, анкетування, фокус-групи тощо;
- робочі зустрічі і обговорення: робочі групи, засідання, семінари тощо.

3-ій спосіб – проведення соціологічного дослідження. Для цього можна залучити спеціалістів, які мають досвід у організації і проведенні соціологічних досліджень, що може коштувати немалої суми як для місцевого рівня, або знайти потрібну людину на рівні територіальної громади чи оволодіти необхідними знаннями для цього самостійно.

Існує багато методів проведення соціологічних досліджень. Далі ми детально з ними познайомимось.



З чого почати дослідження потреб і проблем населення територіальних громад?

Навіть якщо ви будете проводити локальні соціологічні дослідження самостійно, варто спочатку пошукати інформацію, яка стосується досліджуваного питання або вашої цільової групи, у будь-яких доступних ресурсах.

До наявних або доступних даних відносяться:

- дані офіційної статистики;
- законодавчі та нормативно-правові акти та проекти законів;
- міжнародно-правові документи (Конвенції, Стратегії, міжнародні угоди тощо);
- стратегії, програми та плани дій, розроблені державними органами влади, органами виконавчої влади та різними організаціями;
- «доступ до публічної інформації», тобто офіційний запит безпосередньо до адміністрації/ державної установи щодо інформації, яка цікавить;
- результати соціологічних досліджень;
- наукові публікації (статті у наукових журналах, дисертації тощо);
- статті та різні інформаційні матеріали в інтернеті;
- інформація у соціальних мережах;
- засоби масової інформації – радіо і телебачення, друковані ЗМІ, онлайн-ЗМІ;
- культурні надбання: мистецтво, архітектура, фотографії, фільми, живопис, легенди тощо.

Тобто на початку доречно застосувати 1-ий спосіб вивчення потреб і проблем вашої цільової групи.

Дані для аналізу можна отримати з таких джерел:

- Департаменти органів місцевого самоврядування, сільради.
- Архіви (історичні архіви, кадастрові карти, історичний опис місцевості тощо).
- Держгеокадастри та інші держреєстри.
- Онлайн ресурси – публікації, звіти тощо.
- Жителі територіальної громади.

- Експерти у сфері соціальної роботи та/або роботи з молоддю.

Застосування інформації з різних джерел при проведенні соціологічних досліджень дає змогу:

- *виявити нові аспекти або додаткові характеристики проблеми, яку ви досліджуєте.* Наприклад, аналіз інформації з архівів чи історичних описів місцевості може висвітлити соціальні, економічні чи культурні фактори, які раніше не враховувалися. Це сприяє розширенню понятійного апарату, створенню нових категорій або уточненню вже існуючих термінів, що в подальшому дозволяє глибше аналізувати проблематику і будувати більш точні теоретичні моделі;
- *оновити та доповнити знання з обраної теми.* Наприклад, аналіз сучасних публікацій та звітів із онлайн ресурсів дає змогу дізнатися про останні тенденції та інновації у сфері, яку ви вивчаєте. Це також допомагає відслідковувати зміни в законодавстві, соціальних та економічних умовах, які можуть впливати на обрану вами тему;
- *отримати натхнення для нових ідей і підходів до вирішення проблем.* Наприклад, спілкування з жителями громади або консультації з експертами можуть розкрити несподівані аспекти проблеми, які можуть надихнути на нові проєкти або інноваційні рішення. Окрім цього, дослідження дозволяє побачити можливості для розвитку, яких раніше не були очевидні, та визначити нові шляхи для підвищення ефективності роботи у соціальній сфері та роботі з молоддю.

Отже, отримані дані є цінним базисом для глибшого розуміння проблеми, оновлення знань та розвитку нових ідей, що значно підвищує ефективність вашої роботи та сприяє досягненню поставлених цілей.

Доступні або наявні дані – це швидке і перевірене джерело інформації, що заощаджує час на пошук. Проте наявні дані мають певні недоліки (табл. 2).

Насамперед, перевантаження інформацією, оскільки у сучасному інформаційному середовищі існує величезна кількість даних з різних джерел. Через великий обсяг інформації її складно впорядкувати і проаналізувати та можна легко пропустити важливі деталі або ключові моменти, що впливають на точність та повноту дослідження.

Зі зростанням доступу до інформації збільшується й ризик натрапити на недостовірні або викривлені дані, особливо з неофіційних або сумнівних



джерел. Фейкова інформація може виглядати правдоподібно та вводити в оману, що ускладнює її відокремлення від правдивих фактів. Цей недолік може призвести до використання недостовірних даних у дослідженнях, що негативно впливає на їх результати та висновки.

Таблиця 2. Переваги та недоліки наявних даних

ПЕРЕВАГИ	НЕДОЛІКИ
Можливість опанувати специфічні поняття. Швидкість доступу до інформації. Можливість опиратися на наукові матеріали. Джерело натхнення та критичного мислення	Перевантаження інформацією – щось можна упустити. Складність розрізнити фейк і правдиву інформацію. Платний доступ до деяких матеріалів

Джерело: складено автором.

Багато цінних джерел інформації, таких як наукові статті, звіти, книги або бази даних, доступні лише на платній основі. Це може обмежувати доступ до потрібних матеріалів, особливо якщо бюджет дослідника або організації обмежений. Платний доступ ускладнює проведення всебічного аналізу, оскільки частина релевантної інформації може залишитися недоступною навіть після її оплати. Це також створює нерівні умови для дослідників з різними фінансовими можливостями, що може вплинути на якість та глибину результатів дослідження.

Крім того, загальні дослідження та узагальнені дані, зібрані на рівні країни, часто не можуть повністю відобразити реальну ситуацію в окремій територіальній громаді. Такі дані зазвичай визначають лише загальні тенденції та не враховують специфіку, унікальні потреби та виклики конкретної громади. Тому, щоб отримати точну та релевантну інформацію для прийняття рішень, доцільно провести невеликі локальні дослідження безпосередньо на рівні територіальної громади. Це завдання найкраще виконують фахівці, які працюють у соціальній та молодіжній сферах, оскільки вони мають глибоке розуміння місцевого контексту і можуть адаптувати дослідження до специфічних умов своєї громади.



Яким чином провести соціологічне дослідження?

Соціологічне дослідження є важливим інструментом для вивчення різних соціальних явищ і процесів, які відбуваються в суспільстві. Воно дозволяє не лише виявити існуючі проблеми, але й зрозуміти їх природу, масштаб та вплив на різні соціальні групи. Процес проведення соціологічного дослідження вимагає ретельної підготовки, систематичного збору даних і їх глибокого аналізу. Кожен етап дослідження відіграє ключову роль у досягненні мети дослідження та отриманні достовірних результатів, які можуть бути використані для розробки ефективних рішень і впровадження змін у суспільстві, тому розглянемо кожен з них детально.

Будь-яке соціологічне дослідження проводиться у три етапи (див. рис. 1):

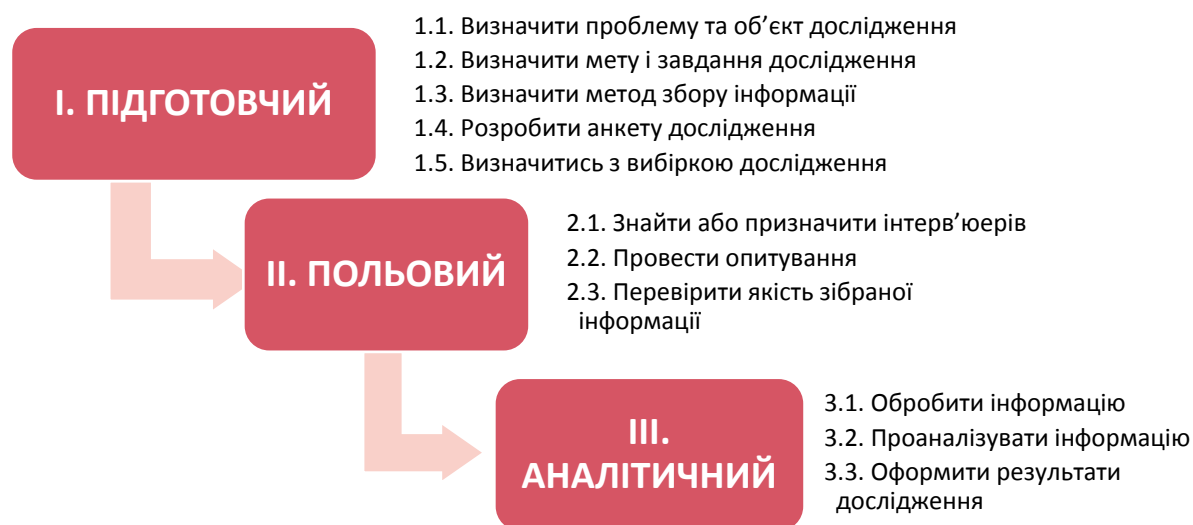


Рис. 1. Етапи проведення соціологічного дослідження

Джерело: складено автором.



I. Підготовчий

На цьому етапі організації і проведення соціологічного дослідження потрібно:

- Визначити проблему, яка існує в досліджуваному середовищі, та об'єкт (цільову групу) дослідження.
- Визначити мету і завдання дослідження.
- Визначити метод збору інформації (кількісні чи якісні), за допомогою яких здійснюється збір первинної інформації.
- Розробити інструментарій дослідження. Залежно від обраного методу збору інформації готується інструментарій – анкета чи опитувальний лист, сценарій для глибинних інтерв'ю чи фокус-груп.
- Визначитися з вибіркою дослідження (кількість респондентів, яких буде опитано). Якщо це кількісне дослідження, то проводиться розрахунок вибіркової сукупності дослідження, враховуючи величину генеральної сукупності. Для якісних досліджень існує інша суб'єктивна логіка щодо визначення необхідної кількості респондентів.

II. Польовий

Під час польового етапу дослідникам потрібно:

- *Знайти або призначити інтерв'юерів*, провести їх інструктаж. Під час інструктажу інтерв'юерів знайомлять з метою дослідження, ретельно роз'яснюють особливості роботи з інструментарієм, проводять тренінг для інтерв'юерів (модераторів якщо це фокус-група) щодо проведення опитування.
- *Здійснити опитування* цільової групи. Опитування респондентів проводиться відповідно до визначеної методики та інструментарію. Ведеться поточний облік і вибірковий контроль виконаної роботи.
- *Перевірити якість* зібраної інформації. Для кількісних досліджень робиться перевірка якості заповнення анкет і польових документів. Неякісно заповнені анкети (повнота, протиріччя відповідей) вибраковують. Проводиться контроль роботи інтерв'юерів (валідація), тобто повторні контакти з респондентами (візити до респондента або телефонні дзвінки). Для якісних досліджень перевіряється аудіо або відео запис інтерв'ю (фокус-груп), а також факт проведення і відповідність респондента вимогам дослідження.



III. Аналітичний

Під час завершального етапу проведення дослідження потрібно:

- *Обробити зібрану інформацію* (анкети, інтерв'ю, аудіозаписи тощо). Для кількісних методів використовують такі методи обробки даних: нумерація, кодування, введення даних в програми для математично-статистичної обробки даних (OCA, SPSS). Для якісних методів – перенесення аудіо чи відео запису в текстовий формат.
- *Проаналізувати зібрану інформацію* – перевірка гіпотез за допомогою математично-статистичних та інших аналітичних методів, встановлення суттєвих закономірностей і зв'язків між соціальними процесами, їх інтерпретація та формування висновків.
- *Оформити результати дослідження* можна у вигляді аналітичного звіту, записки, аналітичної записки, практичних рекомендацій, публікацій як у текстовому форматі (Word), так і в презентаційному (Power Point).

Ефективне проведення соціологічного дослідження залежить від чіткого дотримання усіх етапів – від підготовчого до аналітичного. Правильна організація процесу, якісний збір та аналіз інформації забезпечують отримання надійних даних, які можуть бути використані для розробки стратегії соціального розвитку, поліпшення політики або управлінських рішень, розробки соціальних програм та проєктів.

Які саме є методи соціологічних досліджень?

Для проведення соціологічних досліджень краще залучати спеціалістів в цій галузі, проте можна провести соціологічне дослідження самостійно.

Соціологічні дослідження поділяються на:

- **кількісні** – це методи, пов’язані з визначенням кількості і виражені в абсолютних або відносних величинах;
- **якісні** – це методи, коли дослідники/ці намагаються відповісти на запитання «чому?», «як?», «яким чином?», «що впливає/вплинуло?» (табл. 3)¹.

Таблиця 3. Кількісні та якісні методи соціологічного дослідження

Кількісні	Якісні
Індивідуальне опитування (face-to-face)	Групове фокусоване інтерв’ю (фокус-група)
Анкетування (групове, індивідуальне)	Глибинне інтерв’ю
Онлайн (інтернет) опитування	Спостереження
Телефонне опитування	Експертне оцінювання (інтерв’ю, «мозковий штурм»)
Поштове опитування	Традиційний (якісний) аналіз документів
Кількісний (контент) аналіз документів	Соціальне картування, вуличний аудит
Exit poll (Ексит-пол)	Інші методики: «світове кафе» (<i>Wordcafe</i>), «таємний покупець» (<i>Mystery Shopping</i>)
Комплексні (кількісно-якісні)	
Експеримент	
Кабінетні дослідження (аналіз різних джерел інформації)	
Оцінювання	
Різновиди тестувань	

Джерело: Артюх О.Р., Пеша І.В., Тілікіна Н.В. Соціологічні дослідження в молодіжній роботі. Навчально-методичний посібник для фахівців, які працюють з молоддю. Київ: Державний інститут сімейної та молодіжної політики, 2021. 90 с.



Можна виділити шість основних методів збору соціологічної інформації: **опитування, спостереження, аналіз документів, кейс-стаді, експеримент та тестування**. Кожен з цих методів має свої різновиди та форми (рис. 2).

Опитування

Анкетування

Найпопулярнішим методом соціологічного дослідження є опитування, яке проводиться шляхом **анкетування**. Воно може бути груповим або індивідуальним, очним або заочним.

Анкетування може здійснюватися кількома способами:

- *очне індивідуальне анкетування* – анкета заповнюється інтерв'юер при особистій зустрічі з респондентом. Інтерв'юер сам задає запитання, на які респондент відповідає, та заповнює анкету прямо під час бесіди. Цей метод дозволяє інтерв'юеру відразу уточнювати запитання та контролювати процес заповнення анкети;
- *самостійне анкетування або самозаповнення паперових анкет* – респонденти самостійно заповнюють анкети і для збереження анонімності одночасно їх здають інтерв'юеру. Цей метод зазвичай використовується для збору великого обсягу даних та зменшення впливу інтерв'юера на відповіді респондентів;
- *онлайн (інтернет) опитування* – опитування, за яким анкета розміщується на певному сайті, де респонденти можуть заповнити її в зручний для них час. Цей спосіб дозволяє швидко збирати дані великої кількості респондентів з різних регіонів. Проте цей метод має певні обмеження, а саме: неповне охоплення населення інтернетом; низька точність (у вибірку попадають тільки ті, хто має інтернет); відсутність контакту з респондентом;

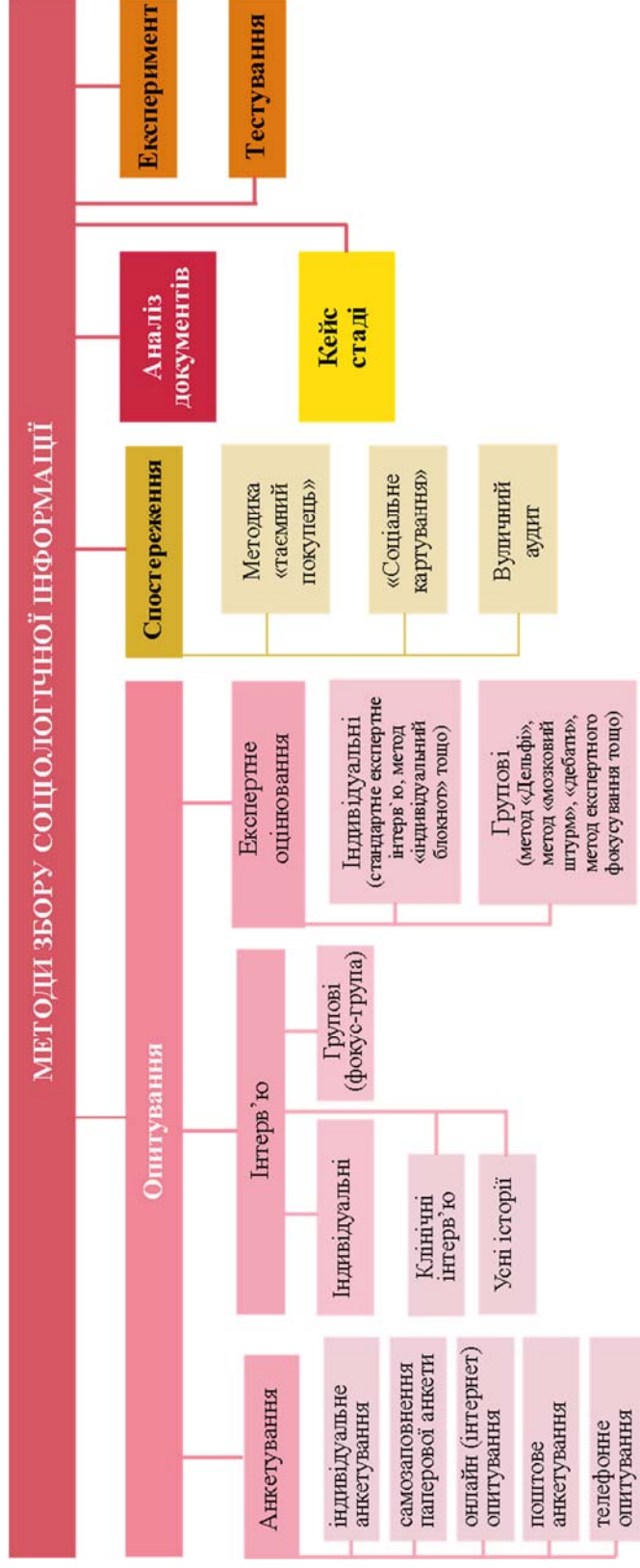


Рис. 2. Методи збору соціологічної інформації

Джерело: розроблено автором.

- 
- *поштове (електронно-поштове) анкетування*, коли анкети розсилаються звичайною (паперовим листом) або електронною поштою, а потім таким же чином повертаються респондентами назад. Цей метод дозволяє залучити респондентів, які не мають доступу до інтернету або у разі відсутності інтернету в місцевості, де проводиться дослідження;
 - *телефонне опитування* проводиться у формі короткого інтерв'ю за допомогою телефонії, де інтерв'юер задає короткі запитання респонденту і фіксує відповіді. Цей метод може бути корисним для швидкого збору даних та зв'язку з респондентами, які перебувають на великих відстанях.

Інтерв'ю

Інший різновид опитування – *інтерв'ю* – це співбесіда, яка проводиться за визначеним планом, із записом відповідей письмово або (з дозволу респондента) на диктофон. Тривалість інтерв'ю – до 1,5 годин.

Зазвичай виділяють декілька видів інтерв'ю:

за кількістю учасників або типом заходу:

- *індивідуальне (особисте)* – одним з основних типів інтерв'ю, де інтерв'юер спілкується безпосередньо з одним респондентом. Цей метод дозволяє глибше досліджувати індивідуальні думки, переконання, досвід, емоції та поведінку людини щодо конкретної теми або питання;
- *фокусоване (фокусоване групове)* – збір думок, оцінок щодо певної конкретної ситуації чи явища, їх причин і наслідків групи респондентів, виявляє реакцію суб'єктів на задану тему. Зазвичай дискусія фіксується на відео. Загальна тривалість «фокус-групи» може складати 1,5 години, а кількість учасників однієї фокус-групи – 8-10 осіб, які попередньо відбираються за допомогою відбіркової (скринінгової) анкети, де зазначені критерії відбору респондентів (вік, стать, соціальна група, професія тощо).

за формою структури запитань:

- *вільне (неструктуроване)* – це довготривала бесіда інтерв'юера із респондентом без суворої деталізації запитань, але за загальною програмою;
- *глибинне (напівструктуроване)* – неформалізована індивідуальна бесіда, яка проводиться на основі інструментарію з переліком обов'язкових запитань, пов'язаних з темою дослідження;
- *формалізоване (структуроване)* інтерв'ю проводиться відповідно до розробленої процедури (загальний план, послідовність і конструктивність запитань, відповідей) з чітким дотриманням запитань та їх послідовності.

Також виділяю й інші різновидів інтерв'ю:

- *усні історії – глибинні інтерв'ю бібліографічного характеру.* Це метод збору інформації та опису історичних подій, явищ і процесів на основі усного повідомлення осіб, які були учасниками або свідками даної події, процесу або епохи²;
- *клінічні інтерв'ю*, які використовується у психології і медицині для діагностики психічних та психіатричних станів.

Як індивідуальні, так і фокусовані інтерв'ю можна класифікувати за **форматом проведення**:

- *Очне інтерв'ю* – це коли інтерв'юер та респондент зустрічаються особисто в одному місці для проведення розмови. Це може бути у формальній обстановці (офіс, конференц-зал) або в неформальній (кафе, громадський простір). Такий формат проведення інтерв'ю дозволяє інтерв'юеру краще сприймати невербальні сигнали такі як міміка, жести, та тон голосу респондента, що може доповнити та уточнити відповіді. Інтерв'юер може швидко реагувати на непорозуміння або уточнювати отриману інформацію. Проте такий вид інтерв'ю має певні недоліки: потребує більше часу та ресурсів для організації і проведення (наприклад, необхідність подорожей, оренда приміщення); респондент може відчувати себе менш комфортно, що

² Артюх О.Р., Пеша І.В., Тілікіна Н.В. Соціологічні дослідження в молодіжній роботі. Навчально-методичний посібник для фахівців, які працюють з молоддю. Київ: Державний інститут сімейної та молодіжної політики, 2021. – 90 с.



може вплинути на відкритість відповідей; складність у організації інтерв'ю з респондентами, які знаходяться у віддалених регіонах.

- Онлайн інтерв'ю – проводиться за допомогою засобів електронного зв'язку, таких як відеоконференції – Zoom, Skype, Microsoft Teams. Цей спосіб дає можливість залучати респондентів з різних географічних регіонів, не витрачаючи час та ресурси на поїздки. Але він також має певні недоліки: відсутність особистого контакту може ускладнити сприйняття невербальних сигналів; залежність від якості інтернет-з'єднання та технічного обладнання; складно підтримувати увагу респондента, особливо під час довгих інтерв'ю.

Вибір формату інтерв'ю залежить від конкретних умов, цілей дослідження, наявних ресурсів та можливостей як інтерв'юера, так і респондентів.

Експертне оцінювання

Це метод опитування в якому експерти майже ніколи не виступають представниками об'єкта дослідження, однак, імовірно володіють знаннями та інформацією про ті чи інші суспільні проблеми і явища, які потрібно вивчити у рамках дослідження.

Експертне оцінювання застосовується для вивчення будь-яких сфер діяльності з метою діагностики, прогнозування, проектування, оцінки стану соціального суб'єкту та ухвалення рішень. Різні форми експертного опитування можуть застосовуватись і на різних етапах прикладних соціологічних досліджень.

Важливою умовою при проведенні такого роду опитування є відбір експертів, насамперед, за рівнем їхніх компетентностей. Для відбору експертів доцільно використовувати такі критерії, як: рід занять, стаж діяльності за фахом, рівень освіти, досвід роботи, вік тощо. Але основним критерієм для відбору експертів є їхня компетентність.

Від інших методів соціологічних досліджень експертне оцінювання відрізняється тим, що:

- *кількість опитаних є завжди меншою ніж при анкетуванні і проведенні глибинних інтерв'ю;*
- *вища якість учасників опитування (рівень кваліфікації, знання у спеціальній сфері) ніж у інших респондентів;*

- 
- *унікальність даних* – якщо в масовому опитуванні це повторюваність інформації про цінності, мотиви, поведінку людей, то в експертному – це унікальність знань експерта, їхня глибина та неповторність;
 - *функція інформації* – первинну інформацію, яку отримують під час анкетування або інтерв'ю, використовують для перевірки гіпотези, а в експертному оцінюванні – для того, щоб розібратися в абсолютно новій досліджуваній сфері.

Пошук і відбір експертів. Експерти відносяться до важкодоступних категорій респондентів, тому для їх пошуку та відбору досить часто необхідно або залучати «посередників», або застосовувати спеціальні методи пошуку та встановлення контактів (наприклад, метод «снігової кулі»), або використовувати інструменти заохочення. Також можна застосовувати усі методи пошуку і відбору відразу.

В експертному оцінюванні виділяються **індивідуальні та групові методи**, які в свою чергу також мають різновиди.

Індивідуальні методи

Серед індивідуальних методів експертного оцінювання виділяють:

- *стандартизоване експертне опитування* має стандартизовану анкету з запитаннями закритого типу, які можуть бути заповнені експертом під час особистої бесіди з інтерв'юером або шляхом самозаповнення. Анкета містить чітко визначені питання, які спрямовані на отримання конкретної інформації від експертів щодо певної проблеми або теми;
- *нестандартизоване експертне опитування* – це особисте інтерв'ю з експертом щодо певної проблеми. Ступінь формалізації інтерв'ю може бути різною – від неформальної бесіди, для якої визначається тільки тема, а далі експерт сам вирішує яким чином її висвітлювати, до розробки чітко структурованого опитувальника з запитаннями відкритого типу;
- *метод «індивідуального блокнота»* – заочна робота експерта без безпосереднього спілкування з дослідниками. Експерт отримує блокнот, на першій сторінці якого описана проблема, і потім протягом обумовленого періоду часу (визначеного складністю проблеми і терміновістю її вирішення) заносить в цей блокнот всі свої думки, ідеї,



зауваження, що стосуються поставленого завдання, після чого здає блокнот дослідникам.

Групові методи

Групові методи експертного оцінювання це колективна діяльність експертів, спрямована на вироблення креативних рішень або розробку ідей. Розрізнять такі групові методи, як:

- **Метод «Дельфі» («Дельфійський метод», «Метод дельфійського оракула»)**

Цей метод є інноваційним інструментом для збору експертних оцінок та прогнозів щодо складних проблем або ситуацій, коли існує велика невизначеність. Це опитування яке проводять у декілька хвиль. Під час кожної наступної хвилі експерти знайомляться з інформацією, яка була отримана під час попереднього опитування. Залежно від мети дослідження може бути залучено від 10 до 150 експертів³.

Основна ідея методу полягає в тому, щоб за допомогою послідовного циклу опитувань досягти консенсусу серед групи експертів щодо проблеми дослідження.

Основні **етапи** цього методу включають:

- *визначення проблеми чи теми дослідження*, яка вимагає експертних оцінок та прогнозів;
- *хвилі опитувань*, коли експерти відповідають на запитання в декілька хвиль опитування. Кожна хвиля передбачає представлення агрегованої інформації за результатами попереднього опитування, що дає змогу експертам переглядати свої відповіді, виправляти їх або надавати нові оцінки на основі попередніх обговорень і висновків;
- *аналіз результатів* проводиться після кожної хвилі опитування, що допомагає виявити збіги, розбіжності і тенденції в відповідях експертів;
- *досягнення консенсусу* (або зближення точок зору експертів щодо ключових аспектів проблеми) є основною метою цього методу. Це

³ Bijak J., Wiśniowski A. Forecasting of Immigration Flows Until 2025 for Selected European Countries Using Expert Information. Idea Working Paper, 2009. No. 7.



досягається через послідовність хвиль, де кожна наступна хвиля ґрунтується на попередніх даних і дозволяє уточнювати оцінки та прогнози.

Метод «Дельфі» дозволяє залучити широке коло експертів з різних галузей і здійснювати прогнози в умовах великої невизначеності та складності проблеми. Він особливо ефективний для прогнозування та вирішення складних соціальних, економічних і технічних проблем, де потрібна комплексна експертна оцінка і розробка стратегій управління.

- *Метод «прогнозного дерева»*

Метод «прогнозного дерева» (або метод В.М. Грушкова) є інструментом соціологічного дослідження, який базується на зборі експертних оцінок для побудови структурованої моделі прогнозування. Основна мета методу полягає в тому, щоб на основі думок та експертних знань відтворити можливі майбутні сценарії подій або розвитку ситуацій. Він застосовується в різних галузях, включаючи економіку, соціологію, управління та стратегічне планування, де необхідно оцінити можливі наслідки і вибрати оптимальні рішення на основі експертної інформації.

Цей метод включає такі основні етапи:

- визначення цілей дослідження і параметрів, які необхідно прогнозувати чи оцінювати;
- розробка експертами основних аспектів проблеми та відображення їх у вигляді деревовидної структури. Кожна гілка дерева відображає можливий варіант розвитку подій чи сценарій, а також фактори, що впливають на цей сценарій;
- оцінювання експертами кожного з запропонованих варіантів розвитку подій, з визначенням ймовірності та впливу ключових факторів;
- аналіз результатів та розробка прогнозів і рекомендацій щодо можливих варіантів дій або поліпшення ситуації.

- *Метод «мозковий штурм»*

Цей метод є ефективним інструментом для групового пошуку нових ідей, рішень та стратегій. Він включає два основні етапи, які сприяють творчому мисленню і колективному аналізу проблеми чи ситуації:

- Перший етап мозкового штурму зосереджений на висуванні різноманітних ідей і розгляді різних можливих сценаріїв розвитку подій чи рішень. Учасники групи стимулюються до висловлення навіть найбільш нестандартних думок без обмежень або критики. Основна мета цього етапу – зібрати якомога більше ідей і варіантів, щоб забезпечити широкий спектр можливих рішень.
- На другому етапі проводиться аналіз і обговорення зібраних ідей. Учасники групи оцінюють ідеї з різних поглядів, враховуючи їхню доцільність, реалістичність і потенційний вплив. Часто застосовується метод голосування або система рейтингування, щоб визначити найбільш перспективні ідеї для подальшого розвитку чи реалізації.

- *Метод номінальних груп*

Цей метод є конструктивним для усунення конфліктів. Він відображає ступінь погодженості щодо тієї чи іншої ідеї. Це проміжна форма між індивідуальними та груповими методами. При реалізації цього методу спочатку здійснюється індивідуальне опитування одних експертів, а потім отримані результати так само автономно і незалежно один від одного обговорюються іншими експертами. Цей метод корисний у тих випадках, коли необхідно виявити і об'єднати індивідуальні судження, що дає змогу отримати колективне рішення, яке не може бути сформульовано експертами індивідуально.

Цей метод розроблений А.Л. Дельбеком та А.Г. Ван де Відном у результаті соціально-психологічних досліджень під час проведення нарад щодо ухвалення рішень⁴.

Порядок проведення дослідження за методом індивідуальних груп включає декілька етапів:

⁴ Delbecq, A.L., Van de Ven, A.H. and Gustafson, D.H. (1975) Group Techniques for Program Planning: A Guide to Nominal Group and Delphi Processes. Scott, Foresman Glenview. URL: <https://www.scirp.org/reference/referencespapers?referenceid=1760036>

Етап 1. Вступна частина. Тривалість 5-10 хвилин. Включає такі питання: мета засідання групи; етапи проведення; варіанти використання результатів майбутньої роботи.

Етап 2. Мовчазне генерування учасниками ідей упродовж 10 хвилин, під час якого кожен учасник записує кожен ідею на окремій картці.

Етап 3. Невпорядковане перерахування ідей. Учасників просять по черзі називати одну ідею. За бажанням можна пропустити свою чергу та приєднатися до дискусії у наступному турі. Обговорення обмежується лише спробою коротко (стисло) викласти відповідь.

Етап 4. З'ясування ідей. Координатор зачитує кожен ідею зі списку, щоб переконатися, що всі учасники зрозуміли їх у тому вигляді, як вони записані. На цьому етапі будь-який учасник може запропонувати роз'яснення та тлумачення запропонованих ідей, а також їх комбінування. Окремі ідеї можуть бути відхилені, уточнені чи поєднані з іншими. Кожен учасник має право «вето» на будь-яку ідею, тобто якщо хоча б один із учасників групи не згоден з висунутою пропозицією, вона не приймається.

Етап 5. Вибір та ранжування. Зі складеного переліку учасникам пропонується вибрати 4, 6 або 8 пропозицій. Кількість пропозицій залежить від того, яка кількість ідей була запропонована учасниками.

Кількість ідей	Кількість карток
До 30	4
31-50	6
51 і більше	8

Етап 6. Підрахунок голосів, де кожна ідея отримує певну кількість карток від учасників. У таблиці представлено зміст ідеї, кількість отриманих карток та їх ранги, які присвоюються за важливістю. Після цього обчислюється сума рангів, додається додатковий ранг (якщо передбачено), і визначається підсумкове місце кожної ідеї в загальному рейтингу.

№	Зміст ідеї	Усього карток	Отримано карткові ранги	Сума рангів	Додатковий ранг	Разом	Підсумкове місце
1	2	3	5	6	7	4	8



Етап 7. Заключна частина. На цьому етапі обговорюються підсумки голосування, причому координатор підкреслює ті моменти і ідеї, щодо яких існує високий рівень узгодженості серед учасників. Можна запропонувати групі виключити з переліку ті пункти, які не отримали голосів. Наприкінці варто поцікавитися думкою групи щодо майбутніх дій та поговорити про наступні кроки.

- **Консиліум**

Консиліум є методом колективного експертного обговорення проблеми з метою ретельного аналізу всіх її аспектів і визначення оптимальних шляхів вирішення. Він сприяє збору різноманітних точок зору і експертних оцінок, що дозволяє знайти комплексне рішення для складних проблем і завдань. Термін цього методу походить з медичної практики, де консиліум означає зібрання лікарів для обговорення складних випадків та прийняття колективного рішення щодо діагнозу і лікування пацієнта.

Основні етапи методу консиліуму включають:

- докладний аналіз ситуації і визначення основних ознак та аспектів проблеми;
- обговорення можливих чинників, що можуть впливати на проблему;
- аналіз усіх аспектів проблеми з урахуванням доступних даних і експертних оцінок;
- на основі обговорення і аналізу встановлення колективного висновку щодо суті проблеми і формулювання «діагнозу», який відображає загальне розуміння сутності проблеми;
- формулювання прогнозу можливого розвитку ситуації на майбутнє з врахуванням висунутих гіпотез і рекомендацій консиліуму.

- **Метод експертного фокусування**

Цей метод представляє одну із форм спільного очного обговорення проблеми. Експерти всебічно розглядають досліджувану ситуацію, «фокусуються» на ній. Основна мета – виявити структуру даної проблеми, визначити по можливості всі чинники, що впливають на дану ситуацію, встановити взаємозв'язки між ними.



Основні етапи методу експертного фокусування:

- підготовка до зустрічі, ознайомлення з основними аспектами досліджуваної проблеми і вже наявними даними;
- спільний розгляд проблеми під час зустрічі, обмін власними думками та експертними знаннями, аналіз різних аспектів ситуації, включаючи можливі причини, наслідки, взаємозв'язки між факторами тощо;
- фокусування на ключових аспектах, ідентифікація і структуризація основних чинників, що визначають проблему;
- визначення взаємозв'язків, встановлення різних чинників та їхнього впливу на загальну динаміку ситуації;
- формулювання висновків і рекомендацій.

- *Метод «рінгі»*

Цей метод є специфічним процесом ухвалення рішень, який виник у Японії і використовується для досягнення консенсусу у групі. Цей термін перекладається як «отримання згоди» і відображає суть методу, що базується на послідовному опитуванні учасників без скликання спеціальних засідань.

Процедура «рінгі» включає такі етапи:

- *висування суджень про проблему*, стосовно якою має бути ухвалено рішення;
- *передача проблеми «вниз»* – до тих, хто організовує роботу над нею. Це можуть бути спеціалізовані робочі групи або відповідальні відділи;
- *обговорення протилежних думок*, різних точок зору і позицій стосовно проблеми. Учасники висловлюють свої думки, аргументи і пропозиції щодо можливих рішень;
- *обговорення конкретних шляхів вирішення проблеми*: під час загального засідання чи через інші комунікаційні засоби обговорюються конкретні альтернативи і варіанти рішень;
- *затвердження й візуалізація документу («рінгісе»)* щодо вирішення проблеми, який фіксує узгоджене рішення і включає необхідні відомості щодо проблеми і шляхи її вирішення.

- *Метод «635»*

Цей метод є варіацією методу мозкового штурму, яка спеціально орієнтована на структуроване розв'язання проблеми або пошук ідей. Він сприяє швидкому накопиченню ідей та формуванню консенсусу в групі експертів. Основною метою цього методу є залучення групи експертів для спільного генерування ідей і ухвалення рішень.

Назва «635» відображає ключові аспекти процесу:

- «6 учасників» – група складається з шести осіб, кожен з яких має різні знання, досвід і точки зору щодо проблеми, яка розглядається;
- «3 гіпотез» – кожен учасник групи упродовж п'яти хвилин повинен висловити три пропозиції або гіпотези щодо розв'язання проблеми або поліпшення ситуації;
- «5 хвилин» – кожному учаснику відводиться 5 хвилин для висловлення ідей, що дає змогу уникнути занадто довгих обговорень і сприяє активному участі усіх учасників.

Процес виконання методу «635» має наступні ключові етапи:

- кожен учасник відзначає свої пропозиції в спеціальний формуляр, де кожне висловлення чітко фіксується;
- формуляри переходять від учасника до учасника у формі кругової обігравання. Цей процес дозволяє кожному учаснику зазирнути в ідеї інших і вдосконалювати свої власні;
- після того, як кожен учасник висловився і всі ідеї були зібрані, відбувається загальне обговорення і оцінка всіх пропозицій. Учасники обговорюють сильні сторони і слабкі сторони кожної запропонованої ідеї, а також вибирають найбільш перспективні варіанти для подальшого розгляду чи реалізації.

- *Критична атака («розносна» атака)*

Критична атака є однією з варіацій методу мозкового штурму, та спрямована на обговорення і критичний аналіз рішень, запропонованих експертами. Цей метод зазвичай використовується для пошуку найбільш обґрунтованого та ефективного рішення в складних ситуаціях.

Реалізація методу критична атака включає декілька етапів:

- 
- кожен учасник експертної групи пропонує власне вирішення поставленого завдання (свою інтерпретацію при аналізі ситуації) або свою версію розвитку подій (при прогнозі);
 - кожен експерт має знайти недоліки в пропозиціях інших експертів, аргументуючи власну думку;
 - експерти обговорюють кожне з запропонованих рішень. Завдання кожного учасника – відстояти власне рішення, завдання опонентів – «рознести її в пух і прах»;
 - у підсумку – експерти вибирають те рішення, яке викликало найменше нарікань і було найбільш обґрунтованим.

Критична атака дозволяє систематизувати і розглянути різні точки зору з метою знаходження оптимального рішення через відкрите обговорення і критичний аналіз ідей.

- *Метод «дебати»*

Цей метод використовують для вирішення проблеми з багатьма варіантами розв'язання. Це командна, рольова, інтелектуальна гра, суть якої полягає в тому, що обрані команди аргументовано доводять тезу, запропоновану до обговорення, а інші – опонують їй. Кожна з команд у межах певних часових рамок повинна представити власну позицію, власні аргументи «за» чи «проти».

Основними характеристиками методу «дебати» є:

- *командна робота*: учасники групи об'єднуються у команди, які представляють різні позиції щодо тези чи проблеми;
- *рольова гра*: кожна команда аргументує і захищає свою позицію з використанням аргументів, фактів і логіки;
- *часові межі*: дебати проводяться в межах визначених часових рамок для кожної сторони, що дає змогу уникнути занадто довгих обговорень і стимулює кращу підготовку і аргументацію позицій;
- *обговорення і вибір найкращого рішення*: після того, як обидві сторони представили свої аргументи, може відбуватися обговорення і обґрунтування переваг однієї позиції над іншою. Потім приймається рішення щодо того, яка позиція є найбільш обґрунтованою і перспективною для подальшого розгляду чи реалізації шляхом голосування «за» чи «проти».

- **Метод «суду»**

Цей метод є певним різновидом ділових ігор. Обговорення проблеми відбувається у вигляді судового процесу: моделюється «процес над проблемою». Цей метод дає змогу систематизувати аналіз, обговорення та прийняття рішень в структурованій імітаційній формі, що сприяє кращому розумінню проблеми та залученню усіх учасників до процесу вирішення.

Основні етапи методу «суду»:

- відповідно до контексту проблеми учасники отримують різні ролі, такі як «адвокат», «прокурор», «суддя», «присяжні» та інші. Кожна роль виконує певні функції;
- кожен учасник виступає у ролі, яка була призначена, і аргументує свою позицію щодо проблеми або ситуації: адвокати захищають і аргументують свої позиції, прокурори висувують аргументи «проти», судді ведуть процес і керуються процедурними нормами, а присяжні слухають докази і приймають рішення;
- обговорення включає аргументацію, дебати і взаємодію між усіма учасниками, що виконують різні ролі, що дає змогу глибше розібратися у всіх аспектах проблеми та зрозуміти різні точки зору;
- після того як обговорення завершено, присяжні голосують щодо того, яка позиція або рішення є найбільш обґрунтованим і прийнятним для розв'язання проблеми. Судді конкретизують остаточне рішення на основі наведених аргументів і результатів голосування присяжних.

Спостереження

Іншим видом соціологічних досліджень є **спостереження**, яке в соціології розуміють як пряму реєстрацію фактів очевидцем.

Це метод дослідження, при якому соціолог бере активну участь у дослідницькій групі та записує свої спостереження. Деякі дослідники проводять явне спостереження за учасниками, під час якого досліджувана група знає про дослідника та дослідження, інші – таємне спостереження за учасниками, коли група не знає про дослідника і проведення дослідження. Цей метод дослідження



ефективний для збору доказів шляхом прямого спостереження за тим, як люди взаємодіють у певному середовищі.

При проведенні дослідження можна використовувати різні види спостережень залежно від форми, стилю, місця проведення тощо⁵ (див. табл. 4).

Таблиця 4. Різновиди спостереження

	Види	
За формою взаємовідносин	Включене – спостерігач бере участь у спостереженні як учасник, тобто намагається максимально взаємодіяти з об'єктом спостереження без проявів власних дослідницьких намірів. Наприклад, займається фізичними вправами в спортивному закладі, де проводиться дослідження.	Невключене – взаємодія між спостерігачем і об'єктом дослідження зводиться до мінімуму. Наприклад, спостереження під час засідання чи робочої групи. Спостерігач за допомогою спеціальних карток спостереження фіксує поведінку доповідача і реакції аудиторії, а потім, узагальнюючи дані, реєструє кількість проявів поведінкових реакцій, а також їх інтенсивність
За стилем застосування	Наукового спостереження зазвичай проводиться відповідно до практичних та/або теоретичних цілей та здійснюється за заздалегідь продуманим планом та розробленою програмою	Буденне – це процес систематичного або випадкового спостереження навколишнього середовища, подій, людей або явищ у повсякденному житті. Воно відбувається в нормальних умовах, без спеціальної підготовки та інструментів, і може включати у себе різноманітні аспекти, такі як спостереження за поведінкою людей на вулиці, учнів у школі, реакції на різні події тощо
За ступенем формалізації	Структуроване (контрольоване, стандартизоване) – проводиться за заздалегідь розробленим	Неструктуроване (неконтрольоване, нестандартизоване) – спостереження, при якому

⁵ Артюх О.Р., Пеша І.В., Тілікіна Н.В. Соціологічні дослідження в молодіжній роботі. Навчально-методичний посібник для фахівців, які працюють з молоддю. Київ: Державний інститут сімейної та молодіжної політики, 2021. – 90 с.



	Види	
	планом, коли дослідник добре знайомий з об'єктом дослідження	визначено тільки об'єкт дослідження, а метою вивчення є проблемна ситуація та отримання більш конкретної інформації про об'єкт дослідження
За місцем проведення	Лабораторне спостереження проводиться, коли об'єкт дослідження перебуває в штучно створених умовах. Наприклад, у сфері фізичної культури та спорту – це заняття в спеціально обладнаному спортивному залі	Польове спостереження проводиться в реальних умовах життя. Наприклад, у сфері фізичної культури і спорту – це заняття за місцем проживання на спортивному майданчику, стадіоні
За регулярністю проведення	Систематичні спостереження – це регулярна фіксація дій упродовж певного проміжку часу	Випадкові – вивчення дій і ситуацій, які раніше не були заплановані
За тривалістю проведення	Короткочасне – проводиться на першій стадії дослідження для формулювання гіпотез або доповнення даними, отриманими іншими методами	Довготривале – проводиться упродовж тривалого часу і передбачає постійний контакт дослідника і об'єкта вивчення
За ступенем охопленням	Суцільне – дослідник фіксує всі особливості поведінки та/або ситуації для більш докладного спостереження	Вибіркове – дослідник звертає увагу лише на певні параметри поведінки чи ситуації
За способом використання	Безпосереднє – дослідник не застосовує технічних інструментів, покладаючись тільки на свої органи сприйняття	Опосередковане – застосовуються різні технічні інструменти (аудіо-, фото- і відеоапаратура тощо)

Джерело: складено автором.

Спостереження проводиться за обдуманого заздалегідь процедурою, за якою всі отримані дані фіксуються в протоколах або щоденниках за визначеною схемою. Наприклад, дослідник хоче дізнатися про навчальні звички учнів школи. Він може відвідати кав'ярню або бібліотеку школи, щоб поспостерігати за поведінкою учнів. Для безпосередньої участі дослідник може приєднатися до навчального процесу та оцінити, як учні взаємодіють на уроках.



Серед методів проведення спостереження можна виділити методики «таємний покупець», «соціальне картування», «вуличний аудит» тощо.

- *Методика «таємний покупець»*

Методика «таємний покупець» є ефективним інструментом для оцінки якості обслуговування та ефективності персоналу, що працює у сфері надання послуг. Оцінку проводить спеціаліст, який виступає в ролі клієнта. За цією методикою можуть здійснюватися, наприклад, оцінка якості роботи соціальних чи молодіжних працівників, оцінка роботи служб зайнятості, молодіжних центрів чи просторів тощо.

Метод «таємний покупець» включає такі етапи:

- розробка детального сценарію візиту або контакту з надавачами послуг та/або персоналом;
- здійснення візиту спеціалістом, який відвідує точку дослідження в ролі реального покупця, клієнта або користувача послуг;
- після візиту або комунікації спеціаліст складає детальний звіт, в якому фіксуються всі деталі спостереження, відмітки та рекомендації щодо покращення якості обслуговування та надання послуг.

- *Соціальне картування (або картування соціальних послуг)*

Методика «соціальне картування» (анг. – *mapping*) широко використовується в соціальній роботі, маркетингу, міському плануванні, сфері освіти та в інших сферах з метою вивчення соціальної реальності задля її аналізу та подальшого впливу на неї. Дана методика поєднує групу методів просторового та інформаційно-графічного характеру, що дає змогу розкрити проблеми доступності тих чи інших елементів досліджуваної території (соціальні та культурні послуги, інфраструктурні об'єкти, система транспортного сполучення тощо) та діагностувати соціальну уразливість окремих груп населення.



Картування здійснюється за допомогою різноманітних методів збору та аналізу даних, включаючи збір інформації з відкритих джерел, аналіз документів, анкетування, інтерв'ю, фокус-групи, а також геоінформаційну систему (ГІС)⁶.

Процес картування включає декілька основних етапів: планування, збір даних, аналіз даних, розробка інформаційної карти, наприклад, надання соціальних послуг у територіальній громаді (див. табл. 5).

Таблиця 5. Етапи картування оцінки надання соціальних послуг

Етап	Завдання етапу
Планування та підготовка	- Визначення цілей та завдань картування. - Формування робочої групи та розподіл видів робіт. - Визначення території або групи населення, яку буде охоплено картуванням. - Розробка методології та інструментів збору даних. Залежно від мети, завдань і вибраних методів дослідження визначається інструментарій: опитувальники, анкети, інтерв'ю, форма реєстрації спостереження тощо.
Збір даних	Найпоширенішим методом збору даних при картуванні є збір інформації з відкритих джерел з внесенням даних про надавачів послуг у базу даних Excel, наприклад: пошук в інтернеті усіх надавачів соціальних послуг (комунальні установи, громадські і благодійні організації, релігійні організації тощо), які розташовані у територіальній громаді. Також збір даних для картування може здійснюватися шляхом: - анкетування – проведення опитувань серед надавачів соціальних послуг, клієнтів, жителів територіальної громади; - глибинних інтерв'ю, інтерв'ю з ключовими стейкхолдерами (керівниками соціальних служб, представники органів місцевої влади та місцевого самоврядування, клієнтами послуг та іншими);

⁶ Геоінформаційна система (ГІС) — сучасна комп'ютерна технологія, яка дає змогу поєднати модельне зображення території (електронне відображення карт, схем тощо) з інформацією табличного типу (різноманітні статистичні дані, списки, економічні показники тощо).

Етап	Завдання етапу
	• вторинного аналізу (кабінетне дослідження) – аналіз наявних документів (звітів, статистичних даних, нормативних актів); • використання ГІС для збору географічних даних про місце надання послуг. Кожен з цих методів передбачає: • пошук респондентів або джерел для картування; • опитування респондентів визначеним методом або аналіз документів і різних джерел інформації (сайти, сторінки в соціальних мережах, повідомлення в месенджерах і соціальних мережах тощо).
Аналіз даних	• Систематизація зібраних даних відповідно до вибраного методу дослідження, занесення інформації базу даних. • Визначення категорій та класифікація соціальних послуг. • Ідентифікація прогалин у наданні соціальних послуг та аналіз потреб населення територіальної громади. • Візуалізація даних за допомогою карт, діаграм, дашбордів тощо.
Розробка карти послуг	• Створення інтерактивної або статичної карти, що відображає розташування надавачів соціальних послуг, додаткову інформацію про кожну послугу (тип, обсяг, контактні дані тощо). Також картування соціальних послуг, які надаються в територіальній громаді, може бути представлено у вигляді таблиці в форматі Word чи Excel, посібника чи путівника тощо.
Моніторинг та оновлення	• Регулярне оновлення даних про соціальні послуги. • Моніторинг змін у потребах населення територіальної громади та корекція карти відповідно до нових даних. • Впровадження рекомендацій та оцінка ефективності змін

Джерело: узагальнено автором.

Картування соціальних послуг є важливим інструментом для планування та управління соціальною сферою. Воно дозволяє:

- забезпечити прозорість у наданні соціальних послуг;
- оптимізувати розподіл ресурсів;

- 
- підвищити ефективність взаємодії між різними постачальниками послуг;
 - забезпечити кращий доступ до соціальних послуг для вразливих верств населення;
 - підтримувати інформованість громадськості та залученість стейкхолдерів до процесу ухвалення рішень.

Таким чином, картування соціальних послуг є комплексним процесом, який вимагає системного підходу та залучення різних методів дослідження для досягнення максимально точних та корисних результатів.

- *Вуличний аудит*

Метод спостереження «вуличний аудит» – один з найкращих способів дізнатися, як поліпшити інфраструктуру району, міста/селища/села. Це ідеальний інструмент для вивчення різних характеристик населеного пункту. Вуличний аудит може здійснювати як спеціалісти, так і певна група місцевих жителів. Цей процес може допомогти визначити сильні та слабкі сторони навколо ключових тем, питань чи проблем, які існують в даному населеному пункті. Аудит може проводитися шляхом фотографування, цитування, аудіо чи відео фіксування. Також під час вуличного аудиту може використовуватися такий інструмент як «віртуальний вуличний аудит» з використанням зображень вулиць на онлайн мапах.

Особливості методики «вуличний аудит»:

- вуличний аудит передбачає прямий виїзд на територію для збору інформації. Учасники аудиту можуть фотографувати ключові місця, записувати спостереження аудіо чи відео форматом, а також збирати цитати та вислови жителів територіальної громади;
- зібрані дані оцінюються з метою виявлення сильних і слабких сторін місцевої інфраструктури. Це може включати стан доріг, тротуарів, освітлення, парків, доступність інфраструктури для осіб з інвалідністю тощо;
- результати аудиту допомагають визначити найбільш критичні проблеми та потреби територіальної громади, що може бути використано для розробки стратегій розвитку та покращення місцевої інфраструктури;

- сучасні методи включають в себе віртуальні вуличні аудити, де за допомогою онлайн-мап та інших цифрових інструментів можна аналізувати інфраструктуру місцевості.

Прикладами використання вуличного аудиту є:

- аналіз безпеки доріг, наявності переходів для пішоходів та велосипедистів;
- виявлення доступності парків, спортивних майданчиків і зелених зон для жителів;
- перевірка доступності шкіл, бібліотек, медичних установ для жителів різних районів міста;
- оцінка безбар'єрного доступу для осіб інвалідністю до закладів та установ.

Вуличний аудит не лише допомагає виявляти проблеми, але й є кроком до їх вирішення, покращення якості життя та створення комфортного середовища для всіх жителів місцевих спільнот.

У чому різниця між «Соціальним картуванням» і «Вуличним аудитом»?

Соціальне картування і вуличний аудит є двома різними методами для аналізу соціальної реальності та інфраструктури і мають певні відмінності в підходах і застосуванні (табл. 6).

Таблиця 6. Порівняння методів «Соціальне картування» і «Вуличний аудит»

	Соціальне картування	Вуличний аудит
Спрямованість	зазвичай орієнтоване на комплексний аналіз соціальних, культурних, економічних аспектів на території	Фокусується на оцінці конкретних місць і об'єктів, доступних просторів, стану інфраструктури на вулицях, площах тощо
Застосування технологій	Включає в себе використання ГІС (географічні інформаційні системи), картографії, а також інформаційно-графічні методи для візуалізації даних	Може включати фотографування, аудіо- та відеозаписи, опитування жителів



	Соціальне картування	Вуличний аудит
Цільове спрямування	Спрямоване на аналіз доступності соціальних і культурних послуг, інфраструктури, системи транспорту тощо	Спрямоване на оцінку безпеки, доступності, стану інфраструктури з точки зору місцевих жителів
Діагностика	Дозволяє виявити соціальні уразливості, анклав та інші особливості місцевих спільнот	Дозволяє виявити конкретні проблеми і потреби в місцях проведення дослідження для подальшого удосконалення
Застосування	Використовується у сферах міського планування, соціальної роботи, аналізу громадського простору, розробки міських програм	Використовується для покращення міської інфраструктури, розвитку місцевих ініціатив, планування громадських просторів

Джерело: узагальнено автором.

Соціальне картування і вуличний аудит доповнюють один одного, проте мають різні підходи і застосування. Соціальне картування зазвичай орієнтоване на ширший аналіз і використання технологій ГІС, в той час як вуличний аудит фокусується на конкретних місцях і може використовувати більш прямі методи збору даних від місцевих жителів.

Аналіз документів (вторинний аналіз)

Ще одним видом соціологічних досліджень є **аналіз документів** (традиційний і кількісний). Це один з широко застосовуваних і ефективних методів збору інформації, об'єктом дослідження якого виступають не люди, а різні інформаційні повідомлення (тексти, мова, сюжети).

Аналіз документів – це метод дослідження, при якому джерелом інформації служать текстові повідомлення, що містяться в будь-яких документах (протоколах, доповідях, рішеннях, публікаціях в ЗМІ, в листах, дискусіях, рекламних матеріалах, художніх творах, ілюстраціях тощо).

Аналіз документів або вторинний аналіз вивчає дані, зібрані іншими дослідниками. Дослідники можуть використовувати цей метод, якщо вони мають обмежені ресурси для проведення іншого виду соціологічного дослідження або під час компіляції перехресного дослідження, що називається



мета-аналізом, який вивчає великий обсяг попередніх досліджень. Аналіз документів дає змогу дослідникам об'єднати висновки багатьох вчених в одному дослідженні, щоб підтвердити нову гіпотезу, розвинути новий погляд на попередні розробки або виявити інший напрямок для додаткових досліджень.

Як метод соціальних наук контент-аналіз було розроблено американськими соціологами Г. Лассуелл і Б. Берельсоном і він почав широко використовуватися з 1920-1930-х рр. в США. Спочатку цей метод набув поширення в сферах журналістики і літературознавства. Широке застосування контент-аналіз отримав при вивченні впливів засобів масової комунікації, зокрема, з метою з'ясування ефективності пропаганди. У період Другої світової війни контент-аналіз на Заході став використовуватися в розвідувальних і пропагандистських цілях. Експерти Бі-Бі-Сі (Лондонського радіо) обробляли повідомлення нацистської пропаганди і на основі аналізу отриманих даних передбачали розвиток подій як у сфері внутрішньої, так і зовнішньої політики.

При аналізі документів постає проблема достовірності інформації, яка аналізується. Тому, приступаючи до роботи, потрібно визначити надійність самого документа і достовірність його змісту, правдивість висвітлених фактів, точність передачі подій, іншої наведеної інформації.

Проблему достовірності та надійності інформації можна вирішити під час відбору документів для певних досліджень і під час внутрішнього і зовнішнього аналізу змісту документів. *Зовнішній аналіз* – це вивчення обставин виникнення документів. *Внутрішній аналіз* – це вивчення особливостей змісту, стилю документа. Насамперед, дослідник, який здійснює аналіз документів, повинен чітко розрізняти, про що йде мова – фактичні події викладені об'єктивно і неупереджено або неведена оцінка цих подій спостерігачем, який може бути упередженим. Дуже важливо знати, який метод одержання первинних даних було використано укладачем документа.

Серед дослідних прийомів, які використовуються при вивченні документів, виділяють два основних: якісний та кількісний (контент-аналіз).

Перший метод, традиційний – **якісний**. Здійснюючи традиційний аналіз, дослідник має відповісти на такі запитання: *Що являє собою документ? Хто його автор? Яка мета створення документа? Яка надійність самого документа? Яка достовірність зафіксованих у ньому даних? Яка дія (резонанс), реакція на документ? Який оціночний зміст документа (характер, спрямованість)? Які висновки можна зробити про факти, які н в документі?*



Суть **кількісного аналізу (контент-аналізу)** зводиться до того, щоб знайти (і підрахувати) такі ознаки, риси, властивості документа, які б відображали певні суттєві сторони змісту. Контент-аналіз – це переведення масової текстової інформації у кількісні показники з їх подальшою статистичною обробкою. Він розпочинається з визначення смислових одиниць, серед яких використовуються: поняття, виражені в словах, окремих термінах; тема, виражена в цілих смислових абзацах, частинах тексту, радіопередачах; прізвища чи імена політиків, видатних вчених і діячів мистецтва; подія, офіційний документ, факт, твір, випадок.

Кейс-стаді (ситуаційний аналіз)

Кейс-стаді (ситуаційний аналіз, аналіз випадку) – метод якісного соціологічного дослідження, який вивчає окремих випадок (ситуацію, подію, життєву історію, особу, соціальну групу) або декілька випадків задля осмислення подібності ситуацій (класу подій).

Прикладом цього методу є дослідження того, як програма літнього табору для дітей вплинула на самоідентичність учасників табору. Оскільки дослідження зосереджено на відпочиваючих в одній конкретній літній програмі, висновки можуть не стосуватися учасників інших програм відпочинку, але вони можуть дати розуміння того, як заходи таборової програми вплинули на формування ідентичності учасників.

Метод кейс-стаді виник на початку 20 ст. у Школі бізнесу Гарвардського університету (США), де вивчали окремі випадки (реальні ситуації) з юридичної та ділової практики. Активне використання ситуаційного аналізу пов'язують із розвідками Чиказької школи (соціолог Р. Парк, 1864–1944, США).

Кейс-стаді (або аналіз випадку) передбачає вивчення літератури за темою, виявлення проблемної та показової ситуації, розроблення та розв'язання дослідницьких завдань, реєстрацію даних (за протоколом), аналіз зібраного матеріалу та підготовку звіту.

Кейс-стаді передбачає, що об'єкт дослідження чітко окреслений у соціальному просторі. Типовими об'єктами ситуаційного аналізу є:

- соціальна ситуація (подія, випадок);
- окрема особа;
- мала соціальна група;

- 
- закрита соціальна спільнота, яка майже недоступна для вивчення за допомогою інших методів (злочинні угруповання, безхатченки, жебраки, соціальні еліти, релігійні секти, ЛГБТ спільноти та інші).

Кейс-стаді спирається на якісні методи збору та аналізу емпіричного матеріалу: пряме або включене спостереження, інтерв'ювання, протоколи, тести, архівні документи, аудіо- та відеозаписи, транскрипти інтерв'ю, записи випробувань тощо.

Експеримент, тестування

Самостійним різновидом соціологічних досліджень можна вважати **експеримент і тестування**, в яких також використовуються опитувальні методики.

- *Експеримент*

Експериментальне дослідження зазвичай відбувається в контрольованому середовищі, наприклад, у лабораторії. Оскільки дослідники мінімізують вплив зовнішніх сил, цей метод дослідження може допомогти їм визначити причинно-наслідкові зв'язки між експериментальними групами.

Експеримент – це загальнонауковий метод отримання нових знань у керованих та контрольованих умовах. Він має широке застосування у соціології і носить назву – **соціальний експеримент**. Це спосіб отримання інформації про кількісні та якісні зміни діяльності та поведінки досліджуваного об'єкта (людина, соціальна група тощо) під дією певних факторів. Його основна мета – перевірка гіпотез, результати яких мають «вихід» на практику, на різні за характером управлінські рішення. Особливістю експерименту як методу отримання інформації є те, що його проведення потребує розробки та висунення гіпотези про наявність причинно-наслідкових зв'язків у досліджуваних явищах та процесах.

Експеримент може бути:

- *натуральний*, який передбачає цілеспрямоване втручання дослідника у природний перебіг подій;
- *розумовий* – це маніпулювання не з реальними об'єктами, а з інформацією про них без втручання дослідника в ситуацію.

Розрізняють також експерименти:

- 
- *науково-дослідні* – перевіряють гіпотезу, яка містить нові дані наукового характеру;
 - *практичні* – перевіряють отримання даних з метою розробки практичних рекомендацій у тій чи іншій сфері.

Сутність експерименту полягає в тому, щоб за допомогою вибору певної експериментальної групи, для якої створюється експериментальна ситуація, відстежити напрям, величину і стійкість змін характеристик, що цікавлять дослідника. **Групи**, які беруть участь в експерименті, зазвичай **розділяють на контрольні**, які не підлягають впливу змін, і вважаються еталоном для порівняння, та **експериментальні**, які підлягають впливу змін. Причому обидві групи мають бути однаковими.

За характером експериментальної ситуації експерименти поділяються на:

- *польові* – експериментальні групи перебувають у своїх природних умовах (наприклад, аудиторія навчального закладу, студентська група);
- *лабораторні* – експериментальні групи формуються в штучному середовищі (наприклад, тестування реклами в приміщенні дослідницької організації).

Для обох видів соціального експерименту модно використовувати різні допоміжні методи збору інформації (опитування, спостереження тощо).

Розрізняють експерименти:

- *лінійні* – характеризується тим, що аналізу піддається одна й та ж сама група, яка одночасно є й контрольною, й експериментальною. Тобто ще до початку експерименту чітко фіксуються всі контрольні, факторні і нейтральні характеристики об'єкта. Після цього змінюються факторні (експериментальні) характеристики групи або умови її функціонування, і через певний проміжок часу знову замірюється стан об'єкта за його контрольними характеристиками;
- *паралельні* – одночасно у дослідженні беруть участь дві групи (контрольна та експериментальна); обидві групи мають однакові характеристики. Характеристики контрольної групи залишаються постійними протягом всього періоду експерименту, а експериментальної – змінюються. При такому експерименті порівнюється стан двох об'єктів спостереження в один і той же час та



робиться висновок про причини та величину змін, що відбулися у експериментальній групі, порівняно з контрольною.

Для успішного проведення експерименту велике значення має правильний відбір його учасників. Для цього використовують:

- метод випадкового відбору (випадкова, ймовірна вибірка);
- метод попарного відбору (відбір двох за однаковими характеристиками груп; як правило, застосовується при паралельному експерименті);
- метод структурної або квотної вибірки.

- *Тестування*

Тестові методики вважаються особливим експериментом. **Тест** – це об'єктивне і стандартизоване вимірювання вибору, метод вимірювання різних психологічних якостей і станів людини.

Засновником наукового вивчення індивідуальних відмінностей вважається відомий англійський вчений Ф. Гамільтон. У м. Лондон під час проведення міжнародної виставки медичного обладнання ним була представлена лабораторія з перевірки фізіологічних і психологічних особливостей людини (1884). Ф. Гамільтон та американський психолог Дж. Кеттел розробили понад 50 «тестів» перевірки різних психофізіологічних особливостей людини⁷. Проте початок розвитку сучасної тестології або психометрії у соціальних і психологічних науках пов'язують з французьким лікарем А. Біне, який спільно з Т. Симоном розробив вимірювальну шкалу розумового розвитку, відому під назвою «тест Біне-Симона» (1905). Вперше масові тестування почали використовувати в США під час першої світової війни. Під час «масової мобілізації» було протестовано близько 1,7 млн солдат і 40 тис. офіцерів. На початку XX ст. застосування тестів у практиці прикладних досліджень швидко прискорилося. Їх почали застосовувати в усіх країнах світу⁸.

⁷ Цимбалюк І. Психологія: Навчальний посібник. М-во освіти і науки України. Київ: ВД «Професіонал», 2004. 214 с.

⁸ Цимбалюк І. Психологія: Навчальний посібник. М-во освіти і науки України. Київ: ВД «Професіонал», 2004. 214 с.



Кожен тест має відповідати певним критеріям надійності та містити такі компоненти:

- інструкцію до тесту, де викладено мету тестування і порядок, особливості заповнення анкети;
- набір запитань та відповідей;
- ключ шкала – співвіднесення пунктів завдань зі шкалами вимірювання якостей, що вказує на те, який саме пункт завдань до якої характеристики належить;
- ключ кодування, який дає змогу підрахувати варіанти відповідей;
- ключ тесту або інтерпретація отриманих результатів.

Кожний тест складається з набору характеристик вимірюваного явища і шкал, за якими здійснюється вимірювання кожної характеристики. Сукупність цих вимірювань інтегрована в єдиний числовий показник – загальний результат вимірювання – індекс явища, що вивчається.

Тести класифікуються за різними ознаками.

За процедурою проведення тести розділяють на:

- *індивідуальні*;
- *групові*.

За обладнанням, яке використовуються для тестування розрізняють:

- *бланкові* – «олівець – папір» або в соціології «запитання – відповіді»;
- *предметні* – з використання карток, кубиків, фігур тощо;
- *апаратні* – як правило, із застосуванням засобів, апаратури для виміру психофізіологічних особливостей людини;
- *комп'ютерні* – використовують прилади реакції вибору, стеження за рухомим об'єктом тощо, програмне забезпечення і комп'ютерну техніку.

За ступенем впливу експериментатора виділяють:

- *дуже залежні* – діалогічні/клінічні методи (спостереження, бесіда, інтерв'ю), проективні методики, ситуативні тести;
- *слабко залежні* – стандартизовані особистісні опитувальники, тести інтелекту і здібностей, об'єктивні тести особистості, психофізіологічні методики.



За психодіагностичним методом тести поділяють на:

- *об'єктивні* – діагностика здійснюється на основі успішності/результативності й особливостей виконання діяльності;
- *суб'єктивні* – діагностика здійснюється на основі самоопису досліджуваним особливостей власного характеру, відчуттів, реакцій, поведінки;
- *проективні* – це психологічні методики, які використовуються для вивчення глибинних аспектів особистості людини, її несвідомих мотивів, внутрішніх конфліктів і прихованих емоцій.

За досліджуваними змінними тести розділяють на дві великі групи:

- *інтелектуальні* – це вимір інтелекту, творчості, знання, вмінь тощо;
- *особистісні* – вимір установки на інтересів, темпераменту, характеру, мотивації.

Будь-яка класифікація є не абсолютною, а умовною формою організації інформації, тому що завжди є певні «змішані» категорії.

Наведений перелік видів тестування є далеко не повним. Серед методів збору інформації також існують комплексні способи тестування реклами, послуг, продуктів, до яких відносяться:

- *споживацька панель*, яка дає змогу відповісти на запитання, хто саме є покупцем того чи іншого товару, або споживачем послуги;
- *хол-тести* – вивчення реального попиту на ті чи інші товари/послуги, споживацькі інтереси;
- *лінгвосоціологічні методики* – для конструювання ефективно-діючих лінгвістичних засобів з метою впливу на соціальну поведінку людини (девізи, реклама, слогани, гасла в суспільно-політичній сфері);
- *клінічні тестування-опитування* – для оцінки ефективності і безпечності лікарського препарату.



Будь-які з методів отримання інформації можуть бути корисними і ефективними для вивчення потреб і проблем населення територіальних громад в соціальних послугах або в роботі з молоддю. Вибір методу проведення локального дослідження залежить від мети і завдань соціального дослідження, а також від професійних здібностей та компетенцій фахівців, які будуть його проводити, наявних ресурсів.



Яким чином вибрати метод соціологічного дослідження?

Вибрати метод збору первинної соціологічної інформації – означає вибрати певний шлях отримання інформації задля досягнення мети і завдань соціологічного дослідження.

Під час вибору методу дослідження вам варто відповісти на такі запитання:

- Кого ви плануєте досліджувати? Якою саме є ваша цільова група?
- Що потрібно дізнатися? Для чого ви взагалі плануєте проводити дослідження?
- Чи є серед вас особа, яка має навички і досвід організації і проведення соціологічних досліджень? Кого із спеціалістів можна залучити до проведення дослідження?
- Які саме ресурси ви маєте – людські, матеріальні (приміщення, канцтовари тощо), фінансові?
- Скільки часу ви маєте для цього?
- Хто споживач вашої інформації?

Крім того, при виборі методів проведення дослідження доцільно врахувати наступне:

- оперативність та економічність дослідження не повинні поступатися якості даних;
- надійність обраного методу забезпечує дотримання правил його застосування;
- жоден з методів не є універсальним, кожен з них має певні обмеження, тому потрібно вибрати метод, який відповідає поставленим цілям і завданням дослідження, а також фінансовим і кадровим можливостям.

Вибрати метод соціологічного дослідження вам допоможе таблиця 7, де наведені переваги і недоліки кожного з методів проведення соціологічного досліджень, а також варіанти застосування отриманої інформації.



Таблиця 7. Переваги і недоліки різних методів збору соціологічного дослідження

Методи збору інформації	Для чого використовують?	Якими є переваги методу?	Якими є недоліки або мінуси методу?
Опитування	За допомогою цього методу збирається майже 90% усіх соціологічних даних. Існує три різновиди опитування: анкетування, інтерв'ю, експертне оцінювання		
Анкетування	Це найбільш розповсюджений вид опитування, який використовується для вивчення громадської думки, інформації про становище населення, прогнозування подій тощо	• значна кількість респондентів; • інформація за короткий проміжок часу; • комп'ютерна обробка інформації; • при анонімному анкетуванні – більша кількість відвертих висловлювань; • отримання відповідей на значну кількість запитань	• залежність від репрезентативності вибірки; • вплив суб'єктивних факторів (небажання відповідати, необдуманість відповідей); • трудомісткість розповсюдження і збору анкет
Інтерв'ю	Це співбесіда, яка проводиться за визначеним планом, із записом відповідей письмово або на диктофон чи відеокамеру. Тривалість інтерв'ю – до 1,5 години. Цей метод використовується для уточнення проблематики, перевірки основних гіпотез, збору інформації, визначення об'єкту дослідження	• безпосередній контакт між дослідником і респондентом; • відповіді можуть бути уточнені; • спостереження за респондентом забезпечує фіксацію словесних відповідей і безпосередніх невербальних реакцій	• невелика кількість респондентів, але значна кількість інтерв'юерів; • інтерв'юери повинні пройти навчання і володіти комунікативні навичками; • значні витрати часу і коштів, особливо для підготовки інтерв'юерів

Методи збору інформації	Для чого використовують?	Якими є переваги методу?	Якими є недоліки або мінуси методу?
<i>Онлайн-опитування</i>	Це найшвидший і найдоступніший метод опитування, особливо, що стосується молоді та впливу пандемії COVID-19	- низька вартість проведення опитування; - оперативність отримання результатів	- неповне охоплення населення інтернетом; - низька точність (у вибірку попадають тільки ті, хто має інтернет) - відсутність контакту з респондентом
<i>Експертне оцінювання</i>	Метод опитування де експерти майже ніколи не виступають об'єктом дослідження, але володіють інформацією про суб'єкт дослідження, його проблеми. Цей метод використовується для визначаються цілей розвитку, при плануванні діяльності, для прогнозування наслідків	- можна поєднувати декілька методів; - враховуються особливості завдань, які постають перед дослідником; - швидкість отримання інформації	- залежить від кваліфікації експертів; - низька об'єктивність у випадку наявності авторитетного експерта; - трудомісткість і складність аналізу
<i>Спостереження</i>	Це пряма реєстрація фактів очевидцем, яка фіксується в протоколах або щоденниках. Найчастіше використовують при дослідженні поведінки індивідів і груп та форм спілкування, тобто при візуальному охопленні певного соціального явища	- включеність – проводиться безпосередньо з розвитком явищ, подій; - широке охоплення події і опису взаємодії всіх її учасників; - незалежність дій об'єктів дослідження від дослідника	- обмеженість і частковий характер кожної ситуації, яку спостерігають; - складність, а інколи і просто неможливість повторного спостереження; - вплив на якість інформації суб'єктивних оцінок спостерігача, його установок, стереотипів
<i>Соціальне картування</i>	Останнім часом досить популярний метод дослідження. Широко використовується в соціальній роботі, маркетингу, міському плануванні та в інших сферах з метою	- наочність; - оглядовість; - доступність для користувачів; - інноваційність;	- неточність; - обмеженість застосування; - використання виключно разом з іншими методами



Методи збору інформації	Для чого використовують?	Якими є переваги методу?	Якими є недоліки або мінуси методу?
	вивчення соціальної реальності та подальшого впливу на неї	• актуальність	
Аналіз документів	Це один з широко застосовуваних і ефективних методів збору інформації, об'єктом дослідження якого виступають не люди, а різна інформація (тексти, мова, сюжети, аудіозаписи, інтернет тощо)	• найменш фінансово і працезатратний; • можна отримати інформацію про ситуації, які відбулися; • немає впливу на об'єкт дослідження	• можлива обмеженість інформації щодо напряму дослідження; • документи можуть бути застарілими; • цілі документів, що вивчаються, не відповідають завданням дослідження; • статистичні документи певним чином абстрактні; • можлива недостовірність інформації

Джерело: укладено Тілікіна Н.В.



Які саме є нетрадиційні методи локальних досліджень?

У цьому розділі наведені деякі методи збору інформації про проблеми і потреби населення територіальної громади, що можуть використовувати фахівці, які не мають досвіду проведення соціологічних досліджень, які працюють у сфері соціальної та молодіжної роботи.

Картування (мапування)

Інструменти: мапа населеного пункту (міста, села, територіальної громади), папір, олівці, маркери.

Технологія проведення. Соціальне картування можна використовувати для вивчення таких проблем, як соціально-економічних нерівностей, доступу до соціальних послуг, місць компактного проживання/перебування вразливих груп населення, розподілу ресурсів у громаді, розміщення об'єктів соціальної або молодіжної інфраструктури, рівня криміногенності, потреб у соціальній підтримці, а також для аналізу соціальних взаємозв'язків та взаємодії між різними соціальними групами.

Картування в якісних дослідженнях є досить простим способом систематизації. При проведенні картування територіальну громаду, варто подумати про те, що важливе з точки зору вашого дослідження можна знайти в середовищі, яким ви цікавитесь. Це можуть бути цікаві місця, групи людей, проблемні території, важливі установи тощо. Результати картування зазвичай можуть бути представлені у вигляді мапи досліджуваної території. Вона може бути попередньо надрукована або електронна.

Послідовність використання цього методу, наприклад, для розробки «мапи місць, де молодь проводить дозвілля», дослідники просять респондентів (молодь, яка проживає у населеному пункті або громаді):

- на попередньо підготовлених картах зазначити місця, де молодь проводить власне дозвілля (як організовані форми, так і неформальні заходи);
- написати, що у вказаних місцях молоді люди роблять, чим займаються;
- зазначити на мапі те, чого, на думку молоді, не вистачає в місцях проведення дозвілля, щоб вони відповідали потребам молоді.



Метод «Подобається – не подобається»

Інструменти: папір, олівці, маркери, фотокамери (смартфони чи телефони з камерами).

Технологія проведення. Метод «Подобається – не подобається» можна використати у двох форматах:

1-й спосіб. Організувати збори населення територіальної громади у будь-якому зручному місці. Цей спосіб включає такі етапи:

- запрошення учасників на зустріч для обміну враженнями;
- у ході зібрання учасники отримують аркуші паперу з двома колонками – одна щоб визначати що їм «подобається», інша – «не подобається» з приводу теми обговорення;
- учасники записують свої враження, коментарі та оцінки стосовно різних аспектів життя в їхній громаді. Наприклад, це може бути стан інфраструктури, послуг, загального благоустрою тощо;
- після збору вражень проводиться обговорення виявлених проблем або сильних сторін, які учасники визначили.

2-й спосіб. Прогулянка з фотофіксацією. Можна запропонувати учасникам дослідження із числа жителів громади здійснити прогулянку з фотофіксацією стану місць територіальної громади, які їм подобаються і які їм не подобаються, а потім провести зустріч усіх учасників дослідження і спільно обговорити що влаштовує і не влаштовує жителів, шляхи вирішення проблемних питань.

Цей спосіб включає такі етапи:

- учасникам дослідження пропонується здійснити прогулянку по територіальній громаді з фотофіксацією;
- учасники фотографують ті місця, які їм подобаються або не подобаються. Це можуть бути будівлі, парки, вулиці, об'єкти інфраструктури тощо;
- після прогулянки учасники збираються на зустрічі, де обговорюється зібрана інформація. Фотографії служать як основа для обговорення, щоб визначити, що конкретно жителям подобається або не подобається.



Метод «Подобається – не подобається» дає змогу населенню територіальної громади активно висловлювати свої думки, залучати їх до покращення життєвих умов у власній громаді. Він сприяє збору конструктивної критики та ідей, які можуть бути використані для подальшого планування та розвитку місцевого середовища.

Дослідницька прогулянка

Дослідницька прогулянка – це техніка спостереження за об'єктами на певній території та/або за навколишнім середовищем з метою вивчення ситуації та характеристик об'єктів дослідження.

Дослідницька прогулянка – це якісний метод дослідження, який передбачає:

- спостереження за населеним пунктом, районом, вулицею, за усіма елементами, розташованими на певній місцевості, людьми, природою тощо, а також за їхніми взаємозв'язками;
- аналіз потреб людини, якості її життя, способів проведення вільного часу, доступу до послуг та культурних благ тощо.

Завдяки цьому інструменту можна легко визначити стан місцевої інфраструктури та поведінку, проблеми і потреби людей, які на ній проживають.

Сценарії чи мета дослідницьких прогулянок може відрізнятися за тематикою відповідно до завдань дослідження (доступ до відпочинку, місця проведення вільного часу та дозвілля молоддю тощо). При цьому центром уваги будь-якого типу прогулянки є людина, а також її навколишнє середовище та умови задоволення її нагальних потреб.

Дослідницька прогулянка може проводитися різними способами:

- **Прогулянка з фото- чи відеозйомкою (прогулянка з фотоапаратом)** – це коли дослідник просить учасників піти і зробити фотографії і зняти відео на задану тему. Наприклад, учасники роблять фотографії заходів, які проводяться в територіальній громаді для молоді, або фотографують як молодь проводить своє дозвілля у даному населеному пункті, або як виглядає молодіжний центр або будинок культури. Прогулянка з фотоапаратом дає змогу створити документацію та запам'ятати зображення місць, подій та людей, за якими проводиться спостереження. Потім, переглядаючи фотографії,



можна побачити те, чого не усвідомлювали і не помічали раніше. Варто також пам'ятати, що фотографії повинні бути належним чином задокументовані та описані.

- **Прогулянка з дослідником** має ту ж специфіку, що і прогулянка з фотоапаратом, але єдина різниця в тому, що прогулянка учасників дослідження відбувається у супроводі дослідника. Її метою є спостереження за реальністю, перевірка різних гіпотез. Прогулянка з дослідником може бути двох видів:
 - прогулянка з дослідником-гідом – коли дослідник володіє досліджуваною темою, орієнтується на території, знає що варто показати, куди повести респондентів, щоб вони під час прогулянки побачили вибране місце/я та поділилися власними думками. Наприклад, прогулянка парком, який дослідник показує учасникам (молоді) і просить їх поділитися думкою про те, що потрібно змінити, щоб молодь могла цікаво і корисно проводити дозвілля у місцевій громаді;
 - прогулянка з дослідниками-учасниками – учасники дослідження йдуть на прогулянку самі, ніхто не пропонує їм маршрут, місця тощо. Проте перед виходом група має отримати чітке завдання, що вони повинні робити, як записати та передати свої спостереження і висновки.
- **Прогулянка за сценарієм** – це коли необхідно підійти до дослідження науково та об'єктивно. Такий спосіб прогулянки ставить учасників дослідження у роль експертів, надаючи їм можливість висловлювати думки. Така прогулянка, наприклад, може відбуватися командою з трьох осіб різного віку та статі, які шукають відповіді на питання, які визначені завданням дослідження, за заданим маршрутом. Після прогулянки команда може визначити різні проблеми та різні питань, тому що кожен із учасників може помічати різні речі і проблемні питання. Головною відмінністю такої прогулянки є те, що вона повинна:
 - мати мету, сценарій, запланований маршрут та визначені елементи простору, які будуть досліджуватися;
 - зосереджуватися на вивченні проблем і потреб людей;

- передбачати мапування і дослідження місць та елементів, які потребують втручання.

Крім того, команда прогулянки за сценарієм має складатися щонайменше з трьох осіб і тривати не більше 1,5 годин.

Метод «Висячі питання» або «Інформація на шнурку»

Метод «Висячі питання» або «Інформація на шнурку» є креативним і ефективним способом збору ідей, думок та коментарів від різних учасників під час проведення різноманітних заходів, зокрема на відкритому повітрі. Основна ідея полягає в тому, щоб створити можливість для учасників висловлювати власні думки і переконання у вільній, неформальній обстановці.

Інструменти: мотузка або шнурок, маленькі листочки паперу, олівці, маркери, прищіпки або біндери.

Технологія проведення. Метод полягає у зборі точок зору від респондентів, шляхом запису їхніх ідей, думок чи коментарів на листочку паперу та розвішування листочків на шнурку, який має бути закріплений так щоб учасникам було зручно підвішувати листочки. Це метод збору інформації, який можна використовувати в будь-якому просторі, під час практичних занять чи інших зустрічей.

Метод «Висячі питання» добре підходить для таких ситуацій, як:

- практичні заняття або тренінга, де учасники можуть висловлювати власні думки на конкретну тему або завдання;
- під час заходів на свіжому повітрі, наприклад, на фестивалях, конференціях, ярмарках, у такий спосіб можна залучити велику кількість учасників до активного участі;
- у громадських просторах, наприклад, в парках, скверах або на громадських заходах для збору ідей з поліпшення інфраструктури або послуг.

Методика сприяє активній участі, стимулює творче мислення і дозволяє зібрати різні думки, які можуть бути використані для подальшого аналізу і розробки управлінських рішень і проектів.



Бокс-опитування (скринька)

Бокс-опитування, часто відоме як «скринька» або «опитувальна скринька», є ефективним методом збору анонімних відгуків та думок від жителів територіальної громади щодо їхніх проблем або для вираження власних ідей і пропозицій. Цей метод може використовуватися для збору даних індивідуально або в рамках групових акцій, таких як заходи в громадському просторі або заходи спільноти.

Інструменти: бокс, маленькі листочки паперу, олівці.

Технологія проведення. Це спосіб дає змогу активно залучити жителів громади анонімно висловитися про власні проблеми та/або потреби, а також проблемні питання які існують у територіальній громаді. Цей метод включає такі етапи:

- розміщення боксу або скриньки в громадському місці, доступному для всіх жителів;
- учасники за бажанням беруть листочки паперу та записують свої відповіді на запитання або висловлюють свої коментарі. Вони можуть писати анонімно або вказувати своє ім'я за бажанням;
- після написання відповіді респондент вкладає листочок у скриньку. Цей процес забезпечує анонімність інформації та дозволяє людям відчувати себе більш комфортно у формулюванні власних думок, коментарів та пропозицій;
- після збору листочків зі скриньки, дослідники аналізують зібрані відповіді. Це може включати узагальнення тем, ідентифікацію основних проблем або потреб громади, а також виявлення пропозицій щодо можливих рішень або поліпшення ситуації.

Бокс-опитування дозволяє залучити різні групи жителів і отримати відповіді на запитання, які важливі для подальшого розвитку громади або для оцінки ефективності соціальних програм. Цей метод сприяє активізації місцевого населення у вирішенні місцевих проблем та залученню їх до процесів прийняття рішень.



Громадське кафе або Світове кафе (The World Café)

Світове Кафе (The World Café, Стратегічне Кафе) – метод залучення усіх учасників до обговорення актуальних питань шляхом забезпечення неформальної атмосфери відкритості, рівності та психологічної безпеки.

Інструменти: папір, олівці, диктофон.

Технологія проведення. Для участі в заході запрошують модератора та декількох учасників, які будуть висловлюватися на визначену тему. Захід складатися з чотирьох етапів:

- кожен учасник висловлює власну думку вперше, модератор дає право голосу кожному учаснику;
- кожен учасник може прокоментувати окремі думки, висловлені іншими учасниками дискусії, модератор вибирає, кому надати голос;
- кожен член дискусії може спонтанно висловлюватися, модератор більше не вибирає, кому надавати слово;
- наприкінці кожен учасник підводить підсумки обговорення, модератор по чергово запрошує учасників для оголошення підсумків.

Цей метод добре використовувати для отримання інформації від учасників експертної групи, коли потрібно дізнатися якомога більше про питання, яке досліджується.

Моделювання

Моделювання (або Агентноорієнтоване моделювання, ABM (agent-based modeling)) – це відносно новий інструмент, що використовується задля дослідження соціальної реальності (розвиток і розміщення об'єктів, процесів і явищ).

Метою моделювання є отримання інформації про об'єкти, які взаємодіють між собою і зовнішнім середовищем, тоді як модель, отримана у результаті цього методу дослідження, є способом пізнання властивостей і закономірностей поведінки об'єкту. Основним призначенням моделі є прогноз реакції об'єкту дослідження на керуючі впливи⁹.



Прикладами моделювання на основі агентів є¹⁰:

1. *Аналіз поширення епідемій.* У таких дослідженнях можна побудувати імітаційну модель середовища на основі вивчення інформації про розгалужену мережу громадського транспорту, відвідування агентами закладів харчування (кафе, ресторанів тощо) та інші типові взаємодії. Симуляція покаже, наскільки швидко і широко поширюватиметься хвороба, поширення якої досліджується.

2. *Вивчення поведінки споживачів.* Одним із застосувань споживчих досліджень є виявлення психологічних тригерів, які змушують споживачів вибирати продукцію певного бренду замість конкурентних пропозицій. Визначаючи поведінку споживача (тобто агента), дослідники спираються на наявні дані про те, як клієнти вибирали продукти: час, який вони провели в магазині; тривалість часу, який вони витратили на перегляд веб-сторінки; який варіант вони б вибрали на основі бренду, відстані, якості збірки та інших факторів тощо. Цю методику можна застосовувати при вивченні яким чином клієнти обирають соціальні послуги; що впливає на прийняття рішення жителів територіальної громади щодо участі у громадських або молодіжних заходах.

3. *Моделювання ситуації з безпекою на рівні територіальної громади.* Місця розташування точок продажу алкогольної продукції або психотропних, наркотичних засобів провокують прояви насильства і зростання рівня злочинності в територіальній громаді, а також пов'язані з іншими просторовими характеристиками, такими як рівень доходів жителів прилеглих територій. У цьому випадку варто звернути увагу на такі місця і вжити певних заходів, наприклад, «озеленення» вільних ділянок, створення спортивних майданчиків, патрулювання поліцією таких місць тощо.

Інструменти: папір, олівці, диктофон.

Технологія проведення. Цей метод складається з двох етапів. Спочатку збирається інформація про оточення об'єкта дослідження шляхом проведення опитування цільової групи дослідження або проводиться спостереження за місцевістю або місцем розташування об'єкту дослідження (наприклад, молодь, яка проводить своє дозвілля в темному парку), потім, після обробки результатів дослідження, здійснюється моделювання ситуації будь-яким методом групової роботи.

¹⁰ Goldstick, J.E., Jay, J. Agent-Based Modeling: an Underutilized Tool in Community Violence Research. Curr Epidemiol Rep 9, 135–141 (2022). <https://doi.org/10.1007/s40471-022-00292-x>



Креативні заняття

Це поєднання освіти з можливістю збору інформації та можливість тривалий час працювати з респондентами. Мета творчих занять – залучити респондентів до якоїсь діяльності, проєкту, в процесі якого отримати матеріал за темою дослідження. Цей підхід, що поєднує в собі елементи освіти, мистецтва та дослідницької роботи, спрямований на активну взаємодію з респондентами та створення умов для творчого прояву їхніх здібностей. Найчастіше використовується така форма творчих занять як запрошення учасників організувати виставку. Можна дослідити, як молоді люди проводять вільний час – ми просимо їх підготувати короткі відео на цю тему. Учасники самостійно пишуть сценарій, вибирають заходи тощо. Креативні заняття зазвичай вимагають залучення експертів.

Інструменти: матеріали для творчих процесів (папір, олівці, маркери, фарби, фотокамери або смартфони для відеозйомки), мультимедійне обладнання (для обробки та презентації результатів творчих завдань), експертна підтримка (використання знань та досвіду експертів для організації занять і аналізу отриманих результатів).

Технологія проведення включає такі етапи:

- учасникам пропонуються завдання, які спонукають до креативності і творчого підходу. Це може бути створення відео, проведення виставки, написання музики або створення художніх інсталяцій;
- кожен учасник самостійно або в команді обирає тему і формат свого проєкту, пише сценарій, планує заходи і виконує завдання згідно з поставленими вимогами;
- після завершення творчої роботи учасники презентують свої проєкти. Вони мають можливість обговорити свої враження, думки і спостереження щодо теми дослідження;
- організатори аналізують зібрані матеріали і використовують їх як базу для подальших досліджень, розробки проєктів або вирішення конкретних проблем.

Креативні заняття є не лише ефективним інструментом для збору даних інтерактивним способом, але й сприяють розвитку креативності та критичного мислення учасників заходу.



Малюнок

Малюнок як метод дослідження або взаємодії є чудовим інструментом для виявлення прихованих емоцій, думок та ідей. Окрім звичайних вербальних опитувань або бесід, респондентам можна запропонувати висловити свої переживання через малюнок. Такий підхід особливо ефективний під час роботи з дітьми, які часто не можуть чітко сформулювати свої почуття словами. Він також корисний для молоді з особливими потребами, яка може мати труднощі у вербальному спілкуванні, та для людей, яким важко або неможливо висловити власні думки. Малюнок дає змогу їм передати важливі аспекти свого внутрішнього стану у символічній та творчій формі, що сприяє глибшому розумінню їхніх емоцій і проблем.

Цей метод може використовуватися психологами, соціальними працівниками та педагогами для виявлення прихованих переживань, травм або потреб, які не завжди очевидні у звичайних розмовах.

Також для отримання інформації під час дослідження можна використовувати й інші методи або способи, наприклад, наклеювання карток типу «стікер» або наліпок з відповідями, виконання креслень, записування відповідей на настінних дошках чи фліпчартах, проектування візуальних образів за допомогою комп'ютерних технологій тощо.



Що ще варто знати про організацію та проведення соціологічного дослідження?

Типи даних у соціологічних дослідженнях

У соціології зазвичай класифікують дані за чотирма категоріями:

- **Первинні дані** стосуються інформації, зібраної безпосередньо самим дослідником. Цей тип даних отримують за результатами опитувань, інтерв'ю та спостережень.
- **Вторинні дані** – це інформація, отримана від попередніх дослідників, результатів соціологічних досліджень. Це можуть бути дані з книг, урядових даних, наукових журналів, аналітичних звітів за результатами досліджень.
- **Якісні дані** стосуються описової інформації, яку складно кількісно визначити в цифровому вираженні. Дослідники часто отримують якісні дані за допомогою візуальних і слухових спостережень.
- **Кількісні дані** – це інформація в числовій формі. Дослідники часто збирають цей тип даних за допомогою статистичних методів, переважно опитувань.

Команда дослідження

Основною командою проведення соціологічного дослідження є :

- **дослідник-організатор** – особа, яка організовує процес, визначає мету, завдання, цільову аудиторію, розраховує вибірку, готує інструментарій дослідження (анкету, інструкції тощо), аналізує первинні і вторинні дані, готує аналітичний звіт тощо;
- **менеджер польового етапу** – особа, що відповідає за процес проведення опитування чи реалізацію польових робіт;
- **бригадир інтерв'юерів** – особа, яка організує і перевіряє роботу команди інтерв'юерів (інструктаж, контроль інтерв'юерів), контактує з менеджером польового етапу;
- **інтерв'юер** – особа, яка безпосередньо проводить збір первинної інформації (ставить запитання і проводить інтерв'ю).



Але це є ідеальним варіантом у разі проведення великого соціологічного дослідження. У випадку, коли дослідження проводиться на місцевому рівні, силами волонтерів або молоді, то роль менеджера і бригадира інтерв'юерів може виконувати сам дослідник-організатор.

Вибірка

Цільова аудиторія – це конкретна група людей, на яку зосереджена вся увага дослідника. Це та спільнота (група людей), яка є носієм тих характеристик, які досліджуються. Наприклад, уся молодь, студентська молодь, молоді підприємці, молодь груп ризику та інші.

Респондент – це особа, яка бере участь у дослідженні, відповідаючи на запитання анкети або інтерв'ю. Відповіді респондентів слугують основою для аналізу соціальних явищ, дослідження громадської думки, поведінки чи ставлень певних груп населення. Респонденти можуть бути вибрані на основі різних критеріїв (вік, стать, професія, місце проживання тощо), залежно від мети дослідження.

Визначення об'єкту дослідження сприяє розв'язанню питання про кількісні та якісні характеристики тієї сукупності людей, які повинні бути охоплені дослідженням. Це означає що згідно з правилами відбирається певна кількість людей, що відображає структуру досліджуваного об'єкту по основним соціально-демографічним та іншим ознакам. Саме ця певна кількість людей і є **вбіркою** дослідження.

Вибірка (*вбіркова сукупність*) – це та сукупність людей (одиниць спостереження), яких потрібно опитати, і які характеризуються типовістю, тотожністю із якісним складом генеральної сукупності (населення, документів).

Генеральна сукупність — уся сукупність досліджуваних елементів, що мають однакові соціальні характеристики, які свідчать про приналежність до відповідного об'єкта дослідження.

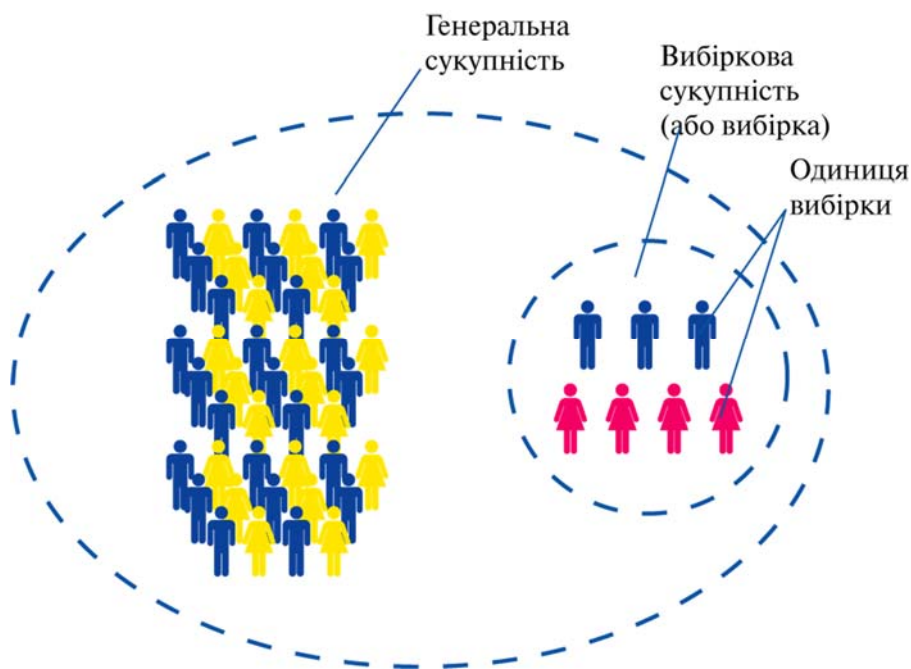


Рис. 3. Визначення вибірки при проведенні соціологічних досліджень

Джерело: ¹¹.

Існує безліч класифікацій методів формування вибіркової сукупності. Деякі методи побудови вибірки, які найчастіше використовують при проведенні опитувань, узагальнені на рис. 4.

Зазвичай вибіляють три основні методи формування вибірки, які в свою чергу можуть мати декілька підвидів:

- Випадковий відбір:
 - проста випадкова (імовірнісна) вибірка – вибірка, де всі елементи мають рівні шанси бути обраними;
 - стратифікована вибірка – вибірка, що передбачає попередній розподіл основи вибірки на однорідні групи (страти) і відбір із кожної з них певної кількості одиниць;
 - систематизована вибірка – вибір елементів за певним інтервалом або правилом;

¹¹ Артюх О.Р., Пеша І.В., Тілікіна Н.В. Соціологічні дослідження в молодіжній роботі. Навчально-методичний посібник для фахівців, які працюють з молоддю. Київ: Державний інститут сімейної та молодіжної політики, 2021. – 90 с.

- кластерна вибірка – метод вибірки, який використовується, коли «природні», але різномірні угруповання проявляються в статистичній сукупності.



Рис. 4. Методи побудови вибірки при проведенні соціологічних досліджень

Джерело: ¹².

- Невипадковий відбір:
 - нерепрезентативна вибірка – вибірка, яка не відображає повністю структуру генеральної сукупності;
 - поверхнева вибірка – вибірка, яка охоплює лише доступні або зручні елементи;
 - квотна вибірка – вибірка, що відображає певні характеристики генеральної сукупності за заздалегідь визначеними квотами;

¹² Артюх О.Р., Пеша І.В., Тілікіна Н.В. Соціологічні дослідження в молодіжній роботі. Навчально-методичний посібник для фахівців, які працюють з молоддю. Київ: Державний інститут сімейної та молодіжної політики, 2021. – 90 с.

- «стихійна» (вибір першого зустрічного) – випадковий вибір перших доступних респондентів;
 - метод «снігової кулі» – респонденти самі пропонують нових учасників дослідження.
- Суцільна вибірка, яка використовується для генеральної сукупності до 200 одиниць, де опитуються всі елементи без вибору.

Інструментарій дослідження

Інструментарієм соціологічного опитування, якщо це анкетування, інтерв'ю чи інших метод збору інформації, є **анкета**. Від структури анкети, коректності, точності і простоти запитань залежить якість отриманих даних.

Залежно від обраного методу дослідження анкета може включати запитання різного типу:

- **Закритими** запитання називаються ті, для яких в анкеті наводиться повний перелік варіантів відповідей. Прочитавши їх, респондент чи інтерв'юер відмічає той варіант відповіді, який співпадає з його думкою. У свою чергу закриті запитання бувають *альтернативними* (коли респонденту пропонується обрати тільки один варіант відповіді) та *неальтернативними* (респондент може вибрати декілька варіантів відповідей на одне запитання).

Наприклад:

1. ЧИ ЗАДОВОЛЕНІ ВИ РІВНЕМ СВОЄЇ ОСВІТИ? (ОДИН ВАРІАНТ ВІДПОВІДІ)

1. Так, цілком задоволений
2. Скоріше так, ніж ні
3. Скоріше ні, ніж так
4. Ні, не задоволений
5. Важко відповісти

- **Відкриті** питання не нав'язують респонденту варіант відповіді, а дають можливість висловити власну думку. Саме тому з їх допомогою можна зібрати більш змістовну інформацію. Вони ефективні на стадії пробних досліджень.

Наприклад:

3. ЯКІ ЧИННИКИ СПОНУКАЮТЬ ВАС ДО НЕФОРМАЛЬНОЇ ЗАЙНЯТОСТІ, ТОБТО ЯКІ МОТИВИ ВАШИХ ТИМЧАСОВИХ ПІДРОБІТКІВ? (ВКАЗАТИ НЕ БІЛЬШЕ 3-Х ВАРІАНТІВ ВІДПОВІДЕЙ)

1. _____
2. _____
3. _____

- **Напівзакриті запитання** – це такі запитання, де спочатку перелічено усі можливі варіанти відповідей, а в кінці є місце, де респондент може зазначити свій варіанти відповіді.
- **Лінійна чи таблична форма запитань** передбачає конфігурацію багатьох однотипних запитань у єдину блок-таблицю.

Наприклад:

ЯК ЧАСТО УПРОДОВЖ ОСТАННІХ 30 ДНІВ ВИ ВЖИВАЛИ ТАКІ АЛКОГОЛЬНІ ЧИ ЕНЕРГЕТИЧНІ НАПОЇ? (ОДНА ВІДПОВІДЬ В КОЖНОМУ РЯДКУ)

	Щодня	1 раз на тиждень	1 раз на місяць	Упродовж місяця не вживав	Ніколи
1. Пиво	1	2	3	4	5
2. Вино, шампанське	1	2	3	4	5
3. Міцні алкогольні напої (горілка, коньяк, віскі)	1	2	3	4	5
4. Слабоалкогольні напої, коктейлі	1	2	3	4	5

- **Шкальні запитання**, де відповідь респондента відповідає певній цифрі на шкалі.

Наприклад:

ОЦІНІТЬ БУДЬ-ЛАСКА МАТЕРІАЛЬНЕ СТАНОВИЩЕ ВАШОЇ СІМ'Ї, УМОВНО ПРИРІВНЯВШИ ДО СЕРЕДНЬОСТАТИСТИЧНОГО ПОКАЗНИКА ПО УКРАЇНІ (від 1 до 5 балів).

Дуже низьке	Низьке	Середнє	Високе	Дуже високе
1	2	3	4	5

Перераховані вище типи запитань застосовуються переважно для кількісних методів збору первинної інформації. Для якісних методів збору первинної інформації використовують відкриті запитання.



Додатки. Приклади інструментарію проведення локальних досліджень

Онлайн-опитування

Приклад 1. Методологія онлайн-опитування щодо потреб і проблем молоді на рівні територіальної громади

Мета опитування – вивчення потреб і проблем молоді на рівні територіальної громади в умовах воєнного стану і після воєнного відновлення.

У рамках опитування потрібно вирішити такі **завдання**:

- виявити особисті проблеми молоді і проблеми територіальної громади внаслідок повномасштабного російського вторгнення на територію України;
- визначити шляхи розв'язання проблем в територіальній громаді в умовах воєнного стану та післявоєнного відновлення країни;
- дослідити рівень безпеки в територіальній громаді в умовах воєнного стану;
- дослідити рівень готовності молоді долучитися до змін в територіальній громаді в умовах воєнного стану або післявоєнного відновлення країни.

Географія опитування: територіальна громада.

Цільова група: населення віком 14-34 роки.

Метод опитування: самозаповнення респондентами анкети у Google-формі (<https://forms.gle/DuGEuPCYwM18Nw5>);

Інструментарій опитування: структурована анкета (див. Приклад 2).

Способи розповсюдження інформації про опитування:

- розміщення оголошень про опитування на сторінках соціальних мереж, зокрема, на сторінках Facebook, Instagram тощо (наприклад, сторінці територіальної громади, міської чи селищної ради, місцевої радіостанції, дитячих чи молодіжних громадських організацій, сторінки з оголошеннями для жителів ОТГ (міста, села) тощо). Також можна використовувати інші соціальні мережі, які, на думку активної молоді (інтерв'юєрів), є актуальними (наприклад, Instagram тощо);
- розміщення оголошень про опитування на офіційних сайтах (наприклад, сайтах територіальної громади, міської чи селищної ради, місцевої радіостанції, дитячих чи молодіжних громадських організацій, сайтах закладів освіти тощо);
- розповсюдження інформації і посилань на опитування через заклади освіти (школи, заклади професійно-технічної освіти тощо). У цьому випадку потрібно звернутися до регіональних управлінь з освіти, які можуть направити офіційний лист на заклади освіти щодо приєднання їх до опитування. Іншим способом є



прямий вихід на керівників закладів або вчителів, які можуть сприяти в розповсюдженні інформації про опитування серед учнів старших класів;

- розміщення афіш із QR-кодом на дошках оголошень на території громади. Інформація про дослідження може бути розміщена у вигляді друкованих оголошень з QR-кодом (посилання на Google-форму анкети) і номером телефону (для осіб старшого віку) в місцях безпосереднього скупчення жителів (зупинки транспорту, кафе, заклади освіти тощо):

Онлайн-опитування молоді територіальної громади

Представництво територіальної громади та Центр кар'єри «Успіх» проводять дослідження щодо проблем і потреб молоді.

Опитування проводиться з метою вивчення потреб молоді в послугах кар'єрного консультування.

Для цього достатньо відповісти на запитання анкети:



Долучитися до опитування також можна за телефоном:

+380 __-__-__-__

- інші способи (пропонує молодь).



Приклад 2. Анкета для онлайн-опитування молоді щодо проблем і потреб на рівні територіальної громади

ЛЮБИЙ ДРУЖЕ!

Представництво територіальної громади та _____ проводять дослідження щодо проблем і потреб молоді.

Пропонуємо Вам відповісти на запитання анкети. На це вистачить декілька хвилин. Будь ласка, відповідайте на запитання щиро і відверто.

Уважно прочитайте запитання і позначте ті відповіді, які Вам найбільше підходять, або ж, якщо треба, напишіть свій варіант.

Опитування є повністю анонімною. Отримані дані будуть використовуватися лише в узагальненому вигляді.

1. ВКАЖІТЬ ВАШ ВІК: (НАПИШІТЬ)

_____ повних років

2. ВАША СТАТЬ: (ВИБЕРІТЬ ОДИН ВАРІАНТ ВІДПОВІДІ)

1. Чоловіча
2. Жіноча

3. ВАША ОСВІТА (ВИБЕРІТЬ ОДИН ВАРІАНТ ВІДПОВІДІ)

1. Неповна середня освіта (повних або неповних 9 класів)
2. Повна загальна середня освіта (11 класів)
3. Професійна (професійно-технічна) освіта
4. Базова вища освіта (технікум, ЗВО I-II рівнів акредитації)
5. Повна вища освіта (ЗВО III-IV рівня акредитації)
6. Інше (впишіть) _____

4. ВКАЖІТЬ ТИП ПОСЕЛЕННЯ, ДЕ ВИ ПРОЖИВАЄТЕ? (ВИБЕРІТЬ ОДИН ВАРІАНТ ВІДПОВІДІ)

1. Обласний центр (у тому числі м. Київ)
2. Місто районного значення/Інше місто
3. Село/селище

5. ЯКІ САМЕ ОСОБИСТІ ПРОБЛЕМИ ТУРБУЮТЬ ВАС НАЙБІЛЬШЕ ЗАРАЗ? (ВИБЕРІТЬ УСІ СЛУШНІ ВАРІАНТИ ВІДПОВІДЕЙ)

1. Тяжкі умови праці на роботі чи по домогосподарству
2. Відсутність вільного часу
3. Відсутність грошей
4. Відсутність друзів, проблеми у спілкуванні з оточуючими
5. Житлові проблеми, в тому числі втрата житла через війну або окупацію
6. Фізичне здоров'я (власне і близьких)
7. Інтернет і комп'ютерна залежність

- 
8. Наявність шкідливих звичок (куріння, вживання алкоголю, наркотиків)
 9. Негативний вплив засобів масової інформації (ЗМІ)
 10. Неможливість знайти роботу, працевлаштуватися
 11. Проблеми у родині (відсутність спілкування, взаєморозуміння, конфлікти)
 12. Психічне здоров'я (поганий настрій, пригніченість, депресія, тривога)
 13. Фізична безпека (власна або членів сім'ї)
 14. Фізичне і психічне насильство
 15. *Інше (що саме?)* _____

6. ЯКІ, НА ВАШУ ДУМКУ, ІСНУЮТЬ ПРОБЛЕМИ У ВАШІЙ ТЕРИТОРІАЛЬНІЙ ГРОМАДІ, У ВАШОМУ НАСЕЛЕНОМУ ПУНКТІ ЗАРАЗ? (ВИБЕРІТЬ УСІ СЛУШНІ ВАРІАНТИ ВІДПОВІДЕЙ)

1. Байдужість, пасивність населення
2. Безробіття (відсутність роботи)
3. Вимушена міграція, виїзд жителів до інших населених пунктів або за кордон
4. Приїзд внутрішньо переміщених осіб, багато ВПО
5. Високі ціни
6. Періодичне відключення або відсутність електроенергії
7. Відсутність або поганий інтернет і телефонний зв'язок
8. Відсутність або поганий стан закладів освіти (шкіл, садків)
9. Відсутність місць для відпочинку (клубів, кінотеатрів, парків тощо)
10. Відсутність місць для занять спортом (стадіонів, спортзалів, майданчиків тощо)
11. Відсутність можливості отримати якісну освіту
12. Відсутність бомбосховищ з цілодобовим доступом або погані умови в бомбосховищах
13. Війна, загроза обстрілів, окупація
14. Екологічні проблеми (накопичення сміття, забруднення землі, повітря тощо)
15. Злочинність, мародерство
16. Насильство, агресія
17. Низька якість медичного обслуговування
18. Низький рівень заробітної плати, пенсії, стипендії
19. Погана робота місцевих органів влади
20. Поганий стан доріг
21. Проблеми з водопостачанням або відсутність води
22. Проблеми з газопостачанням або відсутність
23. Проблеми з транспортним сполученням
24. Шкідливі звички населення (пияцтво, наркоманія)
25. *Інше (що саме?)* _____

7. ЯКИМ ЧИНОМ ВИ ГОТОВІ ДОЛУЧИТИСЯ ДО РОЗВИТКУ ВАШОЇ ТЕРИТОРІАЛЬНОЇ ГРОМАДИ ТА ДОПОМОГИ УКРАЇНИ ТА УКРАЇНЦЯМ? (ВИБЕРІТЬ НЕ БІЛЬШЕ 5-ТИ ВАРІАНТІВ ВІДПОВІДІ)

1. Голосування на виборах
2. Допомога з переїздом та перевезеннями
3. Збір коштів на допомогу жителям громади

- 
4. Збір та закупка речей для допомоги військовим та переселенцям
 5. Надання власного або пошук притулку/ житла для внутрішньо переміщених осіб, нужденних
 6. Представництво в органах самоорганізації населення/громадських радах
 7. Психологічна підтримка, надання психологічних консультацій
 8. Робота в органах влади (міська рада, виконавчий комітет міськради або міська адміністрація тощо)
 9. Спільнота в соціальних мережах або месенджерах щодо розвитку та розбудови вашої громади
 10. Створення та підписання петицій до місцевої влади
 11. Участь у благодійних проєктах
 12. Участь у громадських зборах, слуханнях
 13. Участь у громадському контролі діяльності міської влади
 14. Участь у мітингах, демонстраціях, страйках
 15. Участь у роботі по благоустрою території (відбудова, реконструкція зруйнованих будівель і будинків тощо)
 16. Участь у розробці та реалізації проєктів щодо розвитку громади
 17. Ніяким чином
 18. Важко відповісти
 19. Інше (що саме?) _____

8. ЩО МОЖЕ ВАС СПОНУКАТИ ДОЛУЧИТИСЯ ДО ДОПОМОГИ ЖИТЕЛЯМ ВАШОЇ ГРОМАДИ?
(ВИБЕРІТЬ УСІ СЛУШНІ ВАРІАНТИ ВІДПОВІДЕЙ)

1. Бажання допомогти людям
2. Взаємодопомога
3. Волонтери
4. Громадські організації та об'єднання
5. Почуття патріотизму
6. Знайомі, друзі
7. Любов до України
8. Наявність інформації про заходи, проєкти
9. Ненависть до всього російського
10. Отримання задоволення від того, що робите добро
11. Прагнення бути залученим до великої корисної справи
12. Прагнете долучитися до розв'язання проблем
13. Співчуття тим, кому потрібна допомога
14. Усвідомлення, що можете опинитися й самі в скруті
15. Важко відповісти
16. Інше (що саме?) _____

9. ЯКІ ЗАХОДИ ДЛЯ МОЛОДІ ВИ ХОТІЛИ Б ВІДВІДУВАТИ? (ВИБЕРІТЬ УСІ СЛУШНІ ВАРІАНТИ ВІДПОВІДЕЙ)

1. Щодо вибору професії та пошуку роботи

- 
2. Розвиток лідерських якостей та реалізації власного проєкту
 3. Громадська/волонтерська діяльність
 4. Політична діяльність
 5. Організація та ведення власної справи
 6. Спортивні заходи
 7. Творчі заходи
 8. Із питань організації дозвілля (як організувати поїздки та таборування)
 9. *Інше, вкажіть* _____
 10. *Важко відповісти /не зачитувати/*

10. ЩО ДЛЯ ВАС Є ВАЖЛИВИМ У ЗАХОДАХ ДЛЯ МОЛОДІ? (ВИБЕРІТЬ УСІ СЛУШНІ ВАРІАНТИ ВІДПОВІДЕЙ)

1. Дружня атмосфера
2. Навчання новому
3. Достатній вибір послуг та ініціатив
4. Кваліфіковані фахівці
5. Змістовне проведення вільного часу
6. Демонстрація власних досягнень
7. Безкоштовна участь та отримання послуг
8. Можливість знайти однодумців/друзів
9. *Інше, вкажіть* _____
10. *Важко відповісти*

11. ЯКИХ САМЕ ПОСЛУГ ДЛЯ МОЛОДІ, НА ВАШУ ДУМКУ, НЕ ВИСТАЧАЄ У ВАШІЙ ГРОМАДІ? (ВИБЕРІТЬ УСІ СЛУШНІ ВАРІАНТИ ВІДПОВІДЕЙ)

1. Реалізація соціальних і волонтерських проєктів
2. Культурно-мистецькі послуги
3. Гурткова робота
4. Профорієнтаційні заходи та сприяння в працевлаштуванні
5. Спортивні заходи
6. Розважальні заходи
7. Надання інформації та консультацій
8. Консультації психолога
9. Юридичні консультації
2. Робота з кризовими категоріями молоді
3. Просвітницька діяльність
4. Надання приміщення центру для навчання, проведення заходів тощо
5. *Інше (що саме?)* _____
6. *Важко відповісти*

12. ЯКИМИ СОЦІАЛЬНИМИ МЕРЕЖАМИ ВИ ЗАЗВИЧАЙ КОРИСТУЄТЕСЬ? (ВИБЕРІТЬ УСІ СЛУШНІ ВАРІАНТИ ВІДПОВІДЕЙ)

1. *Не користуюсь*
2. Facebook

- 
3. Instagram
 4. Messenger
 5. Telegram
 6. Tik Tok
 7. Tumblr
 8. Twitter
 9. Viber
 10. WeChat
 11. WhatsApp
 12. YouTube
 13. Важко відповісти
 14. Інше (вказіть що саме)_____

Дякуємо за участь в опитуванні!



ФОКУС-ГРУПА (або фокусоване групове інтерв'ю)

Приклад 3. Методологія опитування молоді методом фокус-груп щодо потреб молоді на рівні громади

Мета опитування – вивчення потреб молоді в послугах кар'єрного консультування.

У рамках опитування потрібно вирішити такі **завдання**:

- виявити особисті проблеми молоді і проблеми територіальної громади внаслідок повномасштабного російського вторгнення на територію України;
- визначити шляхи розв'язання проблем в територіальній громаді в умовах воєнного стану та післявоєнного відновлення країни;
- дослідити рівень безпеки в територіальній громаді в умовах воєнного стану;
- дослідити рівень готовності молоді долучитися до змін в територіальній громаді в умовах воєнного стану та післявоєнного відновлення країни.

Географія опитування: XXXX територіальна громада.

Цільова група: населення віком 18-34 роки.

Метод опитування: фокус-група.

Інструментарій опитування: сценарій фокус-групи (див. Приклад 5).

Вибірка опитування: 2-3 фокус-групи на рівні громади.

Способи залучення учасників до фокус-групи. Учасників фокус-груп можна залучити через:

- 1) знайомих, друзів;
- 2) заклади освіти (школи, ЗВО, ЗПТО тощо);
- 3) молодіжні центри/простори;
- 4) центр кар'єри;
- 5) громадські організації;
- 6) інші установи, які є в територіальній громаді;
- 7) оголошення на сторінці в соціальних мережах або/та на сайтах;
- 8) інші способи.

Увага! Під час фокус-групи кожен її учасник повинен бути опитаний.

Запитання, які перераховані у сценарії для проведення фокус-груп, потрібно задавати для всіх учасників одночасно. Якщо питання стосується учасника фокус-групи, то відповісти на це запитання повинен кожен учасник-фокус групи.

Проте якщо учасник фокус-групи не хоче відповідати на запитання, яке йому поставив модератор, то модератор може переходити із запитанням до іншого учасника або ставити учаснику наступне запитання.

Модератор (або ведучий) – це особа, яке веде сфокусоване обговорення в однорідній групі*, заохочує учасників до дискусії, до висловлювання власних думок.



Приклад 4. Анкета для відбору учасників фокус-групи щодо потреб молоді на рівні громади

Ця анкета ще називається скринінговою і використовується для попереднього відбору учасників. Цей інструмент допомагає визначити, чи відповідають учасники критеріям дослідження. Вона складається з серії запитань, що виявляють демографічні, поведінкові або інші важливі характеристики потенційних учасників.

Анкету для відбору використовують на етапі підбору учасників для фокус-групи, щоб забезпечити репрезентативність групи відповідно до мети і завдань дослідження, а також для уникнення респондентів, які можуть не відповідати потрібним критеріям (наприклад, віку, статі, рівню доходів, інтересам тощо).

1. Ваше ім'я: _____

2. Ваш вік: _____ **років** (для участі в фокус-групі потрібні особи старші за 14 років, але молодші за 35 років)

3. Стать (відмітьте): 1. Чоловіча 2. Жіноча

3. Населений пункт, де Ви проживаєте: _____

4. Ваша електронна пошта або контактний телефон: _____

5. Чи працюєте Ви?

1. Так 2. Ні

6. Чи навчаєтесь Ви?

1. Так 2. Ні

(Інтерв'юєре, до участі у фокус-групі ви маєте запросити приблизно однакову кількість осіб чоловічої і жіночої статті. Вік учасників цієї фокус-групи має бути 14-34 роки).

Приклад 5. Сценарій для проведення фокус-групи з молоддю щодо молодіжних потреб на рівні громади

(тривалість 1–1,5 години)

1. ВСТУП (5 ХВ.)

Представлення модератора.

Пояснення того, чим буде займатися група

Добрий день мене звуть _____, а це мій колега – _____

Хочу подякувати всім вам за те, що ви знайшли час поділитися вашими думками і досвідом.

Сьогодні наша мета – почути, що ви особисто думаєте і як сприймаєте питання, які ми будемо обговорювати. Ми будемо використовувати цю інформацію і ваші думки для вдосконалення роботи з молоддю на рівні територіальної громади.

Наша дискусія буде продовжуватися близько 1,5 години і буде записана на диктофон. Це необхідно для того, щоб ми не втратили жодну вашу думку або ідею. Сподіваюсь, Ви не будете заперечувати проти цього запису.

2. ЗНАЙОМСТВО (5-10 ХВ.)

Зараз я пропоную Вам по черзі назвати своє ім'я, скільки Вам років і де Ви навчаєтесь або працюєте.

3. РОБОТА І НАВЧАННЯ (15–25 ХВ.)

3.1. Якщо є хтось із учасників фокус-групи, хто закінчив навчання у закладі професійної або вищої освіти, назвіть, будь ласка, де ви працюєте, або причини чому ви не працюєте?

3.2. Як ви вважаєте, чому молоді складно працевлаштуватися в нашому населеному пункті? Чого молоді не вистачає для того, щоб працевлаштуватися? Яких знань? Яких навичок?

3.3. Розкажіть, будь ласка, яким чином ви плануєте обирати або вже обирали свою останню спеціальність? Чи проходив хтось профорієнтаційні тести?

Чи отримував хтось з вас профорієнтаційні консультації, консультації з вибору професії, побудови кар'єри, пошуку роботи тощо?

Чи допомогли вам ці консультації обрати спеціальність при вступі до закладу освіти або знайти роботу?

3.4. Чи були у вас складності з вибором вашої майбутньої професії чи спеціальності? Які? Хто вам допоміг? Яким чином ви визначились?

4. ПОТРЕБИ В ПОСЛУГАХ КАР'ЄРНОГО КОНСУЛЬТУВАННЯ (15–25 ХВ.)

4.1. Опишіть, будь ласка, ваш стан або певну ситуацію, яка пов'язана з вибором професії, побудовою кар'єри, пошуком роботи тощо.

Чи знаходитеся ви у пошуку роботи або додаткового заробітку?



Чи хоче знайти себе в новій сфері діяльності?

Чи відчуваєте ви необхідність змін у власній кар'єрі?

Чи хочете знайти улюблену справу, оволодіти певними навичками і знаннями тощо?

4.2. Чи є у вас потреба в додатковій інформації чи допомозі з питань вибору професії, побудови кар'єри, пошуку роботи тощо?

4.3. Чи виникають у вас проблеми з підготовкою резюме, участю у співбесіді?

4.4. Якщо ви працюєте, то чи є у вас потреба у консультаціях щодо подальшого розвитку вашої кар'єри або отримання бажаної посади?

4.5. Які заходи з вибору професії, побудови кар'єри, пошуку роботи ви хотіли б відвідати або пройти? (наприклад, екскурсії на виробництво, майстер-класи на базі майстерень/підприємств, «Дні відкритих дверей», «Ярмарки вакансій», індивідуальні або групові кар'єрні консультації тощо).

Які саме можуть вас більше зацікавити?

4.6. Яку інформацію ви хочете отримати під час таких заходів?

5. ПІДПРИЄМНИЦЬКА ДІЯЛЬНІСТЬ (10 ХВ.)

5.1. Чи хотіли б ви особисто відкрити власну справу, стати підприємцем?

5.2. Чого вам не вистачає для відкриття власної справи? Яких знань? Яких навичок?

6. ПІДВЕДЕННЯ ПІДСУМКІВ (5-10 ХВ.)

На цьому мої запитання до вас закінчились.

Якщо у когось є запитання до мене підходьте після закінчення фокус-групи.

Дякуємо за участь.

Що на вашу думку, дуже важливе ми не сказали і не обговорили сьогодні?

Що вам здалося найбільш цікавим і важливим?



Вуличний аудит

Приклад 6. Вуличний аудит соціальної та молодіжної інфраструктури населеного пункту

Етапи проведення соціального картування:

1. **Підготовка.** На першому етапі необхідно підготувати паперовий варіант мапи населеного пункту, яка стане основою для подальшого картування. Спочатку на паперову мапу потрібно нанести дані, отримані зі статистичної інформації, щодо ключових об'єктів соціальної та молодіжної інфраструктури, наприклад, заклади освіти, медичні установи, культурні центри, місця зібрань молоді, а також інші громадські та соціальні будівлі. Ці орієнтири є важливими для організаторів вуличного аудиту і повинні бути чітко позначені на мапі. Це дозволить чітко бачити, де розташовані ключові об'єкти, що будуть досліджуватись, і на які варто звернути особливу увагу. На підготовчому етапі треба залучити та підготувати групу дослідників
2. **Розподіл території та визначення маршрутів.** Після нанесення об'єктів на мапу, необхідно розділити мапу населеного пункту на окремі локації та прокласти маршрути, якими будуть рухатися групи дослідників. Сформууйте невеликі групи з 2-3 осіб, які пройшли попереднє навчання щодо проведення вуличного аудиту. Кожній групі слід призначити конкретний район для дослідження та маршрут для проходження. Важливо також забезпечити безпеку учасників аудиту, особливо під час відвідування потенційно небезпечних локацій: місця зібрання асоціальних груп населення, темні частини парків, закинуті території, будівельні майданчики тощо.
3. **Проведення вуличного аудиту.** Кожна із груп дослідників відповідно до маршруту збирає інформацію щодо молодіжної і соціальної інфраструктури та місць зібрання молоді на визначеній території та робить відповідні позначки на мапі. Додаткові дані, отримані під час вуличного аудиту, мають бути занесені на соціальну мапу населеного пункту.

Зокрема мають бути відмічені: структура забудови території, заклади соціальної і молодіжної інфраструктури, а також місця продажу алкогольних напоїв, сигарет, місця можливого продажу наркотиків, райони потенційних правопорушень з боку молоді та стосовно молоді. Детальну інформацію щодо об'єктів інфраструктури і позначки дивиться на рис. 6.1.



Рис. 6.1. Приклади об'єктів інфраструктури і позначок вуличного аудиту

- Узагальнення та аналіз інформації.** Після завершення збору даних необхідно узагальнити всю зібрану інформацію та візуалізувати її на мапі (див. рис. 6.2). Ця візуалізація дозволить отримати чітке уявлення про стан соціальної та молодіжної інфраструктури в населеному пункті, що в подальшому допоможе у плануванні молодіжної роботи. Також це дозволить визначити пріоритетні напрями вирішення проблем, пов'язаних з молоддю, і зробити ефективні кроки для покращення соціальної ситуації у громаді.



Рис. 6.2. Приклад мапи з нанесеною інфраструктурою і позначками вуличного аудиту

Соціальне картування

Приклад 7. Сценарій проведення фокус-груп серед молоді мікрорайону міста у рамках соціального картування

Метод роботи з картою мікрорайону використовується у фокус-групах, дискусіях та інших групових методах для візуалізації активностей та пересувань учасників у межах конкретного географічного району. Він допомагає краще зрозуміти поведінкові моделі, соціальні зв'язки та проблемні зони, зокрема, серед молоді, яка належить до груп соціального ризику.

Для роботи буде потрібно:

- карта мікрорайону, міста, селища;
- булавки різних кольорів або кольорові маленькі папірці для кожного учасника;
- фліпчарт та/або аркуш паперу для запису ідей учасників;
- фотоапарат для фіксації процесу картування і фінальної карти;
- диктофон або відеокамера для фіксації обговорення.

Такий метод дозволяє не лише візуалізувати пересування та активності учасників, а й краще зрозуміти соціальні проблеми мікрорайону, особливо в контексті роботи з молоддю, що належить до груп ризику.

I. Робота з картою мікрорайону

Увага модераторе! Працювати з мапою мікрорайону можна, коли вона прикріплена до дошки або стіни, а можна покласти її на стіл, щоб не повипадали голки. Сфотографуйте процес картування: у момент «чіплення голок» та фінальну (з голками) карту мікрорайону.

Прошу кожного з вас взяти по 4 булавки різного кольору і позначити на карті:

1. білою/жовтою булавкою місце, де ви живете;
2. червоною/фіолетовою – там, де ви навчаєтесь або працюєте;
3. зеленою/голубою – де ви проводите організоване дозвілля (клуби, секції тощо);
4. синьою – де ви проводите своє неорганізоване дозвілля (тобто там, де просто гуляєте: двори, парки, дитячі майданчики тощо).

Ті з вас, хто проводить час за межами свого мікрорайону має розмістити булавки на межі району у том напрямку, де ви навчаєтесь, працюєте або проводите дозвілля.

Коли ви будете чіпляти голки, я вас прошу голосно і чітко озвучити ці місця.

Увага модераторе! Модератор має зробити висновки відносно того, в яких містах навчаються, працюють, а в яких містах проводять дозвілля учасники фокус групи.



II. Молодь груп ризику

Серед молоді існують, так звані, групи соціального ризику: правопорушники, особи, які вживають наркотики, алкоголь тощо.

Які групи ризику, на вашу думку, є найбільш розповсюдженими у вашому мікрорайоні?

Увага модераторе! Модератор просить кожного учасника назвати групи ризику, які вони вважають найбільш важливими в контексті обговорюваної проблеми. Учасники по черзі диктують назви груп ризику, а модератор записує їх на великому аркуші паперу або на фліпчарті, щоб усі могли бачити.

Після того як усі учасники висловили свої ідеї, модератор складає загальний список усіх названих груп ризику. Цей список об'єднує всі запропоновані учасниками варіанти, уникаючи дублювання та об'єднуючи схожі категорії молоді, якщо учасники погоджуються з таким об'єднанням.

Потім виділяється 3 найбільш згадуваних учасниками груп і проводиться обговорення.

Далі мова буде йти про 3 групи, які зайняли найвищий ранг.

2. Чи є місця у вашому мікрорайоні, де зазвичай ці групи молоді найчастіше збираються і проводять своє дозвілля?

Увага модераторе! Учасники називають місця, де зазвичай збирається в їхньому мікрорайоні молодь з числа груп ризику, а модератор робить відмітки на мапі мікрорайону булавками різного кольору або наліпками з написом представників груп ризику.

3. Що потрібно робити, щоб кожна з цих груп ризику не збільшувалася?

4. Які заходи чи дії мають вживати дорослі або держава, щоб молодь не збиралася в таких місцях?

5. Що молоді потрібно для того, щоб не долучатися до різних спільнот, які ведуть асоціальний спосіб життя?

III. Завершення

Підводячи підсумки нашої бесіди, можливо ви щось хотіли б додати, про що згадали тільки зараз?

Чи є у вас доповнення до нашої бесіди?

Увага модераторе! Подяка модератора учасникам дискусії



Експертне оцінювання

Приклад 8. Сценарій для експертного опитування за методом «Дельфі»

Методика опитування

Мета дослідження: моделювання та прогнозування внутрішньої та зовнішньої міграції української молоді на найближчі 5 років.

Завдання:

- здійснити якісну та кількісну оцінку кількості мігрантів з України;
- вивчити майбутні зміни в міграційних тенденціях внутрішнього та зовнішнього характеру;
- з'ясувати наслідки майбутньої міграції молоді для всіх учасників цього процесу;
- визначити фактори, які стимулюють або стримують міграцію молоді, як для країн- або регіонів реципієнтів, так і для країн- або регіонів донорів;
- визначити головні стратегічні програмні заходи з метою ефективного регулювання міграційними процесами молоді на кожному з рівнів управління.

Метод дослідження: експертне опитування методом «Дельфі».

Цільова група: спеціалісти у сфері міграції та міграційної політики в Україні.

Вибірка: 17 осіб з різних професійних груп

Обробка результатів дослідження: перевірка думок експертів, аналіз отриманих висновків, статистична обробка (розрахунок медіани, кварталів тощо), узагальнення експертних висновків;

Анкета №1

Експертне опитування щодо наслідків міграції молоді та прогнозування територіальної мобільності молодого покоління в Україні

1-й етап дослідження

1. Якою, на вашу думку, сьогодні є кількість мігрантів з України (включаючи мігрантів без врегульованого статусу)?

2. Якою, на вашу думку, сьогодні є частка молоді віком 15-34 роки від загальної кількості мігрантів (включаючи мігрантів без врегульованого статусу) з України?

Вкажіть вашу оцінку у відсотках: _____ %

3. Яким чином зміниться зовнішня міграція молоді віком 15-34 роки з України у найближчі 5 років?

Якого характеру вона може набуту і в якому напрямку вона може змінитися?

Яким чином вплине на зовнішню міграцію молоді рішення щодо лібералізації візового режиму з Україною, яке дозволило громадянам України, які мають біометричні паспорти, подорожувати без віз до ЄС терміном до 90 днів у бізнесових, туристичних цілях або за сімейними обставинами?

На скільки відсоткових пунктів може зрости або знизитися цей показник?

Вкажіть вашу оцінку: _____ в.п.

4. Яким чином може змінитися внутрішня міграція молоді віком 15-34 роки в Україні у найближчі 5 років? Якого характеру вона може набуті і в якому напрямку вона може змінитися?

На скільки відсоткових пунктів може зрости або знизитися цей показник?

Вкажіть вашу оцінку: _____ в.п.

5. Якими можуть бути наслідки (протягом найближчих п'яти років) майбутньої міграції молоді для України або окремих її регіонів, **з яких виїздить молодь?**

Будь ласка, визначте не більше 5-ти (сукупно по соціально-демографічним та економічним наслідкам) **ПОЗИТИВНИХ** (у лівому стовпчику) і не більше 5-ти **НЕГАТИВНИХ** (у правому стовпчику) наслідків цього явища зазначивши важливість кожного із зазначених наслідків за такою шкалою, де 1 – найважливіший, а 5 – найменш важливий.

Рейтинг позитивних	Наслідки	Рейтинг негативних
Соціально-демографічні		
	Зменшення щільності населення	
	Зменшення чисельності молоді	
	Зниження народжуваності	
	Зниження рівня безробіття	
	Втрата певної частини трудового потенціалу	
	Зростання частки молодих кваліфікованих спеціалістів у структурі робочої сили	
	Дефіцит робочої сили у певних галузях	
	Підвищення матеріального добробуту мігрантів	
	Збільшення шансів на вступ до навчальних закладів	
	Зменшення навантаження на викладацький склад	
	Декваліфікація молодих спеціалістів-мігрантів	
	Можливості застосування в країні (регіоні) позитивного досвіду, отриманого під час роботи за кордоном або в іншому регіоні	
	«Соціальне сирітство» дітей при живих батьках-заробітчанах	
	Майбутні проблеми з пенсійним забезпеченням нинішніх молодих мігрантів	
	Інше (що саме) _____	
Економічні		
	Зниження ВВП	
	Приплив іноземної валюти	
	Інвестування коштів в вітчизняну економіку	
	Додаткові витрати з бюджету на підготовку нових спеціалістів	
	Проблеми з пенсійним забезпеченням мігрантів	
	Розвиток фінансово-банківського сектора	
	Інше (що саме) _____	

7. Якими є головні фактори в країнах або регіонах вибуття, які стимулюють і стримують міграцію молоді з України або з окремих її регіонів?

Будь ласка, визначте по 5 факторів стимулювання та стримування міграції та зазначте важливість кожного з цих факторів за такою шкалою, де 1 – найважливіший, а 5 – найменш важливий.



Рейтинг	стимулюють	Рейтинг	стримують
	Низький рівень економічного розвитку регіону (країни)		Відсутність досвіду роботи
	Безробіття		
	Низька заробітна плата		
	Відсутність роботи за фахом		Відсутність коштів на переїзд
	Бажання підвищити власний матеріальний добробут		
	Відсутність можливостей для навчання		Невизнання дипломів більшості вітчизняних ЗВО у світі
	Низький рівень медичного обслуговування		Високий рівень медичного обслуговування
	Низький рівень побутового та культурного забезпечення		Доступність житла або спроможність сплати оренди
	Розвиток транспортної і соціальної інфраструктури		Нерозвиненість транспортної інфраструктури
	Військові дії на Сході України		Розвиток національної свідомості (патріотизм)
	Бажання уникнути призову до Збройних сил України		
	Володіння іноземними мовами		Сімейний стан, наявність дітей
	Доступність інформації про майбутнє місце переміщення		Відсутність достатньої інформації про майбутнє місце переміщення
	Наявність міграційних зв'язків в країні або регіоні-реципієнті		Відсутність зв'язків з іншими мігрантами в країні або регіоні-реципієнтів
	Безвізовий режим з країнами-реципієнтами		Складності з оформленням паспорту та отриманням візи
	Інше (що саме) _____		Інше (що саме) _____

8. Якими є фактори в країнах- або регіонах-реципієнтах, які стимулюють/стримують міграцію молоді з України або з окремих її регіонів?

Будь ласка, визначте по 5 факторів стимулювання та стримування міграції та зазначте важливість кожного з цих факторів за такою шкалою, де 1 – найважливіший, а 5 – найменш важливий.

Рейтинг	стимулюють	Рейтинг	стримують
	Високий економічний розвиток регіону (країни)		Міграційна політика країни-реципієнта
	Попит на робочу силу		Жорстке податкове та правове законодавство
	Високий рівень життя		Відсутність бажання
	Наявність навчальних закладів		Невідповідність освіти та рівня кваліфікації
	Низька вартість навчання		Відсутність соціальних гарантій
	Соціальні гарантії		Неможливість отримати медичні послуги
	Високий рівень медичного обслуговування		
	Наявність інформації про установи/організаціями, які допомагають мігрантам отримати роботу, пройти навчання або пристосуватися в місці призначення		Відсутність достатньої інформації про установи/організаціями, які допомагають мігрантам отримати роботу, пройти навчання або пристосуватися в місці призначення

Рейтинг	стимулюють	Рейтинг	стримують
	Можливість підтримувати зв'язки з родичами/близькими з країни/регіону вибуття		Відсутність можливості підтримувати зв'язки з родичами/близькими з країни/регіону вибуття
	Географічне розташування (близьке)		Географічне розташування (далеке)
	Кліматичні умови та екологічна ситуація		Кліматичні умови та екологічна ситуація
	Інше (що саме) _____		Інше (що саме) _____

9. Які важливі стратегічні програмні заходи потрібно застосувати в найближчому майбутньому (протягом п'яти найближчих років) в Україні для більш ефективного регулювання міграційних процесів молоді на кожному з рівнів управління?

	Щодо зовнішньої міграції	Щодо внутрішньої міграції
на національному рівні		
на регіональному рівні		
на рівні територіальних громад		

Анкета №2

Експертне опитування щодо наслідків міграції молоді та прогнозування територіальної мобільності молодого покоління в Україні

2-й етап дослідження

1. Якою, на вашу думку, сьогодні є кількість мігрантів з України (включаючи мігрантів без врегульованого статусу)? Подивіться, будь ласка, на результати 1-го етапу дослідження.

	Результати 1-го етапу
1,5 млн	1
2 млн	1
2,3 млн	1
3-3,5 млн.	1
більше 3 млн	2
3-5 млн	1
4-5 млн	1
5 млн	2
5-8 млн	1
7 млн	1
8 млн	1

Тепер, коли ви знаєте відповіді інших експертів, будь ласка, знову запишіть ваші оцінки: _____

2. Якою, на вашу думку, сьогодні є частка молоді віком 15-34 роки від загальної кількості мігрантів (включаючи мігрантів без врегульованого статусу) з України?

Подивіться, будь ласка, на результати 1-го етапу дослідження.

	Результати 1-го етапу
20%	2
30%	3
20-40%	1
30-50 %	1
близько 35%	1
40%	3
45-50 %	2
50%	1

60%	1
65%	1
Важко відповісти	1

Тепер, коли ви знаєте відповіді інших експертів, будь ласка, знову запишіть ваші оцінки.

Вкажіть вашу оцінку у відсотках: _____ %

3. На скільки відсоткових пунктів може зрости або знизитися зовнішня міграція молоді віком 15-34 роки з України у найближчі 5 років?

Подивіться, будь ласка, на результати 1-го етапу дослідження.

	Кількість відповідей
Зросте...	
на 2 в.п.	1
на 5 в.п.	5
на 5-10 в.п.	2
на 10 в.п.	2
на 10-15 в.п.	1
на 20 в.п.	1
на 25-40 в.п.	1
на 30 в.п.	1
до 60%	1
майже в 2 рази	1
туристичні поїзди на 25 в.п.	1

Тепер, коли ви знаєте відповіді інших експертів, будь ласка, знову дайте ваші відповіді.

Вкажіть вашу оцінку:

- 1) зросте на _____ в.п.
- 2) не зміниться
- 3) знизиться на _____ в.п.

4. На скільки відсоткових пунктів може зрости або знизитися внутрішня міграція молоді віком 15-34 роки в України у найближчі 5 років?

Подивіться, будь ласка, на результати 1-го етапу дослідження.

	Кількість відповідей
Зросте на...	
декілька в.п.	1
5 в.п.	1
10 в.п.	1
5-10 в.п.	1
10-20 в.п.	1
25-30 в.п.	1
30 в.п.	1
Сягне до 70 %	1
Освітня міграція знизиться приблизно на 30%	1
Не зміниться	1

Тепер, коли ви знаєте відповіді інших експертів, будь ласка, знову дайте ваші відповіді.

Вкажіть вашу оцінку:

- 1) зросте на _____ в.п.
- 2) не зміниться
- 3) знизиться на _____ в.п.

Додаток 9. Приклад картки для проведення дослідження за методом спостереження (СІН – споживачі ін'єкційних наркотиків)

КАРТА СПОСТЕРЕЖЕННЯ № _____									
До уваги спостерігача!!!! Шановні спостерігачі, перед Вами стоїть дуже важливе завдання – здійснити СПОСТЕРЕЖЕННЯ за вторинним обміном на точці. Вторинний обмін — це один вид обміну шприців, який відрізняється від усіх інших тим, що здійснюється не співробітниками проекту, а волонтерами (самими СІН) або прихильниками ідеї програми (мережею аптек чи поліклінік). Волонтер в організації отримує певну кількість стерильних шприців, обмінює їх у місці збуту наркотичних речовин або в місці проживання СІН (квартири), накопичує використані шприці та здає їх у проект для безпечної утилізації. Завданням спостереження є збір інформації щодо: — характеристики та опис точок, де впроваджується вторинний обмін; — кількісне охоплення СІН вторинним обміном на одній точці; — графік та система роботи волонтерів та фахівців; — перелік послуг, що надаються на точці; — взаємовідносини суб'єктів та об'єктів надання послуг у час вторинного обміну. Процедура проведення: Спостереження полягає в тому, що інтерв'юер знаходиться на точці, де надаються послуги вторинного обміну, та спостерігає за тим, що відбувається, а також фіксує всю отриману інформацію в спеціальній КАРТІ СПОСТЕРЕЖЕННЯ. Для початку, зі співробітниками неурядових громадських організацій узгоджується час роботи точок і час знаходження на них для здійснення спостереження. Візит на точку для спостереження інтерв'юер ОБОВ'ЯЗКОВО здійснює тільки разом з соціальним працівником або волонтером організації. Будь ласка, перед початком роботи ознайомтеся з анкетою!!!									
Дата				Місто				Область	
Прізвище ІНТЕРВ'ЮЕРА									
Час знаходження на точці				З _____ по _____		Час роботи точки		З _____ по _____	
ОПИС ТОЧКИ ТА ПРИСУТНІХ НА НІЙ									
Тип точки:		1) варять		2) вживають		3) продають		4) інше	
Опис точки (квартира (1-кімнатна, 2-кімнатна тощо), власний будинок або інше приміщення, тощо)									
Присутність СІН протягом візиту		Так	1	Присутність волонтерів протягом візиту		Так	1	Присутність соціальних працівників протягом візиту	
		Ні	2			Ні	2		
Кількість СІН на точці протягом візиту				Кількість волонтерів на точці протягом візиту		Кількість соціальних працівників на точці			



				протягом візиту	
Хто ще присутній на точці крім волонтера і соціального працівника, не враховуючи клієнтів <i>(Опишіть)</i>					
Опишіть клієнтів (СІН) <i>(їх вік, стать, облік тощо)</i>					
ЩО ВІДБУВАЄТЬСЯ НА ТОЧЦІ?					
Що видають на точці?					
Хто видає?					
Скільки шприців здали/отримали клієнти – напишіть про усіх клієнтів, що були під час спостереження					
На точках здійснюється просто видача нових шприців або це обмін на вже використані?					
Як фіксується видача шприців? <i>(на місці або після роботи на точці)</i>					
Чи надається консультація? Про що волонтер бесідує з клієнтом? Що волонтер/соціальний працівник розповідає клієнтам?					
Зі скількома клієнтами Він бесідує?					
Чи розповсюджуються інформаційні матеріали? Які? В якому об'ємі?					
Чи мають клієнти картки?					
Хто має ще картки?					
Як відбувається збір (утилізацію) використаних шприців?					
Куди збирають використані шприци?					
Що представляє з себе ємкість або будь-який інший предмет для збору використаних шприців? <i>(Опишіть)</i>					
Коментарі					



Список використаної літератури

1. Bijak J., Wiśniowski A. Forecasting of Immigration Flows Until 2025 for Selected European Countries Using Expert Information. Idea Working Paper, 2009. No. 7.
2. Cameron R. Mixed methods: the third methodological movement // Research Today: Newsletter of the Australian Vocational Education and Training Research Association. 2009. Vol. 5. P. 2.
3. Digital sociology: critical perspectives. Houndmills, Basingstoke, Hampshire: Palgrave Macmillan, 2013. XII, 249 p.
4. Delbecq, A.L., Van de Ven, A.H. and Gustafson, D.H. (1975) Group Techniques for Program Planning: A Guide to Nominal Group and Delphi Processes. Scott, Foresman Glenview. URL: <https://www.scirp.org/reference/referencespapers?referenceid=1760036>
5. Geoff Boeing, Paul Waddell. New Insights into Rental Housing Markets across the United States: Web Scraping and Analyzing Craigslist Rental Listings. Journal of Planning Education and Research. 2016-08-23. Vol. 37, iss. 4. P. 457-476.
6. Goldstick, J.E., Jay, J. Agent-Based Modeling: an Underutilized Tool in Community Violence Research. Curr Epidemiol Rep 9, 135–141 (2022). <https://doi.org/10.1007/s40471-022-00292-x>
7. Graham S., Wood D. Digitizing Surveillance: Categorization, Space, Inequality // Critical Social Policy. 2003-05-01. Vol. 23, iss. 2. P. 227-248.
8. Hilbert M., & López P. (2011). The World's Technological Capacity to Store, Communicate, and Compute Information. Science, 332(6025), 60 –65. doi:10.1126/science.1200970. URL: <http://www.uvm.edu/~pdodds/files/papers/others/2011/hilbert2011a.pdf>
9. Paluck EL, Shepherd H, Aronow PM. Changing climates of conflict: a social network experiment in 56 schools. Proc Natl Acad Sci. 2016;113(3):566–71.
10. Yukihiro Y. Leni Riefenstahl and Expressionism German: A Study of Visual Cultural Studies Using Transdisciplinary Semantic Space of Specialized Dictionaries // Technoetic Arts: a journal of speculative research. 2008. T. 3, № 8.
11. Артюх О.Р., Комарова Н.М., Пеша І.В., Тілікіна Н.В. Аналіз соціального середовища Дніпровського району м. Києва. Планування мобільної роботи з молоддю. Київ: Німецько-польсько-українське товариство в Україні, 2016.
12. Артюх О.Р., Пеша І.В., Тілікіна Н.В. Соціологічні дослідження в молодіжній роботі. Навчально-методичний посібник для фахівців, які працюють з молоддю. Київ: Державний інститут сімейної та молодіжної політики, 2021. 90 с.
13. Балакіревої О.М., Яременко О.О. Як провести соціологічне дослідження: Методичні рекомендації. Київ: Державний інститут проблем сім'ї та молоді, 2004. 264 с.
14. Безпалько О. В. Соціальна педагогіка: схеми, таблиці, коментарі : навч. посіб. Київ : Центр учбової літератури, 2009. 208 с.

- 
15. Варбан М.Ю., Михайлюк А.Д., Щербина В.Л. Інформаційно-консультаційна щодо ВІЛ/СНІДу робота на робочих місцях: методичний посібник для організаторів. Державний інститут розвитку сім'ї та молоді. Київ, 2006. 30 с.
 16. Грінченко Г.Г. Усна історія: Методичні рекомендації з організації дослідження: Для студентів і аспірантів. Х.: Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна, 2007.
 17. Методичні рекомендації для інтерв'юерів: навчальний посібник. За заг. ред. О.М. Балакірева, О.О. Яременко. Київ, 2003. 190 с.
 18. Пеша І.В., Коляда В.С., Тілікіна Н.В., Ярошенко О.О. Моніторинг і оцінка результативності та ефективності політики у молодіжній сфері: Кол. Монографія. Київ: ГО «Інститут молоді», 2023. 308 с. URL: <https://inmol.org/wp-content/plugins/download-attachments/includes/download.php?id=7315>
 19. Соціальна педагогіка: мала енциклопедія. За заг.ред.проф. І.Д.Звереві. Київ: Центр учбової літератури, 2008. 336 с.
 20. Соціально-педагогічні методи у діяльності соціального педагога. URL: <https://pedagogy.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2017/03/%d0%9b%d0%b5%d0%ba%d1%86%d1%96%d1%8f-8.pdf>
 21. Тілікіна Н. В. Модель реалізації молодіжної політики в умовах воєнного стану і післявоєнного відновлення // Інвестиції: практика та досвід. 2023. №17. С. 127-139. <https://www.nayka.com.ua/index.php/investplan/article/view/2052/2076>
 22. Тілікіна Н. В. Національні показники становища молоді як інструмент моніторингу й оцінки ефективності реалізації молодіжної політики в Україні. Інвестиції: практика та досвід. 2019. № 21. С. 111–121. DOI: 10.32702/2306-6814.2019.21.111. URL: <http://www.investplan.com.ua/?op=1&z=6884&i=17>
 23. Тілікіна Н.В. Методика оцінки ефективності реалізації регіональних і місцевих програм у молодіжній сфері // Інвестиції: практика та досвід. 2023. №24. С. 171-180. URL: <https://nayka.com.ua/index.php/investplan/article/download/2650/2686/6591>
 24. Тілікіна Н.В. Стратегічна інформація як основа формування ефективної молодіжної політики і молодіжної роботи на національному і регіональному рівні в умовах воєнного стану. Публічне адміністрування та національна безпека. 2024. №4. <https://doi.org/10.25313/2617-572X-2024-4>
 25. Тілікіна Н.В. Територіальна мобільність молоді: тенденції та напрями регулювання. Рукопис. Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук за спеціальністю 08.00.07 – демографія, економіка праці, соціальна економіка і політика. Інститут демографії та соціальних досліджень ім. М.В. Птухи НАНУ. Київ, 2019. 256 с.
 26. Цимбалюк І. Психологія: Навчальний посібник. М-во освіти і науки України. Київ: ВД «Професіонал», 2004. 214 с.

Практичний посібник

**Локальні дослідження
у соціальній роботі та роботі з молоддю**

Частина 1. Методи та технології соціологічних досліджень

Підписано до друку 04.07.2024 р.

Формат 60x84/16. Тираж 50 екз.

Ум.друк.арк. 5,58

Замовлення № 8/09