

Міністерство освіти і науки України
Ніжинський державний університет імені Миколи Гоголя
Факультет психології і соціальної роботи

Кафедра соціальної педагогіки і соціальної роботи

Освітня програма: Соціальна робота.
Управління соціальним закладом
Спеціальність: 231 Соціальна робота

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на здобуття освітнього ступеня «магістр»

Організаційно-методичні засади соціальних досліджень з використання мережі Інтернет

студентки Лисенко Ірини Віталіївни

Науковий керівник: Сватенков Олександр Васильович,
канд. пед. наук, доц.

Рецензенти:

1. Борисюк С.О. канд. пед наук, доц.
2. Качалова Т.В. канд. пед. наук, доц.

Допущено до захисту

Завідувач кафедри

професор _____ «__» _____ 2020 р. Лісовець О. В.

Ніжин - 2020

АНОТАЦІЯ

Лисенко І. Організаційно-методичні засади соціальних досліджень використовуючи Інтернет

Кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня «маністр» зі спеціальності 231 «Соціальна робота». – Ніжинський державний університет імені Миколи Гоголя, 2020.

Вивчені підходи щодо методології проведення наукових соціальних досліджень, визначено структуру та методи проведення дослідження.

Визначені особливості соціальних досліджень та досліджень використовуючи Інтернет. Були визначені ресурси Інтернету для наукових досліджень. Визначено популярні технології для онлайн-досліджень у зарубіжній практиці.

Вивчено можливості використання у наукових дослідженнях форм, соціальних мереж Facebook та Instagram, месенджерів Telegram та Viber, сайтів онлайн-тестувань.

Ключові слова: соціальні дослідження, наукові дослідження, методологія проведення досліджень, мережа Інтернет, соціальні мережі.

Lysenko I. Organizational and methodical principles of social research using the Internet

Qualification work for the degree of "master" in the specialty 231 "Social Work". - Nizhyn State University named after Mykola Gogol, 2020.

Approaches to the methodology of scientific social research are studied, the structure and methods of research are determined.

Features of social research and research using the Internet are identified. Internet resources for research have been identified. Popular technologies for online research in foreign practice are identified.

Possibilities of using forms, social networks Facebook and Instagram, Telegram and Viber messengers, online testing sites in research have been studied.

Key words: social research, scientific research, research methodology, Internet, social networks.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	4
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНО – МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ НАУКОВОГО СОЦІАЛЬНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ.....	8
1.1. Аналіз основних понять дослідження.....	8
1.2. Структура наукового дослідження в соціальній роботі.....	18
1.3. Система методів наукового соціального дослідження.....	25
Висновки до 1 розділу.....	34
РОЗДІЛ 2. ВИКОРИСТАННЯ МЕРЕЖІ ІНТЕРНЕТ У НАУКОВИХ ДОСЛІДЖЕННЯХ.....	35
2.1. Соціальні дослідження з використанням мережі Інтернет.....	35
2.2. Потенційні можливості використання різних ресурсів мережі Інтернет у наукових дослідженнях в соціальній роботі.....	42
2.2.1. Використання ресурсів Google Форми.....	42
2.2.2. Потенціал соціальних мереж у наукових дослідженнях (Facebook, Instagram).....	47
2.2.3. Використання програм-месенджерів у соціальних дослідженнях (Telegram, Viber).....	51
2.2.4. Використання сайтів онлайн тестувань у соціальних дослідженнях....	54
2.3. Порівняльний аналіз використання онлайн-ресурсів в соціальних дослідженнях.....	59
Висновки до 2 розділу.....	67
ВИСНОВКИ.....	68
СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ.....	70

ВСТУП

Актуальність проблеми. Сучасний світ є глобальним, оскільки проблеми, які постають перед людством стосуються усіх. Важливим аспектом глобалізації є використання Інтернет-ресурсів у різних комунікаціях, що сприяють знищенню кордонів між народами. З одного боку таке явище сприяє зближенню між людьми та вирішенню глобальних проблем, а з іншої сторони – зникнення розмежування впливає на втрату часткової самотності.

Найбільш важливими у комунікаціях є сайти соціальних мереж, що привертають велику увагу з боку громадськості останні кілька років. З моменту появи перших веб-сайтів, які підтримують певну форму створення та взаємопов'язку профілів користувачів наприкінці 90-х років, наприклад, Facebook, як найвизначніший приклад, налічує понад 1 мільярд учасників і є другим найбільш відвідуваним веб-сайтом в Інтернеті. Основна мета Інтернет-мережі – це сприяти взаємовідносинам із знайомими, друзями, сім'ями чи професійним контактам.

Інтернет-спілкування, яке здебільшого відбувається у соціальних мережах, можна інтерпретувати в більш загальному вигляді, коли люди можуть користуватися низкою інших послуг в Інтернеті для зв'язку з іншими. Зазвичай соціальні мережі розглядаються як частина більш широкого класу соціального програмного забезпечення та є прототипом для розробки платформ соціальних мереж внутрішньої мережі в контексті Enterprise 2.0.

Однак явище соціального програмного забезпечення дуже тісно пов'язане з унікальною культурою участі користувачів і появою соціальних мереж. Ми вважаємо, що краще розуміння явища публічного Інтернету може призвести до висновків, які можуть корисно інформувати про розгортання та прийняття використання його у науковому соціальному дослідженні. В рамках нашої роботи, ми будемо вивчати явище соціальних мереж у різних контекстах, зважаючи на доцільність їх використання в соціальних дослідженнях.

Зокрема, про популярність Інтернет мережі у соціумі, було проаналізовано дані статистики, що засвідчують про те, що користувачі Інтернет-ресурсів найбільш активно використовують їх для спілкування. Так, за даними компанії Gfk Ukraine, швидкий ріст користування Інтернетом у віковій групі 34-54 років призвів до збільшення популярності сайтів новин та газет – з 24 до 29% користувачів (у вказаній віковій групі частка користувачів таких сайтів наближається до 40%). Дані досліджень свідчать, що 7% опитаних в Інтернеті заробляють; 16% – заощаджують на покупках; 21% – заощаджують на телефонних дзвінках; 29% – «летять» у мережу трохи далі від реальності; 52% – завантажують музику, фільми, програми; 69% – використовують мережну інформацію для своєї роботи [24]. У цілому, 71% опитаних є користувачами Інтернет-ресурсів.

Проблему організації наукових досліджень у сфері соціальної роботи вивчали Архипова С.[4], Крушельницька О.[21], Мазоха Д.[19] та ін.

Технології проведення наукових досліджень висвітлені у працях С. Важинського, Лук'янченкової В. Конверського А.[15] та ін. Такі вчені як Братута О. Мочерний С. Арутюнов В. Яскевич Я. досліджували методологію проведення наукових досліджень.

Проведення нашого дослідження дозволить здійснити аналіз необхідності використання Інтернет-ресурсів з метою проведення соціальних досліджень. Дане питання вивчали: І. Мигович [20] щодо підготовки працівників соціальної сфери в області інформаційних технологій; Н. Мирончук про стан і перспективи розвитку мережевих інформаційних ресурсів соціогуманітарних наук [20] про технологічний потенціал соціально-педагогічної діяльності; та ін. На нашу думку, дуже актуальним зараз є проведення соціальних досліджень з використанням мережі Інтернет, оскільки все більш розповсюдженими стають комп'ютерні технології, робота та навчання on-line. Особливо дані дослідження є доцільними в період світової пандемії та загального карантину, оскільки науковці мають можливість не зупиняти свої дослідження, а навпаки виводити їх на новий рівень.

Отже, враховуючи актуальність даної проблеми, темою нашого дослідження є: «**Організаційно-методичні засади соціальних досліджень з використанням мережі Інтернет**».

Об'єкт дослідження – наукове дослідження у сфері соціальної роботи.

Предмет дослідження – ресурси мережі Інтернет для організації та проведення досліджень у сфері соціальної роботи.

Мета дослідження – визначити організаційно-методичні засади соціальних досліджень з використанням мережі Інтернет.

Завдання дослідження:

1. Проаналізувати основні поняття дослідження.
2. Вивчити організаційно-методичні засади наукового дослідження у соціальній роботі
3. Проаналізувати потенційні можливості Інтернет-ресурсів щодо їх використання у дослідженнях із соціальної роботи.

Методи дослідження. Для розв'язання поставлених завдань і досягнення мети дослідження було використано такі загальнонаукові методи, як: теоретичний аналіз та систематизація наукових літературних джерел вітчизняних і закордонних авторів.

Методи емпіричного рівня дослідження включали: інтерв'ювання, що проводилося з метою визначення ставлення та обізнаності щодо використання Інтернет-ресурсів; онлайн-опитування щодо використання соціальних мереж; порівняльний аналіз Інтернет-ресурсів соціальної сфери України та Америки, виокремлення спільного та відмінного, плюсів та мінусів.

Теоретична значущість кваліфікаційної роботи полягає в узагальненні і систематизації підходів щодо методології проведення наукових соціальних досліджень, структури та методів проведення досліджень, актуальності проведення соціальних досліджень з використанням ресурсів мережі Інтернет.

Практичне значення роботи полягає у визначенні особливостей соціального дослідження з використанням мережі Інтернет та формулюванні чіткої думки щодо перспективності використання соціальних мереж в дослідженнях.

Апробація дослідження: результати дослідження доповідались на IV Міжнародній науково-практичній конференції для молодих науковців «Науковий вимір соціально-педагогічних проблем сьогодення» (м. Ніжин, 2020), III Міжнародній конференції «Партнерська взаємодія у системі інститутів соціальної сфери» (м. Ніжин, 2020).

Публікації. Результати магістерської роботи були висвітлені у двох публікаціях, а саме:

1. Лисенко І.В. Організаційно-методичні засади соціальних досліджень з використанням мережі Інтернет. *Науковий вимір соціально-педагогічних проблем сьогодення: збірник матеріалів IV Міжнародної науково-практичної конференції* (30 квітня 2020 р., м. Ніжин) / за ред. О. В. Лісовця, С. О. Борисюк. Ніжин : НДУ ім. М. Гоголя, 2020. – с. 47-49.

2. Лисенко І.В. Потенціал соціальних мереж у наукових дослідженнях *Партнерська взаємодія у системі інститутів соціальної сфери: збірник матеріалів III Міжнародної науково-практичної конференції* (24 листопада 2020 р., м. Ніжин) / За заг. ред. О. В. Лісовця та С. О. Борисюк. Ніжин: Видавництво НДУ ім. М. Гоголя, 2020. – с. 81-84.

Структура роботи. Магістерська робота складається зі вступу, двох розділів, висновків до розділів, загальних висновків та списку використаних джерел (60 найменувань). Загальний обсяг роботи складає 75 сторінок друкованого тексту.

РОЗДІЛ 1.

ТЕОРЕТИЧНО – МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ НАУКОВОГО СОЦІАЛЬНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ

1.1. Аналіз основних понять дослідження

Сьогодні перед суспільством постають нові виклики, які передбачають нову епоху, що змінює індустріалізацію, а саме епоха, що пов'язана з інформаційними технологіями. Саме інформаційні технології є основою використання Інтернет-сервісів, що впливають на розвиток усіх сфер життя.

В умовах сучасного суспільства важливим чинником утворення нових соціальних структур та процесів і, водночас, простором, у якому вони формуються та розгортаються, стає Інтернет: там відбувається групоутворення, модифікуються соціальні інститути, формуються і знаходять прихильників соціальні рухи. Все це виступає важливим фактором становлення суспільства «Другого модерну»[6]. Все більше сфер людської діяльності отримують відображення та розвиток в інтернет-просторі, що зумовлює нагальну потребу в з'ясуванні того, як реальні соціальні структури та процеси знаходять вияв у просторі Інтернету, а інтернет-структури, у свою чергу, впливають на процеси в офлайновому соціальному житті. Щоб краще зрозуміти суспільство «Другого модерну»[6], необхідно розглянути особливості соціального морфогенезу в Інтернеті: зміни в діяльності соціальних інститутів, специфіку інтернет-спільнот, інтернет-аудиторій та соціальних мереж.

Кількість користувачів Інтернету в Україні і світі в цілому досягла критичної маси, що призвело до кардинальної зміни структур повсякденності: практик працевлаштування, зайнятості, навчання, дозвілля, взаємодії з оточенням, отримання інформації, розрізнення нормального і патологічного в суспільних практиках. Дослідження структур і механізмів інтернетизації суспільства має величезну значущість для прогнозування можливих і подолання існуючих проблем соціуму на макро- та мікрорівні, а також для

розвитку теоретичної спроможності соціальної роботи у контексті розширення її предметного поля.

Соціальні дослідження – це система логічно послідовних методологічних, методичних, організаційно-технічних процедур, яка передбачає отримання достовірних даних та фактів про явища чи процеси, що вивчаються, для їх подальшого використання в соціальному управлінні. Основне завдання соціальних досліджень - добування фактів про соціальну дійсність, її окремі явища, сторони. [13].

Соціальні дослідження проводяться шляхом дотримання систематичного плану дій, який включає якісні та кількісні методи спостереження. Якісні методи залежать від прямого спілкування з цільовою аудиторією, спостереження, аналізу тексту. Результати цього методу зосереджені більше на точності, а не на узагальненні для всього населення. Кількісні методи використовують методи статистичного аналізу для оцінки даних, зібраних за допомогою опитувань чи анкетування.

Соціальні дослідження містять елементи як якісних, так і кількісних методів для аналізу цілого ряду соціальних явищ, таких як розслідування історичних пам'яток, перепис країни, детальний аналіз досліджень, проведених з метою розуміння причин збільшення кількості випадків жорстокого поводження в країні тощо.

Наукові дослідження – це потужне джерело нових знань, які трансформуються в новітні технології та продукти наукоємного виробництва, прискорюють зростання продуктивності праці і темпів накопичення суспільного прибутку, сприяють підвищенню конкурентоспроможності суспільного виробництва [10].

Вважаючи, що теорії та спостереження є двома стовпами науки, наукове дослідження може виконуватися на двох рівнях: теоретичному та емпіричному. Завданнями теоретичного рівня дослідження є розвиток абстрактних концепцій стосовно природних чи соціальних подій чи явищ, а також встановлення зв'язків між цими концепціями, тобто, створення теорій.

Завданнями емпіричного рівня дослідження є тестування теоретичних концепцій і зв'язків, щоб з'ясувати, наскільки добре вони відображають реалії навколишньої дійсності, відомі завдяки практиці, і подальше удосконалення на цій основі існуючих теорій. Із часом теорія стає все більш і більш точною (тобто все краще відповідає реаліям, які спостерігаються), і наука досягає зрілості. Наукове дослідження означає постійний рух уперед і назад між теорією та спостереженням. Отже, якщо покладатися виключно на спостереження при поясненні причин якогось явища й ігнорувати теорії, не можна розраховувати на проведення валідного наукового дослідження [10].

Також залежно від кваліфікації та інтересів науковця, наукове дослідження може приймати одну з двох форм: індуктивне чи дедуктивне. В індуктивному дослідженні метою науковця є побудова теоретичних концепцій і виявлення закономірностей, спираючись на дані спостереження. У дедуктивному дослідженні метою науковця є тестування концепцій і виявлених закономірностей, відомих із теорії, спираючись при цьому на нові емпіричні дані. Отже, індуктивне дослідження також правомірно назвати дослідженням із побудови теорії, тоді як дедуктивне дослідження є дослідженням із тестування теорії. Зверніть увагу, що метою тестування теорії є не тільки тестування, але й можливе уточнення, розвиток чи удосконалення теорії.

Відзначимо, що індуктивне та дедуктивне дослідження є двома половинами дослідницького циклу, що постійно повторюється між теорією та спостереженнями. Дослідник не може виконувати індуктивне чи дедуктивне дослідження, якщо він не обізнаний як з теоретичними, так і з емпіричними компонентами дослідження. Зрозуміло, що зрілий науковець – це той, хто може охопити весь цикл дослідження і може виконувати як індуктивне, так і дедуктивне дослідження. Важливо розуміти, що побудова теорії (індуктивне дослідження) і тестування теорії (дедуктивне дослідження) є необхідними для розвитку науки. Елегантні теорії нічого не варті, якщо вони не відповідають

дійсності. Аналогічно, великі масиви даних будуть не потрібні, якщо вони не допомагають у конструюванні змістовних теорій [10].

Процес побудови й тестування гіпотез у соціальних науках ускладнюється невизначеною природою теоретичних концепцій, часто неадекватним інструментарієм, що використовується для збору даних, і наявністю багатьох факторів, які впливають на досліджуваний феномен і дію яких складно врахувати. У соціальних науках також досить складно виявити хибні теорії, що не працюють. На відміну від теорій природничих наук, теорії соціальних наук рідко бувають довершеними, що відкриває багато можливостей для дослідників щодо їх покращення і побудови альтернативних.

Отже, виконання наукового дослідження вимагає наявності двох вмінь – теоретичних і методологічних, – які необхідні для роботи на теоретичному та емпіричному рівнях. Методологічні вміння («знати як») відносно стандартні, мало варіюють між дисциплінами і відносно легко набуваються в процесі виконання наукових проєктів. Однак теоретичні вміння («знати що») значно важче набуті, вони вимагають років спостережень та осмислення, є неявними, тобто такими, що не можуть бути засвоєні через навчання, а скоріше набуваються через досвід. [10]

Існує чотири основні види соціальних досліджень: Якісні та кількісні дослідження, первинні та вторинні дослідження. Якісне дослідження визначається як метод збору даних за допомогою відкритих та розмовних дискусій. Виділяються декілька основних якісних методів дослідження — фокус-групи є найбільш популярним методом збору інформації якісного характеру, сутність якого полягає у проведенні інтерв'ю з невеликою групою осіб; глибинні інтерв'ю, які використовуються для збору особистої інформації респондентів-учасників певних життєвих ситуацій для того, щоб виявити їх мотиви, цінності та переконання; етнографічні інтерв'ю, особливістю яких є те, що збір інформації відбувається у звичному для респондента середовищі, зазвичай використовуються разом зі спостереженням; нарративні інтерв'ю використовують у тих випадках, коли важливим є отримання не тільки

суб'єктивних оцінок явищ чи процесів, але й їх важливість у свідомості самої людини та експертне інтерв'ю, коли для вирішення поставленого завдання необхідно залучити професіоналів та фахівців, які мають цінний досвід у певній сфері [37].

Кількісне дослідження є надзвичайно інформативним джерелом збору даних, проведеного через засоби масової інформації, такі як опитування та анкети. Особливо зараз більшість ЗМІ перейшли в онлайн формат, що робить доступнішим не лише поширення новин, але й робить більш розповсюдженішим проведення досліджень через засоби масової інформації. Існує чотири різних кількісних методи дослідження: опитування, кореляційне дослідження, причинно-наслідкове порівняльне та експериментальне дослідження. [29].

Первинне дослідження проводиться самими дослідниками. Існує перелік питань, які дослідник має намір задати, які потрібно налаштувати відповідно до цільової аудиторії. Ці запитання надсилаються респондентам через опитування чи анкетування, щоб їх аналіз став зручним для дослідника. Оскільки дані збираються з перших рук, вони є дуже точними відповідно до вимог дослідження.

Вторинне дослідження – це метод, коли інформація вже зібрана науково-дослідними організаціями або окремими науковцями. Газети, інтернет-спільноти, звіти, аудіовізуальні докази тощо підпадають під категорію вторинних даних. Визначивши тему дослідження та джерела дослідження, дослідник може зібрати наявну інформацію, наявну із зазначених джерел. Потім вони можуть об'єднати всю інформацію для порівняння та аналізу її для отримання висновків [34].

Є різні методи соціальних досліджень. Опитування проводиться шляхом надсилання набору попередньо узгоджених питань до вибірки осіб з цільової аудиторії. Це призведе до збору інформації та зворотного зв'язку від осіб, які належать до різних груп, етнічних груп, вікових груп тощо. Опитування можна проводити через Інтернет та офлайн засоби масової інформації. Завдяки

удосконаленню технологічних середовищ та їх рівнем охоплення соціуму, Інтернет-середовище процвітає і спостерігається збільшення кількості людей залежно від програмного забезпечення для онлайн-опитування для проведення регулярних опитувань.

Існують різні типи соціальних досліджень: Поздовжні, Поперечні, Кореляційні. Поздовжнє та поперечне дослідження соціальних процесів є спостережними методами, тоді як Кореляційне – не експериментальним методом дослідження. Поздовжні соціальні дослідження проводяться з однією і тією ж вибіркою протягом певного часу, тоді як поперечні опитування проводяться на різних вибірках [60].

Прикладом використання опитувань може бути збір інформації про обізнаність про катастрофи та програми боротьби з катастрофами. Багато установ, таких як ООН або місцева команда з ліквідації наслідків катастроф, намагаються підготувати свої громади до катастроф. Володіння знаннями про це має вирішальне значення для схильних до катастроф областей і є хорошим типом знань, який може допомогти кожному. У такому випадку опитування може давати можливість цим установам зрозуміти, які сфери можуть потребувати більше допомоги та які регіони потребують того, яке навчання слід проводити. Отже, може бути проведено опитування щодо ліквідації наслідків стихійних лих, щоб зрозуміти знання громадськості про вплив катастроф на громади та заходи, які вони вживають, щоб реагувати на катастрофи та як можна зменшити ризик.

Експерименти: дослідники проводять експериментальне дослідження, щоб спостерігати за зміною однієї змінної на іншу. В експериментах існує теорія, яку потрібно довести або спростувати ретельним спостереженням та аналізом. Ефективний експеримент буде успішним у побудові причинно-наслідкових зв'язків, доказуючи, відкидаючи або спростовуючи теорію. Дослідники надають перевагу лабораторним та польовим експериментам.

Інтерв'ю – це техніка отримання думок і зворотного зв'язку, поставити обрані питання віч-на-віч, телефоном або через Інтернет. Існують формальні

та неформальні інтерв'ю. Формальні інтерв'ю – це ті, які організовує дослідник зі структурованими відкритими та закритими запитаннями та форматом, тоді як неформальні інтерв'ю – це ті, що дозволяють досліднику задавати ті питання, які підходять в даній конкретній ситуації, роз'яснювати питання, перефразовуючи їх і змінюючи. [36].

Спостереження в соціальному дослідженні являє собою метод збору і найпростішого узагальнення первинної інформації про досліджуваний соціальний об'єкт шляхом безпосереднього сприйняття і прямої реєстрації фактів, що стосуються досліджуваного об'єкта. Спостереження характеризується цілим рядом ознак. По-перше, воно повинне бути спрямоване на соціально важливі області, тобто на ті обставини, події і факти, що є істотними для розвитку особистості, колективу, і в цьому воно повинне відповідати соціальному замовленню з боку суспільства. По-друге, спостереження варто проводити цілеспрямовано, організовано і систематизовано.

З метою проведення вірогідних та методично правильних досліджень необхідно проводити спеціальну підготовку. Одним із напрямом такої роботи є вивчення основних процесів у суспільстві. Суспільствознавство – це комплексне вивчення багатьох галузей суспільних наук та гуманітарних наук, включаючи історію, географію та політологію. Цей термін вперше було введено американськими освітянами на межі ХХ століття як загальноприйнята для цих предметів, а також інших, які не вписувались у традиційні моделі нижчої освіти в США, такі як філософія та психологія. [1]

Під соціальними дослідженнями розуміють такі, у яких тематика стосується організації та розвитку людського суспільства та людини як члена соціальних груп. Зважаючи на реалії життя, навчальні потреби суспільства можна було задовольнити лише відвідуючи «людські» сучасні соціальні аспекти, а не його минуле. На практиці "зміст" соціальних досліджень буде виведений із всього людського досвіду та навмисно не було прив'язане до якоїсь конкретної області змісту [33, с.215].

Соціальні дослідження відрізняються від інших досліджень соціальним змістом. Основним аспектом сучасної освіти є «соціальна ефективність», і навчання з усіх предметів, що має сприяти досягненню мети, соціальні дослідження надають особливі можливості для навчання особистості як члена суспільства. Суспільство може трактуватися так, що воно включає людський рід. Соціальні дослідження повинні виховувати почуття приналежності до "світової спільноти" з усіма симпатіями та почуттям справедливості, що стосується різних сфер людського суспільства.

Соціальні дослідження визначаються Національною радою соціальних досліджень як «інтегроване вивчення соціальних та гуманітарних наук з метою сприяння громадянській компетентності». Загальносоціальні дослідження створюють основу для всіх наступних, конкретніших занять, які навчатимуться студентам з історії, громадянського життя тощо. Зазвичай учні беруть загальносоціальні дослідження в початковій школі, потім переходять до більш конкретних областей навчання в середній школі, а ще більш поглиблених предметів у середній школі та коледжі [30, с.114 - 117].

Дослідження громадянського суспільства включає історію урядів, основні принципи та типи урядів, а також сучасний стан як української держави, так і урядів у всьому світі. Часто громадянське суспільство включається до інших класів соціальних досліджень, таких як історія України, всесвітня історія та поточні події. Поточні події – галузь соціальних досліджень, яка вивчає сучасний світ. Цей предмет аналізує широке коло актуальних соціальних, етичних, політичних, правових, освітніх та екологічних питань.

Дослідження – це логічний та систематичний пошук нової та корисної інформації з певної теми. Дослідження важливі як у науковій, так і в ненауковій галузі. У нашому житті щодня виникають нові проблеми, події, явища та процеси. Практично потрібні реалізовані рішення та пропозиції для розв'язання нових проблем. Вченим доводиться проводити дослідження на них та знаходити їх причини, рішення, пояснення та застосування [28, с. 20-23].

Дослідження широко класифікується на два основні класи:

1. Фундаментальні дослідження
2. Прикладні дослідження.

Основні та прикладні дослідники, як правило, бувають двох видів: звичайні дослідження та революційні дослідження. У будь-якій конкретній галузі звичайні дослідження проводяться відповідно до набору правил, концепцій та процедур, званих парадигмою, що прийнято вченими, які працюють у цій галузі. Крім того, базові та прикладні дослідження можуть бути кількісними або якісними або навіть обома (змішані дослідження).

1. Фундаментальні або базові дослідження:

Базове дослідження – це дослідження основних принципів та причин виникнення певної події, процесу чи явища. Його ще називають теоретичним дослідженням. Вивчення або дослідження деяких природних явищ чи стосунків до чистої науки називають базовими дослідженнями. Основні дослідження іноді можуть не призвести до негайного використання або застосування. Воно може не стосуватися розв'язання практичних проблем, що представляють безпосередній інтерес. Але він оригінальний або базовий за характером. Це забезпечує систематичне та глибоке розуміння проблеми та полегшує отримання наукових й логічних пояснень та висновків щодо неї. Це допомагає будувати нові межі знань. Результати фундаментальних досліджень складають основу для багатьох прикладних досліджень.

- 1) Основні дослідження
 - 2) Дослідження узагальнень
 - 3) Націлене на основні процеси
 - 4) Спроби пояснити, чому все відбувається
 - 5) Намагається отримати всі факти
 - 6) Доповіді технічною мовою теми.
2. Прикладні дослідження:

У прикладному дослідженні вирішуються певні проблеми, використовуючи добре відомі та прийняті теорії та принципи. Більшість

експериментальних досліджень, тематичних досліджень та міждисциплінарних досліджень по суті є прикладними дослідженнями. Прикладні дослідження корисні для базових досліджень. Дослідження, результат якого має негайне застосування, також називають прикладним дослідженням. Таке дослідження є практичним для поточної діяльності [25, с.131].

- 1) Прикладні дослідження
- 2) Дослідження окремих чи конкретних випадків без узагальнення
- 3) Націлене на будь-яку зміну, яка робить бажану різницю
- 4) Намагається сказати, як все можна змінити
- 5) Намагається виправити факти, які є проблематичними
- 6) Звіти загальною мовою

Базові та прикладні дослідження, далі поділяються на три типи досліджень, що мають такі характеристики:

1) Кількісне дослідження. Воно чисельне, не описове, використовує статистику чи математику та використовує числа. Це ітераційний процес, за допомогою якого оцінюються записи. Результати часто представлені в таблицях та графіках. Воно досліджує, як, де і коли приймати рішення.

2) Якісне дослідження. Воно нечислове, описове, ґрунтується на міркуванні та словах. Його мета – отримати сенс, відчуття та описати ситуацію. Якісні дані неможливо зрозуміти, дослідницьке. Досліджує, чому і як приймається рішення.

3) Змішані дослідження. Змішане дослідження – дослідження, яке передбачає змішування кількісних та якісних методів чи характеристик парадигми. Природа даних – це суміш змінних, слів і образів.

4) Розвідувальні дослідження. Таке дослідження може включати пошук літератури або проведення інтерв'ю фокус-груп. Дослідження нових явищ таким чином може допомогти досліднику потребу в кращому розумінні, може перевірити доцільність ширшого дослідження або визначити найкращі методи, які слід використовувати в наступному дослідженні. З цих причин

розвідувальні дослідження мають широку спрямованість і рідко дають остаточні відповіді на конкретні дослідницькі питання. Мета розвідувальних досліджень полягає у визначенні ключових питань та ключових змінних.

5) Описові дослідження. Дескриптивне дослідження спрямоване на вивчення "що", і скільки їх "що". Таким чином, воно спрямоване на відповідь на запитання типу "Що це?" [46].

6) Пояснювальні дослідження. Основна його мета – зрозуміти або пояснити стосунки. Воно використовує кореляції для вивчення взаємозв'язків між вимірами або характеристиками людей, груп, ситуацій чи подій. Пояснювальне дослідження пояснює (як частини явища пов'язані між собою). Пояснювальні дослідження ставлять питання "Чому" [51].

7) Поздовжні дослідження. Дослідження, проведені поздовжньо, передбачають збір даних у декілька моментів часу. Поздовжні дослідження можуть мати форму: Трендне дослідження – вивчає характеристики населення в часі, напр. рівень прогулів організацій протягом року. Когортне дослідження – прослідковує підгрупу з часом, наприклад, ставки прогулів у відділі продажу та ін.

1.2. Структура наукового дослідження в соціальній роботі

Аналіз наукової літератури показує, що відповідна традиція наукового розуміння соціальної роботи полягала у вивченні її ролі в суспільстві та визначенні значення таких явищ, як благодійна, психологічна, соціальна та інші види допомоги. Одночасно Г. Бернер та Л. Юнсон зазначає, що таке розуміння соціальної роботи не є достатньо чітким і часто сприймається лише як підхід до організації психосоціальної роботи. Вони розглядають соціальну роботу як форму діяльності, спрямовану на досягнення індивідуальних чи соціальних змін [5, с. 40]. Відповідно, ця мета спонукає науковців проводити дослідження, які мають специфічну структуру та критерії її проведення.

Таким чином, аналізуючи зміст наукових праць, основну увагу слід звернути на такі аспекти:

- 1) встановлення ступеня достовірності актуальності дослідження;
- 2) визначення рівня наукових досліджень (теоретичного / практичного), виявлення ступеня відповідності змісту роботи заявленої спеціальності, сформульованої мети та завдання;
- 3) з'ясувати інструменти дослідження, методи дослідження, якими користуються автори роботи;
- 4) визначення рівня обґрунтованості висновків та рекомендацій щодо вирішення конкретної проблеми;
- 5) аналіз якості оформлення наукових праць.

Актуальність роботи незаперечна, оскільки всі вони стосуються соціальних проблем, які нагальні для нашої країни та світу в цілому. Зокрема, можна проводити такі роботи, як: «Розвиток інклюзивної освіти в Україні», «Дослідження готовності людей середнього віку до власної безпечної старості», «Соціально-педагогічна діяльність щодо запобігання жорстокому поводженню в середовищі зловживань підлітків», «Модернізація системи надання соціальних послуг в Україні на сучасному етапі», «Актуальні аспекти інтеграції внутрішньо переміщених осіб в умовах нових територіальних громади», «Суїцидальна поведінка студентської молоді», «Толерантність як принцип діяльності соціальних працівників у реаліях сучасності», «Соціально-педагогічна профілактика ігрової комп'ютерної залежності у підлітків», «Конфлікти в сучасній українській родині: соціопсихологічний аналіз» тощо [8].

Узагальнення експертних оцінок дозволило виявити низку поширених помилок та зауважень щодо оформлення наукових праць, які можуть бути допущені в дослідженнях соціальних досліджень:

- 1) окремі твори не вказують на соціальну значимість теми, вирішення якої важливе для суспільства;
- 2) в деяких роботах об'єкт, предмет, дослідницьке завдання, наукова новизна та практична спрямованість результатів не визначені (або

неправильно визначені), не вказано, якими методами користувалися дослідники;

3) перелічені методи дослідження без короткого та змістовного розкриття того, що саме (для цілей дослідження) було досліджено тим чи іншим методом; не всі заявлені методи дослідження відображені в тексті роботи;

4) у роботі висувається гіпотеза, але залишається невідомим, доведено чи спростувано;

5) у деяких творах значна частина запозиченого тексту подається без належних посилань;

6) у переліку використаних джерел з обраної проблеми немає нових розробок; в деяких роботах спостерігається помітний дисбаланс щодо літератури з психології, педагогіки, соціології, права, економіки тощо через соціальну роботу;

7) науковий стиль викладу матеріалу не завжди витриманий, є певні стилістичні та орфографічні неточності, помилки в оформленні літератури тощо.

Є чітка структура, щодо проведення дослідження. По-перше, це мета, яка це повинна вирішити, чи слід проводити дослідження з використанням якісного чи кількісного підходу. По-друге, у реальному житті більшість досліджень – це поєднання кількох методів. Хоча вони й відрізняються між собою, філософія, яка лежить в основі їх способу дослідження, значною мірою – широкий підхід до дослідження. Кількісний процес дослідження досить добре структурований, тоді як якісний досить неструктурований, і це їх сильні сторони, а також слабкі сторони [11].

Крім того, є аспекти кількісних досліджень, які якісні за своєю суттю. Це залежить від того, як було зібрано частину інформації та проаналізовано.

Для виконання наукових робіт необхідно вміти чітко і лаконічно обґрунтовувати актуальність обраного дослідження: здійснювати аналіз стану дослідженої проблеми на основі наукових джерел і емпіричних розвідок,

виокремлювати раніше не вивчені питання та обґрунтовувати свій вибір для подальшого дослідження. Для того щоб оцінити рівень наукової роботи, ступінь наукової новизни матеріалів, з'ясувати на вирішення яких завдань спрямовані дослідження, які науково-дослідні методи були використані необхідно здійснити класифікацію аналізованих наукових робіт, відповідно до стратегії, яку автори дослідження повинні обирати час їхньої підготовки. Такими визначено компілятивну, аналітичну, проектну, експериментальну стратегії.

Проблема є першим операційним кроком у процесі дослідження. Щоб сформулювати «хорошу» проблему дослідження. Потрібно знати, як переглянути літературу, сформулювати дослідницьку проблему, розібратися у зміні та способі вимірювання будувати гіпотези. Інформація, яка досліджується, дозволить сформулювати проблему, яку можна дослідити. Ця проблема визначається за напрямками, а відповідно укладаються у розділи: «Перегляд літератури», «Складання дослідницької проблеми», «Визначення методики» та «Побудова гіпотез» [16, с.112].

Усі наукові роботи мають однаковий загальний формат. Вони поділяються на окремі розділи, і кожен розділ містить певний тип інформації. Кількість та заголовки розділів можуть залежати від журналів, але здебільшого зберігається основна структура. Зазвичай наукові праці складаються з таких частин:

- 1) Назва
- 2) Анотація
- 3) Вступ
- 4) Методи
- 5) Результати
- 6) Обговорення
- 7) Подяка
- 8) Цитована література

Оскільки наукові праці організовані таким чином, що читач знає, чого очікувати від кожної частини, і вони можуть швидко знайти конкретний тип інформації. Давайте розглянемо зміст у кожному розділі наукового документу та визначимо, чому кожен розділ може бути корисним.

НАЗВА. Заголовок допоможе визначити, наскільки робота є актуальною для дослідження. Добре написані заголовки дають досить повний опис дослідження, яке проводилось, а іноді навіть передвіщають результати. До опису входить назва досліджуваних видів проведених експериментів та, можливо, коротке зазначення отриманих результатів.

РЕЗЮМЕ. Тези дають повний, але дуже стислий виклад дослідницької роботи. Резюме або анотація містить короткі висловлювання мети, методів, результатів та висновків дослідження. Таким чином, вони можуть бути найбільш читаними частинами наукових праць.

Вступ зазвичай описує теоретичну основу, вказує, чому робота важлива, викладає конкретне дослідницьке запитання та ставить конкретну гіпотезу, яку слід перевірити.

Методи описують як конкретні методи, так і загальну експериментальну стратегію, яку використовують вчені. Як правило, розділ про методи не потрібно вчитувати докладно.

Розділ результатів містить дані, зібрані під час експерименту. Розділ результатів – це серце наукової праці. У цьому розділі значна частина важливої інформації може бути у вигляді таблиць або графіків. У розділі дискусій роз'яснюється, що автори інтерпретують свої дані та як вони пов'язують їх з іншими роботами [23, с.70-81].

Автори часто використовують дискусію, щоб описати, що пропонує їхня робота та як вона пов'язана з іншими дослідженнями. У цьому розділі автори можуть передбачити та вирішити будь-які можливі заперечення щодо їхньої роботи. У розділі дискусій також є місце, де автори можуть запропонувати напрямки вдосконалення для майбутніх досліджень.

ВИСНОВКИ. У цьому розділі розповідається, про досягнення дослідницької роботи.

ЛІТЕРАТУРА. У цьому розділі наведено джерела, цитовані у всій науковій роботі. Цей розділ пропонує інформацію про цілий ряд інших цитованих досліджень: Чи автор цитує лише свої попередні дослідження? Чи впливають на цю роботу і класичні, і сучасні джерела? Чи дивиться автор на роботи вчених з інших дисциплін? Розділ з цитованою літературою також корисний для формування списку ознайомлення з досліджуваною темою.

Отже, соціальне дослідження покликане на вивчення та детальний аналіз соціальних процесів у межах структури наукового дослідження. Так, англійські учені розуміють соціальну роботу як організацію особистої служби допомоги людям, а американські учені дають їй наступне визначення: «Соціальна робота – це професія працівників, що займаються стосунками між людьми і їх оточенням, котрі впливають на здатність людей виконувати життєві функції, реалізовувати прагнення і цінності, знімати дискомфорт і стреси» [38, с. 5]. Аналогічне розуміння ролі соціальної роботи в суспільстві спостерігається у формулюванні, запропонованому.

Автори наукових робіт, які дотримуються компілятивної стратегії, реферативно викладають певні ідеї інших науковців, які, на їхню думку, становлять нові теоретичні знання. Проектна стратегія передбачає, що автор наукової роботи може розробляти певні моделі практичної діяльності, пропозиції, рекомендації. Соціальне дослідження базується на логіці та емпіричних спостереженнях. Чарльз Ч. Рагін пише у своїй книзі «Конструювання соціальних досліджень», що «Соціальні дослідження включали взаємодію між ідеями та доказами. Ідеї допомагають соціальним дослідникам осмислити докази, а дослідники використовують докази для розширення, перегляду та перевірки ідей». Таким чином, соціальні дослідження намагаються створити або затвердити теорії шляхом збору та аналізу даних, а його метою є дослідження, опис, пояснення та прогнозування. Воно ніколи не може поєднуватися з філософією чи вірою. Соціальне

дослідження має на меті знайти соціальні закономірності у суспільному житті і зазвичай стосується соціальних груп (сукупностей індивідів), а не самих індивідів (хоча наука психологія тут є винятком). Дослідження також можна розділити на чисті дослідження та прикладні дослідження. Чисті дослідження не змінюють реального життя, тоді як прикладні дослідження намагаються впливати на реальний світ.

У суспільній науці немає законів, які б були паралельні законам у природознавстві. Закон у суспільствознавстві – це універсальне узагальнення щодо класу фактів. Факт – явище, що спостерігається, і спостереження означає, що дослідник його побачив, почув чи іншим чином пережив. Теорія – це систематичне пояснення спостережень, які стосуються певного аспекту соціального життя. Поняття є основними складовими теорії і є абстрактними елементами, що представляють класи явищ. Аксиоми або постулати – це основні твердження, які вважаються істинними. Пропозиції – це висновки про взаємозв'язки між поняттями, засновані на аналізі аксіом. Гіпотези – це конкретні очікування щодо емпіричної реальності, що випливає з пропозицій. Соціальне дослідження передбачає перевірку цих гіпотез, щоб перевірити, чи вони правдиві.

Соціальне дослідження передбачає створення теорії, операціоналізацію (вимірювання змінних) та спостереження (фактичний збір даних для перевірки гіпотезованої залежності). Соціальні теорії написані мовою змінних, іншими словами, теорії описують логічні зв'язки між змінними. Змінні – це логічні набори атрибутів, причому люди є «носіями» цих змінних (наприклад, стать може бути змінною з двома ознаками: чоловічий і жіночий). Змінні також поділяються на незалежні змінні (дані), які впливають на залежні змінні (що вчені намагаються пояснити). Дослідники порівнюють різні значення залежної змінної (вираженість симптомів) та спробують зробити висновки.

1.3. Система методів наукового соціального дослідження

Для проведення наукового соціального дослідження необхідно обрати план роботи визначити структуру, а головне підібрати технологію та методологію дослідження, що стане основним підходом у доведенні результатів експерименту [6, с.185]. Методологічні підходи відіграють найбільш важливу роль, оскільки їх підбір є визначальним у доведенні результатів роботи.

Соціальна наука – галузь, присвячена вивченню людських суспільств та взаємовідносин між індивідами в межах цих суспільств. Термін раніше використовувався для позначення галузі соціології, оригінальної «науки про суспільство», створеної в 19 столітті. Проте вона наразі охоплює широкий спектр наукових дисциплін, включаючи антропологію, археологію, економіку, географію людини, лінгвістику, науку про управління, медіазнавства, музикознавство, політологію, психологію, дослідження добробуту та сестринських досліджень [1] та соціальну історію.

Позитивістські дослідники використовують методи, що нагадують природничі науки як інструменти для розуміння суспільства, і тому визначають науку в її суворішому сучасному розумінні. Інтерпретивістські дослідники можуть, навпаки, використовувати соціальну критику чи символічну інтерпретацію, а не будувати теоретично фальсифіковані теорії, і таким чином ставитися до науки в її більш широкому розумінні. У сучасній академічній практиці дослідники часто еkleктичні, використовуючи численні методології (наприклад, поєднуючи як кількісні, так і якісні дослідження). Термін «соціальне дослідження» також набув певної самостійності, оскільки практичні діячі різних дисциплін поділяють його цілі та методи.

Попри актуальність та практичну значущість, окремі експериментальні роботи характеризуються обмеженістю емпіричної дослідницької бази, відсутністю документального оформлення методики проведення дослідження, використанням застарілих статистичних даних тощо.

Отже, теоретичні знання, що є методологією дослідження, організовані навколо оперативних кроків, які формують цей дослідницький процес як для кількісних, так і для якісного дослідження. Вся інформація, необхідна для здійснення певного кроку, під час власне дослідження, надається в одному місці. Необхідна інформація організована в розділи, і кожен розділ присвячений конкретному аспекту цього кроку [38].

Однак, узагальненого розуміння її сутності та значення не існує. В Україні спробу методологічного обґрунтування соціального дослідження здійснив один з основоположників української школи соціальної роботи І. Мигович, який наголошує, що визначення соціальної роботи має базуватись на таких стрижневих поняттях, як «соціальне» та «соціалізація» [40].

Узагальнюючи вище викладене, зазначимо, що сьогодні соціальне дослідження розглядається державою, різними групами громадськості, вченими як об'єктивно необхідне суспільне явище. Вагомий внесок у розробку теорії соціального дослідження внесли як західні зарубіжні вчені (Г. Бернер [7], К. Уеллс, Л. Юнссон [7] та ін.), так і російські й вітчизняні дослідники (В. Андрущенко [3], В. Бех [6] та ін.). Так представники однієї групи науковців (І. Зверєва, Л. Коваль [18] та ін.) вважають, що метою соціального дослідження є оптимізація обставин здійснення суб'єктивної ролі людини в усіх сферах її діяльності.

Серед позитивістських теорій, які показують, що підхід до практики соціальних досліджень може працювати в конкретних випадках, автори виділяють такі основні теорії:

- 1) теорія індивідуальних соціальних досліджень;
- 2) теорія групових соціальних досліджень;
- 3) теорія соціальної роботи;
- 4) теорія соціального управління та планування соціальних досліджень [60].

Орієнтуючись на постмодерністські підходи до вивчення теорій соціальної роботи, М. Пейн вважає, що всі вони можуть бути включені до парадигми на основі трьох типів поглядів [27]:

1. Рефлексивно-теоретичний.
3. Індивідуаліст-реформатор.

Методологічний аналіз наукового процесу дозволяє виділити три типи методів дослідження. По-перше, існують методи, властиві людському пізнанню в цілому, на базі яких будується як наукове, так і повсякденне знання. По-друге, виділяють методи, характерні тільки для наукового пізнання і використовуються будь-якою наукою (загальнонаукові методи дослідження). По-третє, існують особливі методи, характерні тільки для наукового пізнання і використовуються конкретною наукою.

До логічних методів пізнання відносяться такі методи, як аналіз, синтез, абстрагування, узагальнення, індукція, дедукція, аналогія, моделювання [25]. Можна виділити кілька видів аналізу як наукового методу.

Слід зазначити, що такий поширений науковий спосіб, як класифікація, тобто поділ за певними критеріями класів (множин) об'єктів на підкласи (підмножини), є видом аналізу. Синтез – уявне або реальне з'єднання раніше виділених частин (сторін, ознак, властивостей або відносин) предмета або об'єкта в єдине ціле [33].

Абстрагування – особливий спосіб, який полягає у відверненні від ряду властивостей і відносин досліджуваного об'єкта або явища з одночасним виділенням цікавлять дослідника властивостей і відносин. Абстрактні поняття мають величезне значення в науці, вони дозволяють вивчити об'єкт на рівні його внутрішніх істотних властивостей і відносин. Вид абстрагування, при якому подумки вносяться певні зміни в досліджуваний об'єкт відповідно до цілей наукового дослідження, називається ідеалізацією. При ідеалізації подумки конструюються об'єкти, процеси або явища, які не існують насправді, але для яких є прообрази в реальному світі. Наприклад, у фізиці існують такі поняття, як «матеріальна точка» - об'єкт, позбавлений розмірів, або

«абсолютно чорне тіло» - об'єкт, який тільки поглинає і не пропускає енергії. Ідеалізація дозволяє формулювати закони, будувати абстрактні схеми реальних процесів, вона часто використовується в моделюванні.

Узагальнення – спосіб мислення, в результаті якого встановлюються загальні властивості та ознаки об'єктів. Операція узагальнення здійснюється як перехід від приватного або менш загального поняття і судження до більш загального поняття або судження. Заведено розрізняти два види спільного. Перший вид це абстрактно-загальне як результат встановлення зовнішньої схожості, простий однаковості у ряду одиничних явищ, предметів. Другий вид це конкретно-загальне як результат встановлення внутрішньої, суттєвої, що повторюється у групі подібних явищ основи [39].

Індукція – процес виведення загального положення з ряду приватних тверджень, з одиничних фактів. Індукція сприяє розшифровці прихованого сенсу явищ, що спостерігаються, вона як би наводить людську думку на відкриття загальних закономірностей.

Дедукція – метод про об'єкти або явища. Даний метод успішно застосовується в наукових дослідженнях як найважливіший засіб діагностики та прогнозування. Вона може застосовуватися, наприклад, в демографії при проведенні перспективних розрахунків населення. Інший вид – екстраполяції — це поширення вибіркового даних на іншу частину сукупності, піддану спостереженню (екстраполяція в просторі). Моделювання – вивчення об'єкта (оригіналу) шляхом створення та дослідження його копії (моделі), замісного оригіналу з певних сторін, що цікавлять дослідника.

Крім загально логічних методів пізнання існує друга група методів – загальнонаукові методи дослідження. Ці методи можна розділити на дві основні групи: методи емпіричного дослідження і методи теоретичного дослідження. Емпіричні методи пов'язані з тими способами, які є змістом практики або безпосереднім її результатом. А зміст теоретичних методів пов'язано з переважанням розумової діяльності, тобто з осмисленням емпіричного матеріалу і його перероблюванням. Якщо на емпіричному рівні

пізнання спостерігаються явища, збираються та узагальнюються факти, то на теоретичному рівні розкривається внутрішня структура і закономірності розвитку цих явищ, їх взаємодія та обумовленість.

До загальнонаукових методів емпіричного дослідження відносяться спостереження, опис, вимірювання, експеримент. Спостереження – цілеспрямоване вивчення предметів і явищ, в ході якого дослідник отримує знання про зовнішні сторони, властивості та відносини об'єкта.

Одна з важливих умов наукового спостереження полягає в тому, що зібрані дані не носять суб'єктивного характеру і при тих же умовах можуть бути отримані іншим дослідником.

Опис – метод, пов'язаний з закріпленням і передачею результатів спостереження за допомогою певних знакових засобів. За допомогою опису вихідна інформація перекладається на мову знаків, схем, малюнків, графіків і цифр, беручи тим самим форму, зручну для подальшої обробки. Опис підрозділяється на якісний і кількісний. В останньому випадку опис здійснюється із застосуванням мови математики та передбачає проведення різних вимірювальних процедур. Як справедливо зазначив Д. М. Кейнс, чим повніше знання законів, керівник господарськими явищами, тим точніше будуть опис і класифікація останніх [2].

Вимірювання – процес визначення ставлення однієї вимірюваної величини, що характеризує досліджуваний об'єкт, до іншої однорідної величини, прийнятої за одиницю. Створена на основі тих чи інших емпіричних і теоретичних концепцій, що дозволяє піти від суб'єктивізму, присутнього при повсякденному спостереженні, істотно підвищити точність результатів. Класифікувати вимірювання можна за різними ознаками (за методами, умовами проведення).

Експеримент – активний цілеспрямований метод вивчення явищ в точно фіксованих умовах їх протікання, які можуть відтворюватися і контролюватися самим дослідником. Експеримент має перед ряд переваг: Таким чином, є різні методи дослідження соціальних наукових робіт, що

використовується задля встановленн істини як у наукових, так і в соціоальних дослідженнях.

Для нашого наукового дослідження основним аспектом є використання Інтернет-сервісів для вивчення соціальної сфери з різних проблем. Важливим у таких дослідженнях є тематика, адже науковці часто спираються на соціальні мережі, тому вони визначають часто тематику на основі популярних тем для користувачів соціальних мереж. Тематичні дослідження, як правило, є різними за обсягом. Дослідник іноді використовує заходи самовітності для отримання кількісно оцінюваних даних з цього питання. Комплексне тематичне дослідження, включаючи тривале спостереження, може тривати місяці чи роки.

З позитивного боку, тематичні дослідження отримують корисну інформацію про осіб та малі групи. З негативної сторони вони, як правило, стосуються лише осіб, що мають схожі характеристики, а не до загальної сукупності. Висока ймовірність упередженості дослідника, що впливає на відповіді суб'єктів, обмежує узагальненість цього методу.

Дослідження опитування передбачає вивчення чи адміністрування анкет чи онлайн-опитувань великої кількості людей. Дослідник аналізує дані, отримані в результаті опитувань, щоб дізнатися про схожість, відмінності та тенденції. Потім він або вона робить прогнози щодо населення, яке вивчається.

Як і у більшості методів дослідження, опитування приносить як переваги, так і недоліки. До переваг можна віднести отримання інформації від великої кількості респондентів, проведення особистих інтерв'ю у зручній для респондентів час та отримання даних максимально недорого. Опитування «електронною поштою» мають додаткову перевагу в забезпеченні анонімності і тим самим спонукають респондентів правдиво відповідати на питання.

Недоліками дослідження опитування віч-на-віч включають ухил волонтерів, упередженість інтерв'ю та спотворення інформації. Добровольчі упередження виникають, коли вибірка добровольців не є репрезентативною для загальної сукупності. Суб'єкти, які готові говорити на певні теми, можуть

відповідати на опитування інакше, ніж ті, хто не бажає говорити. Упередженість інтерв'юера виникає тоді, коли очікування інтерв'юера або незначні жести (наприклад, нахмурене чи посміхнене) ненавмисно впливають на відповідь суб'єкта так чи інакше. Спотворення виникає, коли суб'єкт не відповідає на питання чесно.

Оскільки спотворення може бути серйозним обмеженням обстежень, спостережливі дослідження включають безпосередньо спостереження за реакціями суб'єктів, або в лабораторії (лабораторним спостереженням), або в природних умовах (натуралістичним спостереженням). Спостережні дослідження зменшують ймовірність того, що суб'єкти не дадуть абсолютно чесних висловлювань про досвід, не сприйматимуть дослідження серйозно.

Спостереження мають обмеження. Тематичні упередження є загальними, оскільки суб'єкти, що займаються волонтерською діяльністю, не можуть бути представниками широкої громадськості. Особи, які погоджуються на спостереження та моніторинг, можуть функціонувати інакше, ніж ті, хто цього не робить. Вони також можуть функціонувати інакше в лабораторних умовах, ніж в інших умовах.

Дослідник також може проводити кореляційні дослідження. Кореляція – це зв'язок між двома змінними (або «чинниками, які змінюються»). Ці фактори можуть бути характеристиками, ставленням, поведінкою чи подіями. Кореляційне дослідження намагається встановити, чи існує взаємозв'язок між двома змінними та ступінь цього взаємозв'язку.

Соціальний дослідник може використовувати тематичні дослідження, опитування, інтерв'ю та спостережні дослідження для виявлення взаємозв'язків. Кореляції є або позитивними (до +1,0), негативними (до -1,0), або відсутні (0,0). У позитивній кореляції значення змінних разом збільшуються або зменшуються («спів-змінюються»). При негативній кореляції одна змінна зростає, коли інша зменшується. У неіснуючій кореляції між змінними не існує взаємозв'язку.

Люди зазвичай плутають кореляцію з причинною. Кореляційні дані не вказують на причинно-наслідкові зв'язки. Коли існує кореляція, зміни у величині однієї змінної відображають зміни значення іншої. Кореляція не означає, що одна змінна викликає іншу, лише те, що обидві змінні якимось чином відносяться одна до одної. Щоб вивчити вплив змінних на один одного, слідчий повинен провести експеримент.

Експериментальні дослідження намагаються визначити, як і чому щось відбувається. Експериментальні дослідження перевіряють спосіб, коли незалежна змінна (фактор, яким вчений маніпулює) впливає на залежну змінну (фактор, який спостерігає вчений) [25].

Ряд факторів може впливати на результат будь-якого типу експериментальних досліджень. Один – це пошук випадкових зразків та репрезентативних для досліджуваної сукупності. Іншим є упередженість експериментаторів, коли очікування дослідника щодо того, що має чи не повинно статися в дослідженні, коливається на результати. Ще іншим є контроль сторонніх змінних, таких як температура в приміщенні або рівень шуму, які можуть перешкоджати результатам експерименту. Тільки коли експериментатор ретельно контролює сторонні змінні, він може зробити обґрунтовані висновки про вплив конкретних змінних на інші змінні.

Норми, традиції, цінності, звичаї, ставлення, звичаї вимагають знань інших суспільств та культур. Науковці можуть проводити міжкультурні дослідження або дослідження, розроблені з метою виявлення варіацій у різних груп людей. Більшість міжкультурних досліджень включає опитування, безпосереднє спостереження та методи спостереження учасників.

Спостереження учасників вимагає, щоб «спостерігач» став членом спільноти його суб'єктів. Перевагою цього методу дослідження є можливість, яку він надає для вивчення того, що насправді відбувається в межах громади, а потім врахування цієї інформації в політичній, економічній, соціальній та релігійній системах цієї громади. Крос-культурні дослідження показують, що західні культурні стандарти не обов'язково застосовуються до інших

суспільств. Що може бути «нормальним» або прийнятним для однієї групи, може бути «ненормальним» або неприйнятним для іншої.

Деякі науковці проводять дослідження, використовуючи дані, які вже зібрані іншими дослідниками. Використання загальнодоступної інформації, зокрема із використанням Інтернет-ресурсів відоме як вторинний аналіз і найчастіше зустрічається в ситуаціях, коли збір нових даних недоцільний або зайвий. Науковці можуть отримати статистичні дані для аналізу від підприємств, академічних установ та державних установ, щоб назвати лише деякі джерела. Або вони можуть використовувати історичну чи бібліотечну інформацію для створення своїх гіпотез.

Дослідники поділяються на табори підтримки конкретних методів дослідження. Ці суперечки стосуються історичного ядра соціальної теорії (позитивізм та антипозитивізм; структура та агентство). Хоча якісний і кількісний підходи дуже різняться в багатьох аспектах, передбачають систематичну взаємодію між теорією та даними [3]. Вибір методу часто багато в чому залежить від того, що дослідник має намір дослідити. Наприклад, дослідник, який займається проведенням статистичного узагальнення для всієї сукупності, може ввести опитувальник для репрезентативної вибіркової сукупності. Навпаки, дослідник, який прагне до повного контекстуального розуміння соціальних дій окремих людей, може вибрати етнографічне спостереження учасника або інтерв'ю відкритого типу. Дослідження зазвичай поєднують або триангулюють кількісні та якісні методи як частину багатостратегічного концепту.

Таким чином, різні методи використовуються для проведення наукового соціального дослідження. Важливо для нашої роботи є те, що ми будемо спиратися на Інтернет-сервіси, які сприятимуть ефективнішому вивченню глобальних соціальних проблем.

Висновки до 1 розділу

Нами були вивчені основні підходи щодо методології проведення наукових соціальних досліджень. Зокрема, ми визначали структуру та методи проведення дослідження.

Структура наукового дослідження спирається на визначення гіпотези та подальших аргументів, які доведуть гіпотезу. Також ми обґрунтували розділи, які структурують таке доведення. Ключовим у структурі дослідження є завдання, на які орієнтується дослідження.

Ми визначили методи соціального дослідження для ефективності результатів та достеменного аналізу показників, що будуть якісними та кількісними параметрами у проведенні дослідження.

РОЗДІЛ 2.

ВИКОРИСТАННЯ МЕРЕЖІ ІНТЕРНЕТ У НАУКОВИХ ДОСЛІДЖЕННЯХ

2.1. Соціальні дослідження з використанням мережі Інтернет

Методика соціального дослідження спирається на основні положення та структуру наукового дослідження. Вибір методу збору даних за допомогою шкал позицій, встановлення вірогідності та надійності інструменту дослідження. У кожному аспекті на кожному кроці передбачено застосування ряду методів, моделей, способів та процедур як кількісних, так і якісних досліджень, щоб формувати свою базу знань у дослідженнях методології, а також для того, щоб допомогти вибрати найбільш відповідний час здійснення власних досліджень.

Закінчивши підготовчу роботу, наступні кроки мають більш практичний характер, якість яких повністю залежить від рівня обґрунтованості методології, яка обирається щодо досліджень. Важлива роль у дослідженнях, особливо із використанням Інтернет-джерел, їх застосування, відбувається головним чином після збору даних. Статистика корисна для підтвердження або суперечливих висновків, зроблених з простого перегляду проаналізованих даних, забезпечуючи вказівку на величину зв'язку між двома або кількома змінними, вивчається, допомагаючи встановити причинно-наслідкові зв'язки та встановити рівень вірогідності, який може бути розміщений у висновках. Застосування Інтернет-технологій полягає в основному в аналізі даних, обчисленні статистики, обробці текстів та графічному представленні даних.

Попри потенційну актуальність для вивчення соціальної динаміки, артикуляція та використання Інтернет-ресурсів залишаються у межах науки. Ці зв'язки можуть бути важкими для встановлення навіть для дослідників, які працюють в соціальній складності з досвідом суспільної науки, через теоретичне та концептуальне розмаїття та фрагментарність традиційної суспільної науки.

Дослідники стверджують, що Інтернет – безмежне середовище доступу до об'єктів дослідження [1]. Він привертає можливість доступу до великої кількості респондентів в найкоротші терміни та з мінімальними грошовими витратами. Процес та методологія онлайн соціальних дослідень сприяють збільшенню таких досліджень. Сьогодні виникають нові види online-технік. Перш за все, це викликано бурхливим розвитком електронної комерції, створенням роздрібними торговими фірмами Web-вузлів.

Протягом останніх років вони повсюдно проводяться в закордонній частині Мережі [2]. Техніка і методика проведення цих досліджень постійно вдосконалюються, а програмне забезпечення для збору даних – ускладнюється. Сучасні дослідники в порівнянні з початком 90-х років не настільки обмежені недоліками комп'ютерних технологій і можуть сконцентрувати увагу на найбільш значних функціях: дослідному проектуванні та аналізі результатів. Як свідчить закордонний досвід. Наразі в технології online-опитувань практично досягнуто максимальну відповідність між дослідницькими цілями, програмним забезпеченням і бюджетом [54].

Один з головних мотивів прилучення до світу Інтернету у звичайної людини – доступ до найрізноманітнішої інформації. Це дало можливість дослідникам звернутися до великої кількості людей з різними інтересами, витрачаючи при цьому мінімум часу і грошей, і оперативно досліджувати швидкоплинні проблеми та питання сенситивного характеру. Існує сім найбільш широко використовуваних телекомунікаційних технологій для онлайн-досліджень у зарубіжній практиці:

- 1) розсилка анкет електронною поштою (E-mail);
- 2) розміщення текстових анкет у групах новин;
- 3) Інтернет-форуми, телеконференції (дошки оголошень);
- 4) веб-сторінка (HTML-анкета);
- 5) стандартна веб-анкета;
- 6) Анкета самозавантаження; онлайн-фокус-групи.

Найдавніші опитування проводилися електронною поштою [15]. Технологія дослідження мало відрізняється від традиційних опитувань пером та папером. Анкети у формі текстів надсилаються респондентам у електронних листах. Тривалість анкети має бути обмежена приблизно 20-25 запитаннями. Списки електронних листів (анкети) використовуються по-різному для надсилання електронних листів. Для підвищення рівня збору анкет, які починають надходити, починаючи з дня надсилання повідомлень протягом трьох днів, можна повторно надіслати письмові нагадування [52]. Основною перевагою опитувань електронної пошти є надзвичайна простота, дешевизна та висока швидкість збору даних [7]. Дослідник, який не має спеціалізованого комп'ютерного навчання, може надіслати підготовлену ним анкету та проаналізувати отримані дані.

Раніше опитування електронної пошти проводилися за допомогою бази даних електронних адрес спеціалізованих журналів. Наприклад, в одному з великих онлайн-опитувань, замовлених Henley Center у Великобританії в 1995 році, списки електронної пошти були отримані з Інтернету і включили як підписників журналу, так і інших осіб, які цього року спілкувались з журналом [5]. Серед методів залучення респондентів – звичайна пошта і телефон. Але все ж e-mail-опитування ідеально підходять для локальних online-досліджень: в межах конкретної установи з закритим колом учасників; в країнах, які мають неповну інфраструктуру Інтернету [8].

Соціальне дослідження в онлайн-варіанті є зручним та ефективним у використанні, тому сучасні дослідники використовують онлайн-платформи для встановлення фактів унаслідок дослідження соціальних процесів. Так, науковці визначають найбільш актуальні проблеми для соціуму у визначений час. Для визначення таких проблем сьогодні зручними та найбільш підходящими є соціальні мережі, адже вони наповнені інформацією, яка є актуальною для підписників. Ця інформація постійно оновлюється відповідно до інтересів учасників соціальних мереж. Для дослідників просто визначити, яка тематика, для якого віку та в якому регіоні є найбільш затребуваною.

Дослідники вивчають, аналізують та визначають пріоритети у своїй науковій роботі відповідно до контенту, яким наповнено соціальні мережі. Якщо у них виникає потреба у дослідженні окремих аспектів соціальних процесів, вони можуть проводити спеціальне опитування.

Сучасних користувачів Інтернету прості опитування електронної пошти мало цікавлять [43]. Для того, щоб виявити бажані методи онлайн-дослідження, респонденти розміщували опитування електронної пошти останніми перед участю у наступному опитуванні. Нові групи також використовуються для розміщення текстів анкети. Ці групи створені для обговорення конкретних тем та мобілізації широкої аудиторії [25]. У кожній групі є свій список учасників, який може бути використаний для складання списку відбору. Анкета надсилається СМС на сайт нової групи. Респонденти опитуються в Інтернеті чи офлайн. Щоб залучити нових відвідувачів до опитування, необхідно регулярно (приблизно раз на тиждень) поновлювати анкету.

Перш ніж надсилати основні анкети, вибрані учасники фокус-групи опитуються, щоб виявити їх основні характеристики. Ці дані, які дослідник отримує заздалегідь, можуть бути використані як основа для вибірки. Роблячи це, будь-який респондент може відмовитись від участі в опитуванні, якщо помітив ознаки контролю над своєю «віртуальною поведінкою».

Дослідник також може змінювати кількість та зміст анкетування відповідно до потреб. Респонденти можуть бути ініціаторами у створенні та визначенні змісту анкетування. Також вони можуть оцінювати власне процес опитування, якщо у цьому є потреба у науковця. Опитування в newgroups рідко бувають бездоганними, хоча неминучість їх проведення викликана вагомими причинами – існують цільові групи, важко досяжні для дослідження в реальності [11]. Істотний недолік подібних досліджень – немає можливості відстежувати відвідувачів, які читали запитальник, але не заповнили його [24].

Але така група людей достовірніше повідомляє про проблеми, що у них виникають шляхом Інтернет-опитування, адже вони особисто можуть опрацювати інформацію, і якщо їм щось не зрозуміло, то можуть з'ясувати через пошуковик питання, які їм поставлені. Вони додатково оцінюють поставлені до них питання, глибше аналізують та відповідно, детальніше відповідають на запитання. Дослідникам значно краще аналізувати показники таких онлайн-опитувань. З-поміж різних питань вони формують опитувальник, який зручний в онлайн-опитуваннях та розкриває суть означеної для них проблеми. Науковці визначають, що буде цікавим для представників різних груп, що буде для них привабливим і спонукатиме їх до співпраці. Таким чином, вони створюють запитання привабливими для представників соціальних груп, яких вони вивчають. Респондент при перегляді запитань онлайн зацікавлюються та ідуть на співпрацю з дослідниками і це є головною перевагою в онлайн-опитуванні, на відміну від звичайного анкетування. Отже, така форма вивчення соціальної проблематики є ефективною для більш достеменних даних, що є цінністю наукового соціально дослідження.

Технологія опитування на інтернет-форумах або телеконференціях порівняно проста і вимагає не багато часу і коштів. Інформація збирається протягом певного періоду часу. Ця технологія хороша, якщо до розслідування залучається команда експертів. Найбільш використовувані відкриті запитання використовують ті, які відповідають на відповіді, які здійснюють самоуправління. Відповіді охоче надавали свої відповіді та коментарі під час телеконференцій. Вони більш повні, ніж у традиційному опитуванні [5].

У такій формі опитування важливо акцентувати увагу на цікавих аспектах контенту. Досліднику необхідно заздалегідь визначити найбільш важливі для учасників телеконференцій проблеми та спонукати до обговорення саме з цієї тематики. Тоді респонденти будуть охоче реагувати та коментувати зміст. Вони будуть висловлювати свої думки щодо теми, яка їх цікавить. Учасники соціального дослідження будуть ініціаторами у створенні

певної громадської думки щодо проблеми, яка позначена дослідником і, відповідно, вони стануть активними респондентами у опитуванні.

Останні технології - це веб-сторінки. Це простий текст анкети, але HTML розміщений на WWW. Усі запитання в цьому опитувальнику організовані по черзі і складають форму довгої сторінки. Для глядача і для його заповнення респондент постійно «прокручує» екран монітора, перебуваючи в певній напрузі. Для створення цих анкет використовується спеціальна мова скриптів (GGI), завдяки якій дані надаються в базу даних і можуть оброблятися автоматично. Відповідно до інструкцій у коді сценарію, відповіді учасників можна записувати безпосередньо в базу даних або надсилати на конкретну електронну адресу в режимі реального часу (можлива комбінація двох процедур) [6]. Опитування не контролюється інтерактивно, тому важко обмежити час для заповнення анкети та відстежити кількість виправлень у відповідях. Дослідник зобов'язаний просто чекати даних, які з'являються після випадкового (і добровільного) заповнення анкети відвідувачами сайту. Ця методика підходить для реєстрації користувачів та поглиблених досліджень (рейтингові опитування, емоційні уподобання тощо) [27].

Ці анкети представляють певну кількість недоліків для опитування. По-перше, вони не зовсім актуальні, оскільки не всі респонденти можуть заповнити анкети. Відповіді також можуть бути частковими. Опитування на такій вибірці не повністю відповідають проблемі соціальної сфери, яка була визначена, оскільки невідомо, хто її проводив. Але переваги також важливі, зокрема, те, що таке дослідження проливає більше світла на проблему, поставлену досліднику.

Стандартна веб-вікторина - це програма, що містить перелік питань у форматі HTML, розміщених на WWW. Він заснований на гіпертексті та візуалізації інформації, із використанням мультимедійних елементів: зображень, графіки, звуків тощо. Це відрізняється від раннього середовища онлайн-опитування. Веб-опитувальники мають унікальні переваги: їх можна

створити за допомогою найпривабливіших шрифтів та графіки [27]. Характеристика гіпертексту WWW загалом надає можливості для адекватного реагування, даючи респондентам максимальне пояснення. Поточні версії Netscape та Internet Explorer - найпопулярніші вікна WWW - вони є найбільш налаштованими для індивідуальних запитів користувачів. Стандартна веб-анкета - це програма, яка містить кілька веб-сторінок, завантажених по черзі або випадковим чином. У більшості випадків, крім варіантів запитань та відповідей, на окремій сторінці веб-вікторини існують заповнені та без відповіді лічильники часу. Великою перевагою технології веб-анкетування є можливість створення більш складних (структурованих) анкет [13]. Розробка програмного забезпечення для веб-опитувальників управляється окремими компаніями, які надають хостинг [51]. Посилання на веб-анкети публікуються на тематичних веб-сайтах [29]. На першій сторінці сайту будь-який відвідувач може помітити посилання на веб-анкету та відповісти на неї. Для респондента це практична версія опитування, а також версія, яка дає йому важливий вибір для всіх.

Сьогодні великі дослідницькі компанії в США і Європі проводять по 30 і більше опитувань на рік, опитуючи при цьому кілька десятків тисяч респондентів [16, с. 43]. За десятиліття існування практики технологія таких опитувань ускладнюється, хоча дослідження через Інтернет як і раніше мають істотні недоліки. Мережеві дослідження постійно зазнають якісні зміни як щодо пошуків адекватного програмного забезпечення, дослідницьких інструментальних засобів, так і стосовно можливостей дослідників оптимально управляти ситуацією опитування в умовах інтерактивної комунікації.

Нами проводилося дослідження на основі опитування щодо найбільш популярних джерел для комунікації. Для цього ми обрали 50 респондентів з різних регіонів 15-30 років. Ми опитували їх щодо уподобань шляхом онлайн опитувань. Далі ми вивчали показники щодо тематики, яка найбільше цікавить користувачів соціальних мереж. Ми досліджували користувачів Facebook,

Instagram та інші мережі з метою вивчення найбільш цікавих тем для користувачів. Ми визначили найбільш затребувані теми шляхом математичного обчислення кількості підписників різних груп у відповідних Інтернет-мережах.

Таким чином, опитування, що проводиться на онлайн-серверах є важливими, оскільки воно надає більш достеменну інформацію, якої потребують науковці-дослідники для визначення своєї мети. Опитування проводяться у довільній формі та відповідно до тематики, якою цікавляться опитувані. Дослідник, окрім того, що сам може обирати кого він буде опитувати, може надати можливість самій людині проявити свою ініціативу. Саме така цінність є найважливішою в Інтернет-опитуванні, адже дослідник може бачити соціальні мережі та тематику, якою наповнений контент таких мереж. Отож, зміст таких опитувань є суттєвим та ефективним для встановлення тої чи іншої соціальної проблеми та її вирішення.

2.2. Потенційні можливості використання різних ресурсів мережі Інтернет у наукових дослідженнях в соціальній роботі

2.2.1. Використання ресурсів Google Форми

Інтернет-опитування є ефективними для збору інформації. У першу чергу, Інтернет-опитування значно прискорюють збір даних, оскільки не вимагають наявності великого штату інтерв'юерів, що у свою чергу, зменшує собівартість дослідження. [17] Переважна більшість людей є користувачами Інтернет-сервісів. З такою метою використовуються різні ресурси, зокрема і Google форми. Пошукові системи в даний час є не тільки операторами інформації, що забезпечують пошук, але і потужними статистичними та аналітичними системами. Так, компанія Google як автор багатьох наукових, освітніх і культурних проектів пропонує понад 40 служб і інструментів для різних потреб, які можуть бути використані фахівцями різних напрямів, в тому числі й інформаційної роботи.

Google Forms – це додаток для адміністрування опитувань, який входить в офісний пакет Google Drive разом із Документами Google, Таблицями Google та Google Слайдами. Форми містять усі функції співпраці та спільного використання в документах, таблицях та слайдах та є дуже ефективними в використанні. Google Forms – це інструмент, який дозволяє збирати інформацію від користувачів за допомогою персоналізованого опитування чи вікторини. Потім інформація збирається та автоматично підключається до електронної таблиці. Електронна таблиця заповнена відповідями на опитування та тести [54].

Для тих, хто має облікові записи Google, Google Forms має спосіб спростити навантаження. І потенціал цього інструменту у спрощенні користувацьких потреб далекосяжний. Можна використовувати Google Forms для того, щоб оцінити зацікавленість людей у потенційному проекті, дізнатись думку спільноти про хвилююче питання, зібрати статистичні дані тощо. Ключовим є визнання різних можливостей їх використання в режимі реального часу. І коли дізнаєшся, що потрібно, Google Forms є простими у використанні, налаштуванні та редагуванні. Залежно від типу запитання, на яке можливо, доведеться надати відповіді, які супроводжуватимуть кожную точку, яку респонденти вибирають, і можна увімкнути «необхідний» варіант. Тобто Google Forms надають можливість для проведення опитування онлайн [57].

Механізм роботи Google Forms досить простий та зрозумілий, дозволяє створювати опитування, які не обмежуються кількістю питань. Також в опитуваннях є можливість вибирати тип відповідей (Рис. 1.1) та комбінувати між собою в одному опитуванні відповіді різних типів.

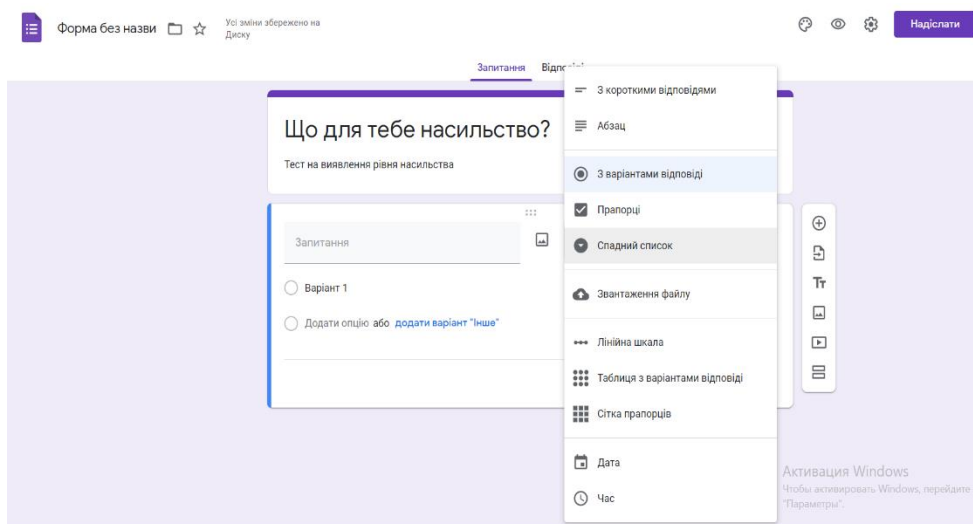


Рис. 1.1. Можливості вибору типу відповіді в сервісі Google Forms

Так, в одному опитуванні ми можемо використати випадаючий список з відповідями, запитання з розгорнутою короткою або довгою відповіддю чи запитання, де необхідно вибрати кілька варіантів та інші.

Крім того, даний сервіс дозволяє не лише збирати відповіді, але й створювати статистику. Таким чином, використовуючи опитування в Google Forms, є можливість у відсотках побачити яка частина опитаних обрала конкретну відповідь з кожного питання (Рис. 1.2).

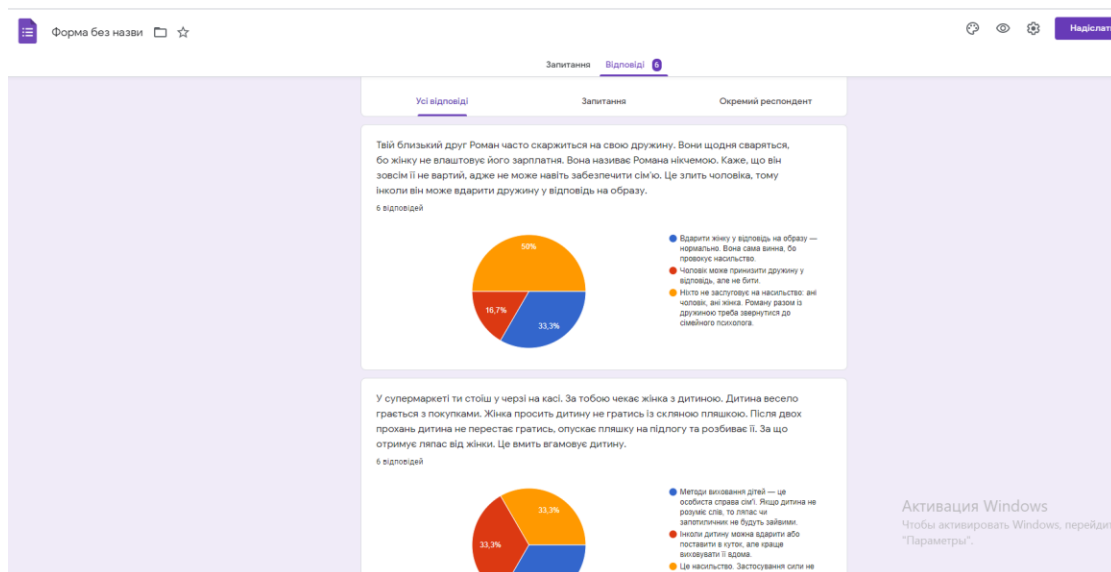


Рис. 1.2. Статистичні дані за відповідями до питання в Google Forms

Також важливим елементом підведення статистики в Google Forms є кількісні дані по кожній відповіді. Тобто даний сервіс дає змогу бачити скільки опитаних вибрали ту чи іншу відповідь (Рис. 1.3). Це дає змогу збирати повну інформацію стосовно дослідження, що проводиться.

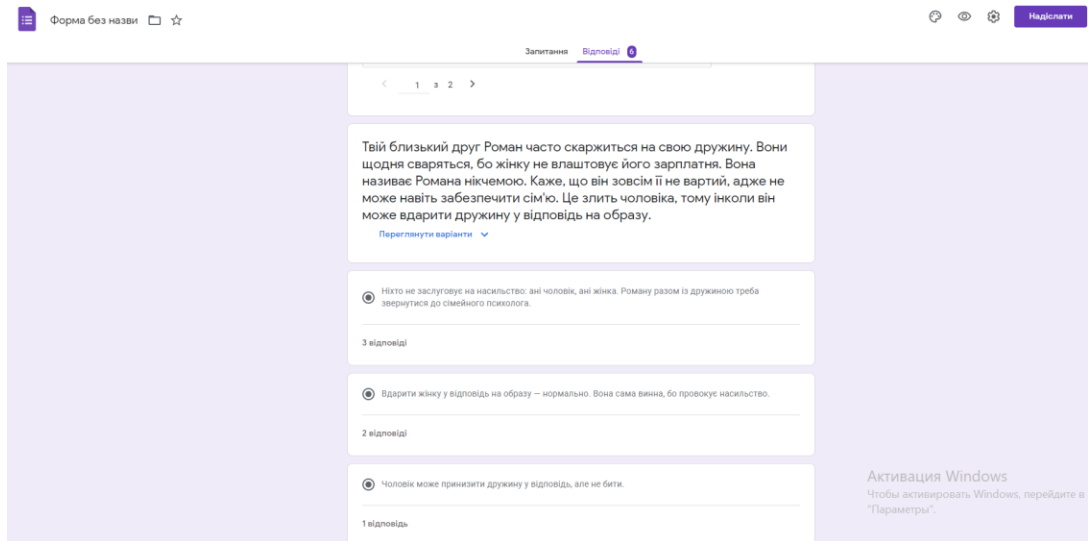


Рис. 1.3. Кількісні дані з відповідей в статистиці Google Forms

Виходячи з мети та цілі опитування, Google Forms також надають можливість вивчити відповіді кожного респондента на запитання впродовж всього опитування. Це дає можливість спостерігати за змінами чи правильністю поглядів респондента з точки зору суспільства.

Даний сервіс дозволяє широке розповсюдження опитування кількома способами:

- за допомогою електронної пошти (маючи перелік електронних адрес респондентів до опитування залучається певна цільова група)
- за допомогою посилання (пройти опитування можуть лише особи, що отримали посилання; таким чином посилання може бути розповсюджене серед цільової групи та передане дані учасниками цієї групи)
- через мережі Facebook та Twitter (сервіс Google Forms надає можливість розповсюдити форму опитування в даних мережах,

відповідно, пройти його можуть всі бажаючі і таким чином зібрані дані будуть мати відповіді не лише від цільової групи, а й від осіб, які, можливо, не стикались з піднятою в опитуванні темою в повсякденному житті).

При досліджуванні даного сервісу, ми задавали питання щодо насильства в сім'ї. Завдяки сервісу Google Forms, ми бачимо, як розподіляються відповіді як між усіма респондентами, так і за один конкретним опитуваним. Маємо змогу проаналізувати всі відповіді, зробити висновки та розробити стратегію дій для зміни чи закріплення позиції діючих та потенційних респондентів.

Таким чином, Google Форми доцільно використовувати для проведення наукового дослідження, адже такий сервіс є ефективним Інтернет-ресурсом для зручного Інтернет-опитування.

2.2.2. Потенціал соціальних мереж у наукових дослідженнях (Facebook, Instagram)

Соціальні мережі є найбільш популярним ресурсом за даними опитування. Саме тому, ми розглядаємо доцільність використання таких мереж з метою проведення наукового дослідження.

Серед інтернет-соціальних мереж виділяють такі типи [23, с. 38]:

1. Соціальні мережі (Facebook, MySpace, Instagram, Twitter тощо).
2. Миттєві повідомлення (Skype, Viber, Telegram, MSN Messenger тощо).
3. Чати в Інтернеті.
4. Інтернет-форуми.
5. Веб-журнали - приватні інтернет-журнали окремих користувачів.
6. Довідники Wiki - це портали, вміст яких може редагувати відвідувачі (Wikipedia).
7. Веб-сайти: Відеовміст (YouTube).

Такі соціальні мережі є досить зручними та цінними для дослідника, адже кожен дослідник може визначити, що цікавить користувача відповідно до тематики, яку користувач відмічає як цікаву для нього або поширює цю інформацію. Також науковець може визначити уподобання респондента на основі того, які групи відвідує об'єкт дослідження. Найпопулярнішими веб-сайтами соціальних мереж в Україні протягом тривалого часу були: Facebook та Instagram, саме тому переважна більшість українців використовували їх для спілкування з іншими користувачами цих соціальних мереж. Ці соціальні мережі наділені багатьма засобами спілкування, соціальною думкою, що часто шкодить певним, навіть суспільним справам.

Аналізуючи вміст, розміщений у Facebook, ми можемо виділити наступні основні теми: інформування про діяльність політиків в Україні, щоденні новини, діяльність груп із конкретного соціального чи політичного контенту, спілкування з військовими в АТО. Новини додаються щодня. Що стосується інших соціальних мереж, то тема повідомлень насправді така ж, як у Facebook, формат повідомлень відрізняється швидше, через різницю у форматах соціальних мереж [51].

Сервіс Facebook користується популярністю серед користувачів через свою зручність та доступність. Насправді, знайти інформацію, яка цікавить, прокоментувати, обговорити її в даній мережі легко та зручно. В системі даної мережі можна знайти безліч профільних спільнот та обговорень. (Рис. 2.1)

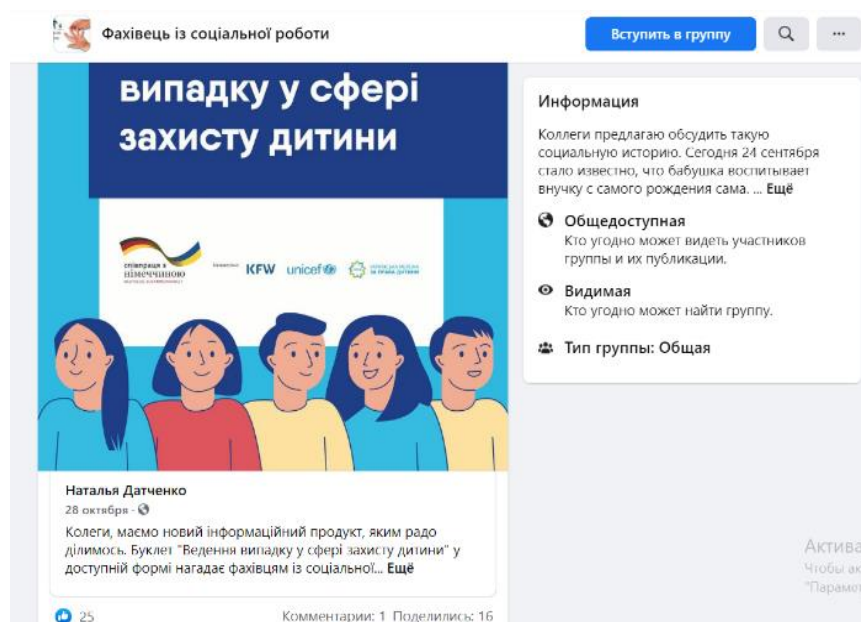


Рис. 2.1. Профільна спільнота в мережі Facebook

Даний сервіс чудово підходить для розповсюдження інформації, але з точки зору науковості не має достатніх можливостей для роботи. На нашу думку, використовувати Facebook в наукових дослідженнях можна лише в тандемі з іншими сервісами. Наприклад, мережу можна використовувати для розповсюдження інформації та подальшого поширення тестування з іншого сервісу, який буде зручним для науковця для збору результатів та статистики.

Так, при досліджуванні даної мережі, ми намагалися випробувати всі її можливості. В першу чергу, розповсюджували інформацію щодо насильства та аналізували масштаби її розповсюдження. Нажаль, через непопулярність створеної спільноти, поширювана нами інформація не набула необхідного розголосу. Ми прийшли до висновку, що для того, щоб використовувати дану мережу в дослідженнях з метою поширення інформації, необхідно багато часу та зусиль.

Також вважаємо, що, оскільки першочергово мережа створювалася для спілкування, то даний сервіс не має достатнього потенціалу для участі в наукових дослідженнях. Тому ми не розглядаємо дану соціальну мережу як самостійний апарат в проведенні наукових досліджень.

Вважаємо, що соціальна мережа Instagram є популярною переважно серед дітей та молоді, використовується більше як сервіс розважального

характеру та для спілкування, є менш популярною серед дорослої частини населення. Тому мережа Instagram є доречною при вивченні Інтернет-користувачів віком від 16 до 34 років для розповсюдження інформації.

В Instagram створюють профілі організацій чи соціальних рухів, тому, відповідно, є можливість знайти аудиторію, яка буде зацікавлена в певній, досліджуваній нами, діяльності. Зручно розповсюджувати інформацію стосовно зустрічей, волонтерських рухів, конференцій або досліджень, посилення на тестування чи опитування (Рис. 2.2)

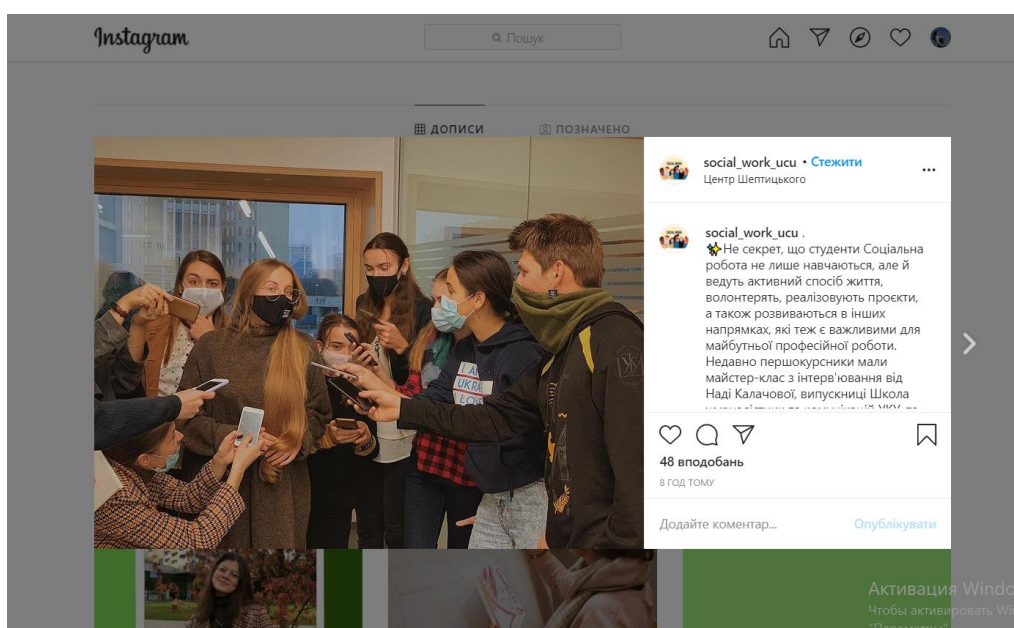


Рис. 2.2. Поширення інформації в мережі Instagram

Так, при аналізі даної мережі, ми дійшли до висновку, що для ефективного використання цього сервісу необхідно довго працювати над профілем з якого буде поширюватись інформація. Нажаль, для цього можуть знадобитись роки та постійне просування та наповнення профілю необхідною інформацією.

Ми вважаємо, що дана соціальна мережа не має можливостей, щоб виступати як самостійний засіб в проведенні наукових досліджень, оскільки має обмежений функціонал та першочергово створювалась як сервіс розважального характеру, для поширення фото та відеофайлів та коротких інформаційних повідомлень. За час свого існування мережа дещо видозмінилась та розширила свої можливості (почали створюватись блоги,

розповсюдження корисної та цікавої інформації), але максимальні можливості мережі в плані досліджень – розповсюдження інформації, заклики до дій та поширення організаційних деталей.

На нашу думку, дані соціальні мережі підходять більше для розповсюдження інформації, аналізу та вивчення цільової аудиторії та реакції на подану інформацію. Відповідно до публікацій та вподобань користувачів, можна зробити висновок стосовно їхніх поглядів на життя, певні ситуації та явища, вибрати потенційних учасників в наступному етапі соціального дослідження.

При цьому, соціальна мережа Facebook, вікова група якої, в середньому, 40 років, є більш перспективна з точки зору досліджень, адже має більше можливостей. Першочергово, мережа мала на меті організацію спілкування між особами закритої групи, а з часом виросла в світову мережу для спілкування. На даний час, мережа активно використовується не лише для спілкування, також її можна використовувати для обміну інформацією, спілкуванню в великих спільнотах, проведення та розповсюдження опитувань та інше.

Соціальні мережі Інтернет, як засіб спілкування, сприяють більш правдивій оцінці поглядів респондентів. Сторінки соціальних мереж можуть бути платформою для співпраці, наприклад, спеціальних заходів та подій. Звичайно, головне - звернути увагу на зміст, перевірити його грамотність та актуальність.

На прикладі соціальних мереж Інтернету можна провести цілком професійне спілкування на цих платформах. Для підвищення ефективності комунікацій через соціальні мережі в Інтернеті необхідно більше уваги приділяти потужним новим засобам комунікації та створенню цікавого контенту.

2.2.3. Використання програм-месенджерів у соціальних дослідженнях (Telegram, Viber)

Додатки для обміну повідомленнями (також «Соціальні повідомлення» або «чат-програми») - це додатки та платформи, які дозволяють обмінюватися повідомленнями, багато з яких розпочалися на платформах соціальних мереж [29], але багато з них зараз перетворилися на широкі платформи, що дозволяють оновлювати статус, чати, платежі та розмовна комерція (електронна комерція через чат).

Додатки для обміну повідомленнями — це найбільш широко використовувані програми для смартфонів, у 2018 році — понад 1,3 мільярда щомісячних користувачів WhatsApp та Facebook Messenger, 980 мільйонів активних користувачів WeChat щомісяця та 843 мільйони активних користувачів QQ Mobile щомісяця [54]. Станом на 2020 рік – понад 400 мільйонів активних користувачів в мережі Telegram та безліч спільнот та чатів, які використовуються як для самоосвіти, самовдосконалення тощо, так і для проведення експериментів, досліджень.

Вважаємо, що з метою вивчення думки людей чи певної тенденції у соціумі слід досліджувати спілкування та комунікацію в таких Інтернет-мережах як Telegram та Viber, які популярні переважно серед молоді. Telegram – це хмарний обмін миттєвими повідомленнями та послуга передачі голосу через IP. Клієнтські програми Telegram доступні для Android, iOS, Windows Phone, Windows NT, macOS та Linux [23]. Користувачі можуть надсилати повідомлення та обмінюватися фотографіями, відео, наклейками, аудіо та файлами будь-якого типу, а також здійснювати аудіо та відеодзвінки.

У березні 2018 року Telegram заявив, що має 200 мільйонів активних користувачів щомісяця [27]. Таким чином, Телеграм може стати платформою для опитування з різних питань або для дослідження думки щодо різних тематик, якими наповнено контент цієї мережі.

Перевагою даного додатку є те, що він надає широкий спектр можливостей в спілкуванні. А саме, створювати великі чати для спілкування

та обговорення, спільноти для розповсюдження інформації з можливістю її подальшого обговорення, створення в чатах та спільнотах опитувань, які можна використовувати як з освітньою метою, так і з метою вивчити, проаналізувати та дослідити певну подію чи проблему (Рис. 3.1).

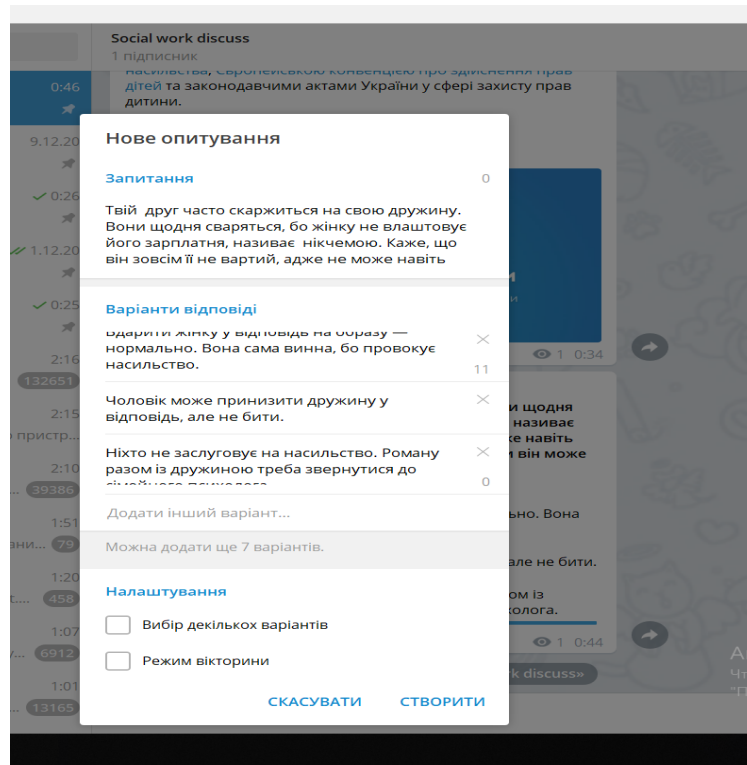


Рис. 3.1. Створення опитування в сервісі Telegram

Створення опитувань в мережі супроводжується обмеженнями в кількості знаків, які допустимо вводити, дозволяє додавати 10 варіантів відповідей, обирати одну або декілька правильних відповідей. Також додаток створює статистику відповідей. Можна побачити скільки користувачів переглянуло опитування, відповіло на який відсоток серед тих, хто взяв участь в опитуванні, віддали свій голос за кожен варіант (Рис. 3.2).

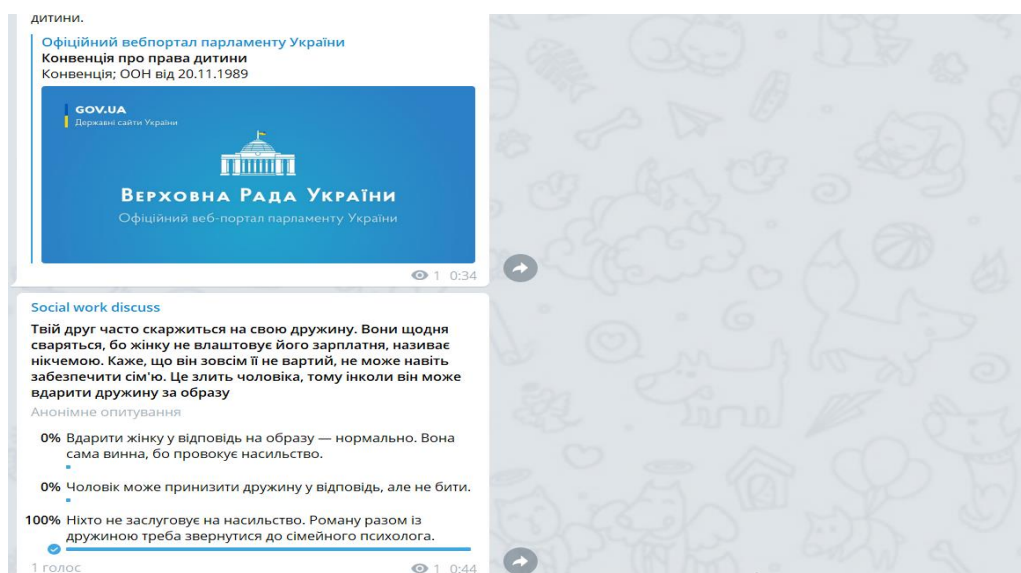


Рис. 3.2 Статистика переглядів та відповідей на опитування в мережі Telegram

На нашу думку, даний сервіс має потенціал для проведення соціальних онлайн досліджень, оскільки дозволяє розповсюджувати інформацію та проводити опитування серед соціально активної молоді. Не зважаючи на те, що першочергово сервіс не переслідує мету бути комфортним для наукових досліджень, з його допомогою можна проводити не складні опитування та тестування, розповсюджувати статті та корисну інформацію. Проте не можна використовувати сервіс як самостійний апарат для проведення наукових досліджень, оскільки мережа має обмежений функціонал в плані підведення статистичних даних.

Додаток Viber може стати якісним показником у науковому дослідженні задля визначення контенту у спілкуванні, адже ним послуговується переважна більшість людей. Він простий у користуванні та спирається на телефонні контакти людини, що збільшує масштаби для дослідження. Має схожий функціонал з додатком Telegram. Дозволяє здійснювати обмін повідомленнями, аудіо та відеодзвінками, а також дозволяє створювати чати та спільноти, проводити опитування.

При створенні опитувань в додатку маємо обмеження по кількості доступних відповідей, тобто до одного питання можемо додати лише 10 варіантів відповідей. Користувачі, в свою чергу, мають можливість вибрати

лише один варіант. Також при голосуванні відображаються такі дані, як кількість осіб, що проголосували та кількість голосів за кожен відповідь у відсотках. Додаток підходить для розповсюдження інформації, аналізу та мінімального збору інформації. На нашу думку, даний додаток не можна вважати повноцінним засобом для проведення наукових досліджень, оскільки він має обмежений функціонал.

Здебільшого, середній вік активних користувачів даного додатку 40 років. Тому ми вважаємо, що додаток Viber є більш зручним для аналізу та проведення досліджень з дорослим населенням.

Таким чином, такі додатки, що встановлюються переважно для спілкування в чатах є цінними для науковця з точки зору кількості учасників та групової переписки. Дослідник може аналізувати інформацію, якою обмінюються респонденти, визначати тривалість переписування та дзвінків, які дають можливість отримати популярність додатків серед суспільства. Можна проводити опитування та обговорення.

2.2.4. Використання сайтів онлайн тестувань у соціальних дослідженнях

Існують спеціалізовані сайти, які рекламують різні online-дослідження [38]. Природно, що для подібних досліджень респонденти можуть запрошуватися електронною поштою: в тексті запрошення вказується www-адреса, де розташований сам опитувальник. Респондент підключається до його програми, заповнює всі необхідні поля і вводить свої дані, які відразу ж потрапляють в базу для автоматизованої обробки.

Самозавантажний опитувальник – найсучасніший метод online-дослідження, який з'явився порівняно недавно. Такі опитувальники завантажуються з WWW і спускаються на заздалегідь встановлене програмне забезпечення, підтримуване дослідником. Це переміщує процедуру обробки даних з Web-сервера на комп'ютер респондента. Попередньо завантажене програмне забезпечення для опитування допомагає прочитувати набагато менше файлів, ніж при вході респондента у WWW [51]. Респондент, таким

чином, економить гроші на використання інтернетресурсів і менше витрачається на участь в опитуванні. Далі процедура заповнення анкети здійснюється так само, як і в попередній технології діалогових досліджень.

Одного разу заповнений опитувальник на комп'ютері респондента створює файл даних, який завантажується в Інтернет в разі чергового доступу в Мережу.

Існує інший варіант цієї методології – замовлення повної програми дослідження, яка може бути завантажена для одноразового використання. Така програма необхідна для того, щоб створювати рівне діалогове середовище дослідження. Одноразові опитувальні програми "вміють" відсіювати непотрібних респондентів, робити переміщення питань в довільному порядку, переходи до різних груп питань в складно структурованих анкетах, відстежувати пропуски відповідей і змушувати респондента заповнювати всі необхідні поля. Конструювання анкети для даної програми обмежується творчими можливостями дослідника. Самозавантажний опитувальник може оперувати великою кількістю вікон управління, "оживляючи" довгий запитальник.

Всі дослідження з використанням технології самозавантажувальних опитувальників дорогі та вимагають додаткових часових витрат в порівнянні з іншими методиками online-досліджень. У деяких випадках вони можуть зажадати додаткових навичок від респондента для того, щоб встановлювати програмне забезпечення і правильно управляти процесом завантаження даних. На завантаження програмного забезпечення опитування іноді потрібно чимало часу (від 20 хвилин до 2-х годин). Це може бентежити деяких респондентів, викликаючи негативне ставлення до участі в online-опитуваннях. Деякі з упередженням ставляться до самозавантажуваного опитувальника, побоюючись можливості завантаження вірусів [48]. Дозволяючи респонденту завершувати опитування автономно (а не збираючи дані безпосередньо) і потім повертати дані зворотного завантаження у WWW, дослідник часто

втрачає багато часу, тому що відбувається затримка отримання результатів опитування, а іноді їх втрата.

Існують також сайти з можливістю проходження готових опитувань та тестів за різною тематикою, а також сайти, де є можливість самостійно створювати опитування. Такі сайти зручні тим, що їх можна знайти за простим запитом в пошуковій системі, легко розповсюдити та підібрати або створити опитування на потрібну тематику, що цілком будуть покривати запити дослідження.

При самостійному створенні тестів та опитувань, науковець має доступ до великого спектру можливостей. Може ділити питання на групи, вибирати різні типи відповідей до кожного питання, тобто, питання можуть бути відкриті та закриті, з однією або кількома варіантами відповіді тощо, надсилати запрошення для проходження тесту, залишати його для загального доступу або розповсюджувати посилання на інших сервісах та інше. (Рис. 4.1)

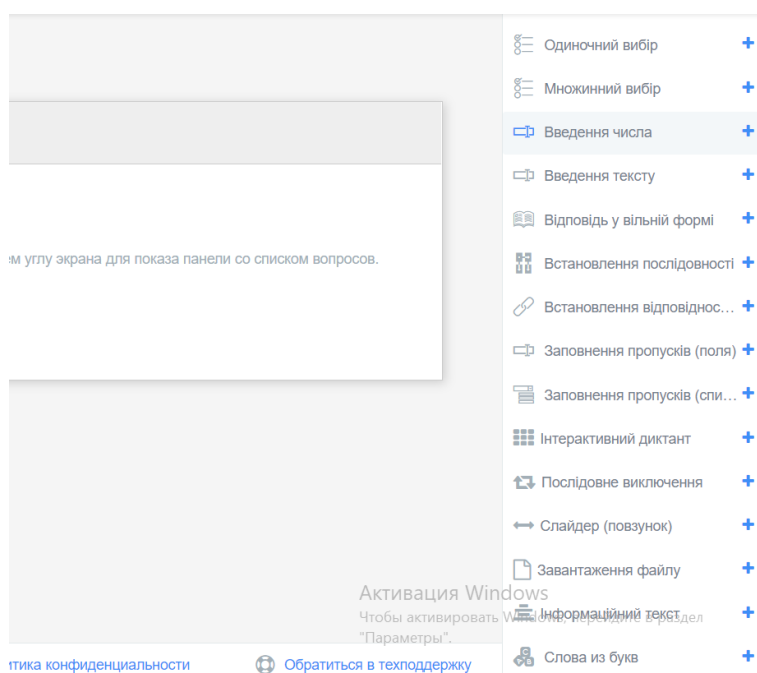


Рис. 4.1. Типи питань на сервісі створення тестувань та опитувань на сервісі Online Test Pad

Інтернет-фокус-групи - це Інтернет-технологія дослідження, необхідна для збору якісної інформації. Насправді це онлайн-інтерв'ю в реальному часі

з кількома респондентами одночасно [51]. Ще один недолік полягає в тому, що при підключенні особистості ні модератор, ні учасники не можуть відчуті якості групової дискусії. Насправді дослідник отримує одночасно кілька поглиблених інтерв'ю [18, С. 42]. Варто окремо згадати специфіку залучення респондентів до участі в онлайн-опитуваннях.

Таким чином, існує три типи вибірок для онлайн-опитувань: необмежена, відібрана (перевірена) та спеціально набрана [60]. Необмеженою вибіркою може бути будь-який користувач Інтернету, який хоче взяти участь у опитуванні. Такий зразок легко зробити, маючи списки адрес електронної пошти, які отримуються різними методами, доступними досліднику.

Вибрана (перевірена) вибірка формується з респондентів, які самі вирішили взяти участь у конкретному опитуванні [60]. Найчастіше цей зразок складається за допомогою веб-опитувальної програми, яка встановлює певні критерії скринінгу для учасників: респондент спочатку вносить свої особисті дані та соціально-демографічні характеристики, а потім, якщо він чи вона відповідає критеріям, іде заповнити анкету. Процес інтерактивного спілкування проведення опитувань через Інтернет-панель особливо вдалий з точки зору мережевого етикету, що дозволяє успішно залучати користувачів до опитування [48].

У деяких випадках респондентів запрошують до онлайн-опитування по телефону, звичайною поштою або особисто [12]. Електронна інформаційна панель допомагає професійним дослідникам позбутися електронних запрошень до «сліпого» списку адрес. Однак існує небезпека, що надсилання електронного листа без згоди одержувача буде розглядатися як «спам» [48]. Практика спаму є дуже небезпечною для дослідника, і незнання в цьому плані може принести погану репутацію в кіберспільноті [18].

Створюючи Інтернет-панель, необхідно забезпечити її реєстрацію респондентами, які різняться за статтю, віком та соціальним статусом [55]. Велика увага приділяється складанню вступного тексту панелі та інструкцій щодо реєстрації на ній. Необхідно дотримуватися всіх правил чистого етикету,

які написані майже всіма іноземними авторами, що описують методологію онлайн-досліджень [52,55]. Деякі інтернет-дослідницькі компанії спеціально створюють панелі для формування баз даних потенційних респондентів для тих організацій, які проводять онлайн-дослідження [23]

Таким чином створення онлайн-тестування для дослідників є дуже ефективним підходом для реалізації наукового дослідження. Адже тести передбачають прямі відповіді на запитання. Відповідно питання підбираються дослідником такі, які висвітлюють основні підходи та проблеми вивчення означених напрямів. Проте, вважаємо, що даний сервіс краще працюватиме в тандемі з іншим сервісом чи мережею, де можна було б розповсюдити інформацію, а потім запропонувати посилання для проходження тестування.

2.3. Порівняльний аналіз використання онлайн-ресурсів в соціальних дослідженнях.

З метою вивчення та дослідження найбільш популярних видів, форм соціального Інтернет-опитування та вивчення ролі Інтернет-мереж у показниках, нами було проведено Онлайн-опитування, досліджено популярні соціальні мережі щодо їх контенту та популярності серед респондентів.

З поширенням інтернету, рівень довіри населення до онлайн-ресурсів постійно зростає, натомість традиційні ЗМІ втрачають свої позиції. Так, на основі соціального дослідження, яке з 20 травня по 2 червня 2016 року провів Київський міжнародний інститут соціології (КМІС), можна стверджувати, що другим, після телебачення, за пріоритетністю джерелом новинної інформації стали онлайн-медіа. За часткою населення, що довіряє певному джерелу, лідирують центральні українські телеканали – їм довіряють 49,8% українців, не довіряють – 39,1%. Далі за цим показником ідуть інтернет (48% довіряють і 16,7% не довіряють), місцеві телеканали (47,5% проти 31%), соціальні мережі (42,2% проти 19,1%) і місцеві друковані видання (41,2% проти 23,8%) (Рис. 5.1).

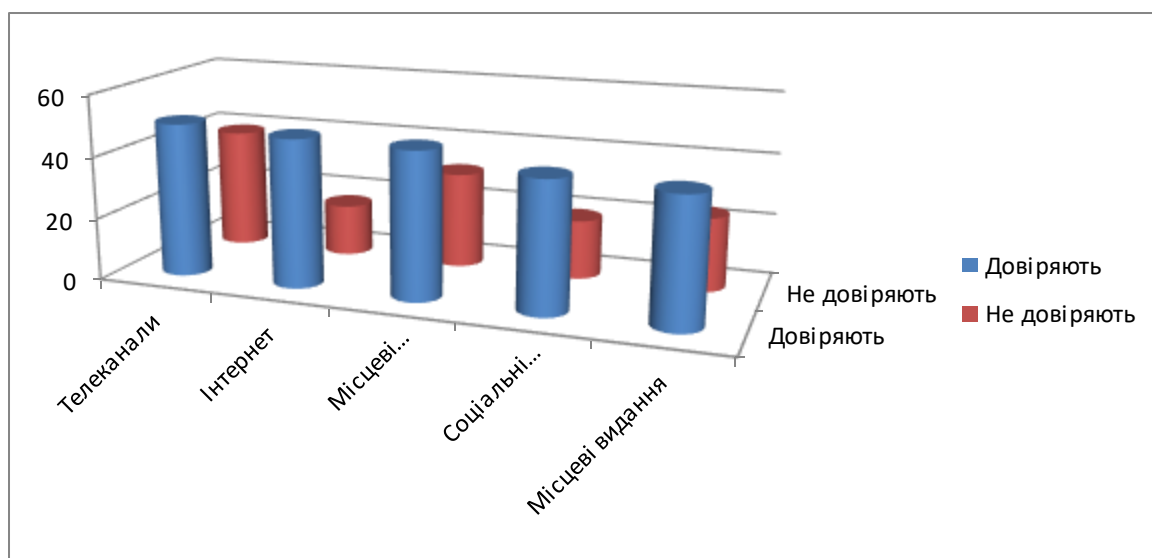


Рис. 5.1. Опитування щодо використання різних видів Інтернет-комунікацій

Загалом, щодня інтернетом користуються 42,5% українців у віці 18 років і старше, ще 17% користуються інтернетом принаймні декілька разів на тиждень. Серед користувачів інтернету 90,7% стверджують, що активно користуються принаймні однією соціальною мережею [25] (рис. 5.2). Саме тому соціальні мережі як інструмент формування довіри у різних сферах має великий потенціал. Таким чином, соціальні мережі та Інтернет-ресурси стають основою перспективи соціальних досліджень як у сьогоdnішніх умовах, так і в майбутньому.

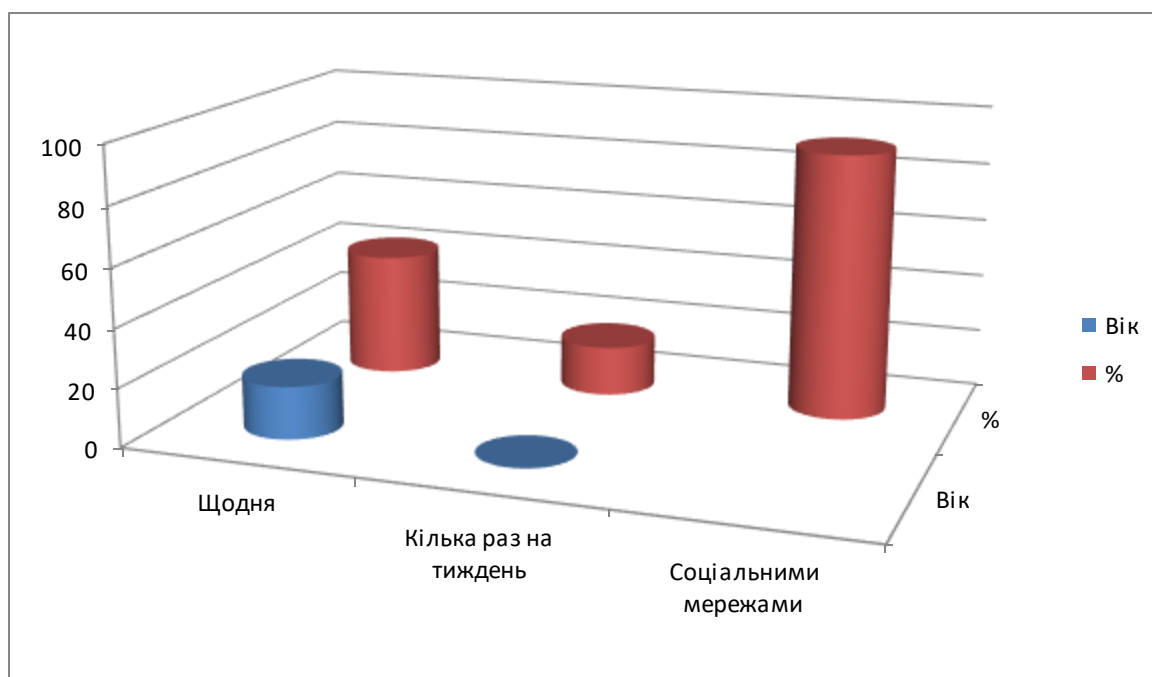


Рис. 5.2. Показники частоти користування популярних Інтернет-ресурсів серед опитуваних

Згідно з результатами дослідження, проведеного компанією «ComScore», світова Інтернет-аудиторія складала приблизно 1,07 млрд. осіб. За кількістю користувачів Інтернет – на першому місці знаходиться Китай (51,2 %), на другому місці – Індія з більш ніж 31,8 % Інтернет-аудиторією, на третьому – Європа, 93,5% світової Інтернет-аудиторії – насамперед завдяки Німеччині (94 %), Об'єднаному Королівству (90, 8 %), Франції (90, 6 %) та Італії (90, 2%). США посідають третє місце, без урахування ЄС (Рис. 5.3).

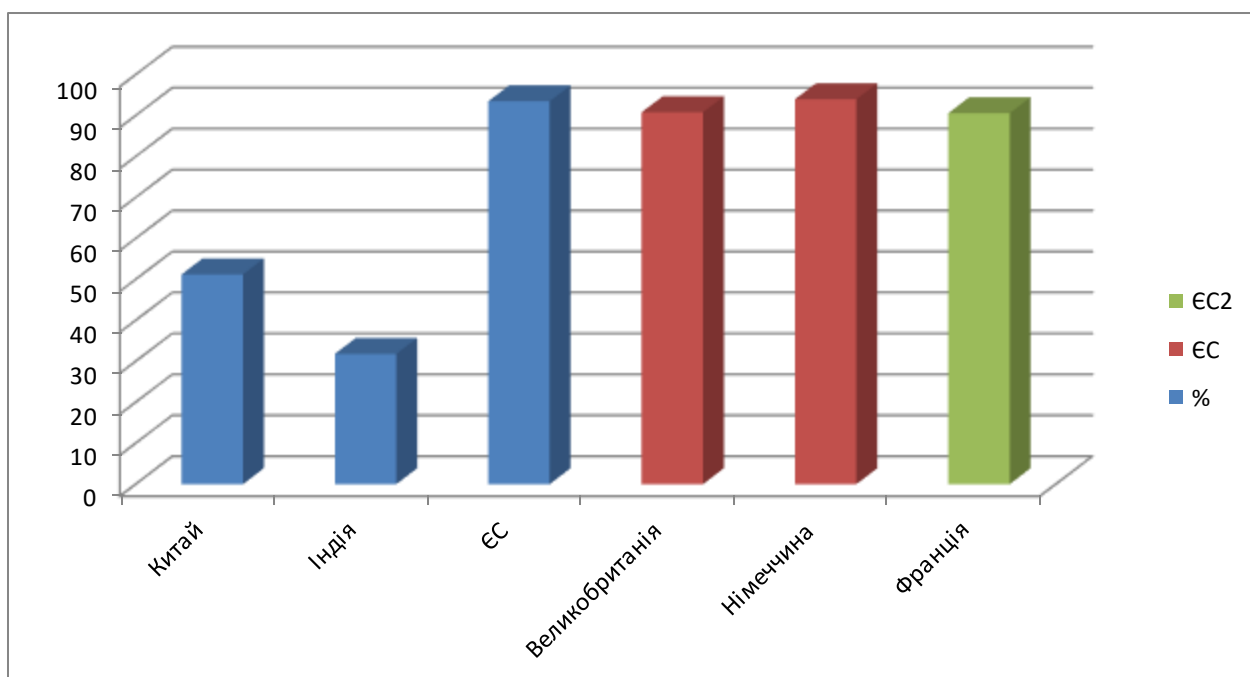


Рис. 5.3. Рейтинг користувачів мережі Інтернет у світі

Активні користувачі складають в цих країнах у середньому від 40% до 60% всього населення, але це не найвищі показники. Серед країн ЄС найбільшою популярністю Інтернет користується в Нідерландах, де зі 100 осіб близько 90 є користувачами. У Норвегії цей показник складає 85 на 100, у Швеції – 80 на 100, у Бельгії – 70 на 100. Найменше у Євросоюзі охоплення населення мережею Інтернет має Греція – 20 на 100.

Що ж до України, то вона досі зберігає один з найнижчих в Європі показників доступу населення до Інтернету. З іншого боку, наявною є висока динаміка інформатизації країни і зростання вітчизняної Інтернет-аудиторії [26]. За статистикою, Україна за кількістю хостів (комп'ютерів, що мають постійний Інтернет-зв'язок) посідає місце між Індонезією та Колумбією, відстає від Франції у 50 разів, від Бразилії - у 10 разів [44]. Україна поки що помітно відстає від більшості розвинених країн за всіма показниками, які характеризують рівень розвитку і поширення Інтернету в країні, однак спостерігається достатньо висока динаміка зростання. На сьогодні, темпи зростання кількості користувачів Інтернету вже перевищують загальносвітові

(40-45% в Україні і 30-35%, відповідно у світі) [25]. Якщо у 2000 році чисельність унікальних користувачів становила 200 тис. чоловік на місяць, то вже в кінці 2019 року їх налічувалося понад 22 млн [31].

Разом з цим, уже багато років дуже нерівномірним залишається розподіл користувачів Інтернет по регіонах. Позицію абсолютного лідера, які раніше, продовжує займати Київ – 58,81% загальної чисельності користувачів. Далі, у порядку зменшення частки користувачів, ідуть Одеса, Дніпропетровськ, Донецьк, Харків, Львів, Крим та Запоріжжя (сумарна частка міст-лідерів складає 30,43%). На решту ж регіонів припадає лише 10,24%. Найменша кількість користувачів зосереджена у Чернівецькому (0,27%), Житомирському (0,15%) та Волинському (0,1%) регіонах (Рис. 5.4).

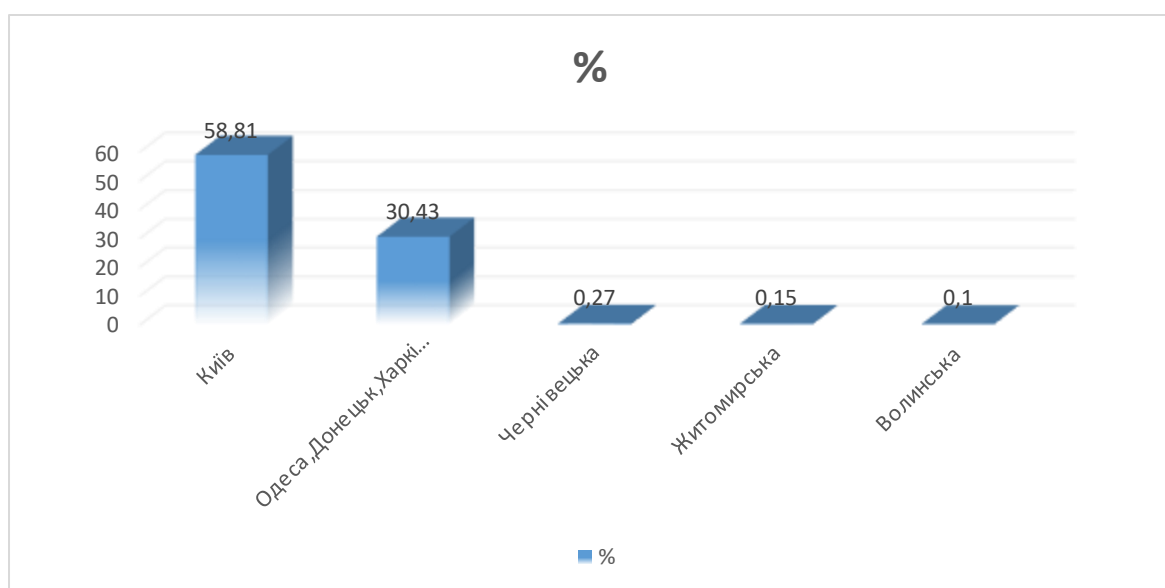


Рис. 5.4. Показники Інтернет-користування залежно від регіонального показника

Якщо у розвинених країнах зазвичай немає суттєвої різниці між охопленням населення Інтернет-сервісами у місті й на селі, то в Україні в сільській місцевості мешкають лише 10% від загальної кількості користувачів. Найактивнішими користувачами Інтернету залишаються люди у віці від 16 до

24 років (37%), а найменшу групу складають люди, яким понад 55 років (3%) [31]. Останнім часом, найшвидше кількість регулярних користувачів Інтернету збільшувалася серед вікових груп 34-44 та 45-54 років, де вона зросла на 62 і 63%, відповідно. Останнім часом мережа Інтернет стала більш популярною серед населення, зокрема і в селі. Передусім це пов'язано із охопленням населених пунктів мережею Інтернет, адже вона розширилася. В селі багато людей пенсійного віку долучаються до соціальних мереж, аджеу такий спосіб вони позбавляються самотності. Інтернет-мережі відволікають людей від певних проблем, тому вони стають прихильниками та учасниками різних дискусій та груп.

Найбільш популярними соціальними мережами в Україні є Facebook — понад 58% користувачів, друге місце посідає YouTube (41%), Instagram (28%) та Telegram(14%) (Рис. 5.5).

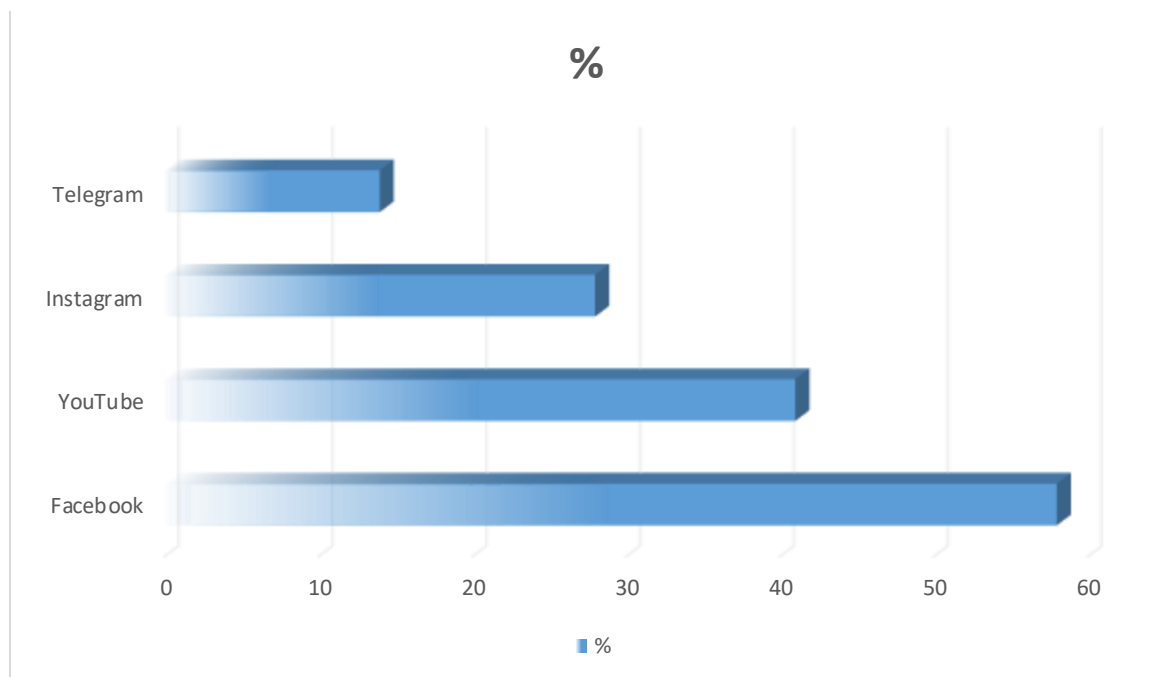


Рис. 5.5. Показники користування соціальними мережами

Згідно нашого дослідження, яке ми проводили на основі аналізу контенту найбільш популярних соціальних мереж та уподобань наших

респондентів, ми визначили, що найбільш популярною є розважальна тематика, далі – пізнавальна. Менш цікавою є тема про події у світі та суспільно-політичні події. Культурна, спортивна та економічна тема цікавить людей, але не є найбільш популярною. Тенденція, яка змінилася, порівняно із попередніми роками – це теми щодо криміналу, конфліктів, але і тема стосовно війни на Донбасі посідає останнє місце у рейтингу серед тем, що цікавлять людей у соціальних мережах (Рис. 5.6).

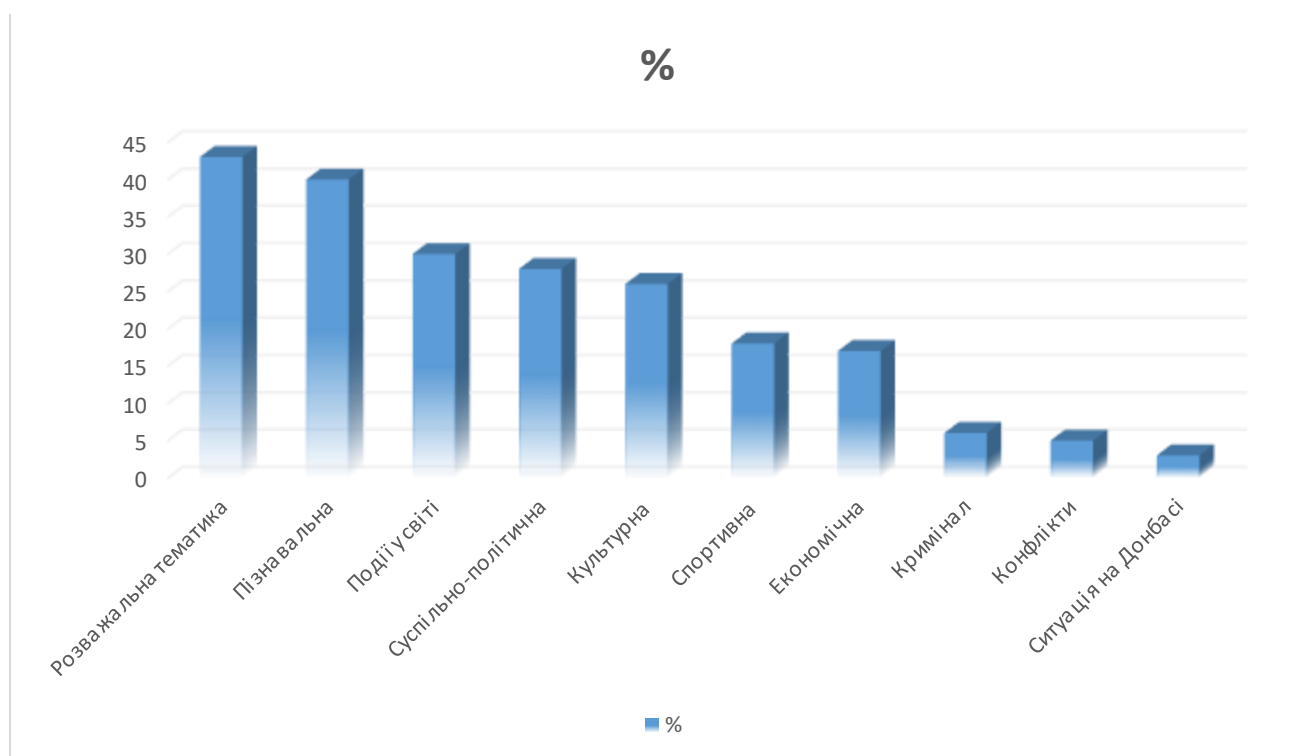


Рис. 5.6. Показники щодо тематики, яка цікавить респондентів

Відносини між Інтернетом та нашим суспільством скоріше нагадують формування взаємовідносин. Як наслідок, сьогодні наша країна досі не відіграє провідної ролі у цифрових ідеях та змісті – найважливіший момент усієї інтернет-революції.

Соціальним дослідженням не бракує наукових принципів. Для України вони характеризуються багатою історією, витонченими теоріями та комплексним методологічним підходом. Однак, чого в значній мірі бракує – а

це робить соціальну сферу хорошим прикладом для загальної поведінки в суспільстві щодо оцифрування, - це доброго розуміння цифрових технологій та витікаючих із них соціально-технічних та кіберкультурних наслідків та проблем.

Крім того, українська соціологія традиційно страждає від дуже сумнівної політизації, яка нерідко змушує науковість мати другорядне значення.

Ці аспекти разом з іншими факторами призвели до дисциплінарного обмеження, яке переконує що для кращого аналізу Інтернет-явищ необхідна нова розробка, тобто Інтернет-соціологія.

Соціологія Інтернету не може зосереджуватися лише на одній ідеї чи підході. Кожен може окреслити власну теорію чи набір методів. Але якщо Інтернет-соціологія повинна надати допомогу або - ще краще - корисну відправну точку, то стає зрозуміло, що вона повинна зосереджуватися на рамковому рішенні.

Інтернет створив нову цікаву концепцію соціології та про те, як можна застосовувати прикладну соціологію, яка була не зовсім сприйнятною для початку. Коли Інтернет був вперше задуманий, він розглядався як більше інструмент для дослідження та навчання.

Однак, коли прогреси були досягнуті за допомогою Інтернет-технологій, і все більше людей почали використовувати її, погляди змінилися. Інтернет не просто створений для розрахунків, це також місце для масової комунікації. Це місце, де люди збираються, знаходять однодумців і тих, з якими вони можуть спілкуватися. Врешті-решт групи, що утворилися, почали об'єднуватися в Інтернет-спільноти, якими вони є сьогодні.

Це абсолютно новий спосіб поглянути на те, як ми групуємось і що саме формує та регулює ці групи. Ще цікавіше враховувати, що місцеположення не є однією з меж для інтернет-товариств і рідко виникає фактична фізична взаємодія.

У цих нових суспільствах ми повинні діяти як дослідники, щоб зрозуміти, як нам взаємодіяти в межах тих спільнот, які щодня з'являються,

коли Інтернет розширюється. Аналіз також необхідний, щоб зрозуміти, як ці інтернет-спільноти віртуального світу переплітаються і впливають на нас у суспільствах реального світу.

Одним з найбільш широко застосовуваних методів є спостереження. Це швидкий, ефективний спосіб зібрати інформацію про поведінку конкретного суспільства, в тому числі в Інтернеті. Оскільки ви фізично не будете збирати підказки щодо поведінки, важливо зосередитись на тому, що говорять, і як це відбувається. Це те, що відоме як контент-аналіз. Слід добре уявити тип спільноти, якого слід очікувати, якщо ви знаєте тему, яка лежить в основі веб-сайту.

Однак, поки ви не спостерігатимете взаємодію всередині інтернет-спільноти, ви зрозумієте норми Інтернет-суспільства, що підходить проти того, що ні. Ці Інтернет-феномени переплітають тисячі людей одразу, проте правила розшарування, які можна знайти в звичайних суспільствах, досі діють в Інтернет-спільнотах.

Тільки в MySpace існує десятки способів класифікувати себе, що автоматично призводить до поділу на більшу групу. Це переводить інтернет-суспільство від макрорівневого до мезорівневого, що саме по собі змінює соціальну структуру. Чим більше ви її розбиваєте, тим суттєвішими стають зміни між Інтернет-спільнотами, що призводять до різних наборів правил поведінки.

Поза гігантами, такими як MySpace, є мільйони Інтернет-спільнот на мікрорівні, які ще більше сконцентровані у типах людей, які формують суспільство, та створених ними рекомендаціях щодо взаємодії в ньому. Запитання, наприклад, які впливи їх об'єднали, або якщо є спільна причина, допоможуть вам краще зрозуміти культуру, що стоїть в Інтернеті.

Таким чином, наше дослідження свідчить про те, що Інтернет-мережі є найбільш популярними соціальними проявами у різних показниках та темах, які найповніше та найбільш доступно показують тенденції у соціумі, що цінністю для наукового дослідження у соціальній роботі.

Висновки до 2 розділу

Отже, нами було вивчено та проаналізовано найбільш популярні соціальні мережі, що є основою для проведення наукового соціального дослідження.

Ми вивчили ресурси, які є найбільш популярними для опитування, зокрема, сервіс Google Forms, електронна пошта, а також різні сервіси для онлайн-тестування, що є практичними у користуванні та швидкими для отримання результату.

Також ми проаналізували такі соціальні мережі як Facebook, Instagram, Telegram, що є найбільш популярними серед користувачів та сприяють у дослідження контенту та наповнюваності таких мереж. На основі оцінювання та «підписування» у соціальних мережах ми можемо визначити основні уподобання респондентів.

ВИСНОВКИ

Нами було проведено дослідження з метою проаналізувати потенційні можливості Інтернет-ресурсів щодо їх використання в соціальній роботі. Соціальні дослідження, зазвичай, проводять з метою визначення причин і вирішення соціальних проблем, які дуже різноманітні. Дослідники висвітлюють переломи, напругу та прояви в тому, як персонаж концептуалізується, інтерпретується та мобілізується. Освітлюючи їх, спеціальний розділ сприяє не лише прагненню протистояти домінуючим формулюванням характеру та стійкості, але й більш широкому проекту їх привласнення.

Оскільки жодна теорія не може надати відповіді на запитання, поставлені цифровою революцією, Internet Sociology використовує широкий спектр інструментів для дослідження взаємозв'язку Інтернету та суспільства. Звичайно, оцифрування стосується нашої держави. Як і будь-яка інша країна, на наше суспільство впливала ця революційна парадигма з принаймні 90-х років, коли Інтернет став популярним.

Щоб надати деякий контекст соціальній роботі, слід зосереджувати її на зв'язки між соціальними процесами та цифровими засобами масової інформації. Для ефективності та результативності соціального дослідження необхідно продумати вузькі та високоінтервенціоністські способи, які повинні коригувати, модулювати та змінювати нашу суб'єктивність у відповідності із затребуваними завданнями.

Ми аналізували соціальні мережі з одного боку як інструмент соціального дослідження, а з іншого – як показник проблеми соціального дослідження. Ми використовували у своїй роботі основні концептуальні засади наукового дослідження. Так, нами було проаналізовано структуру та методологію, а далі визначено основні напрями Інтернет-ресурсів як методів соціального дослідження.

Дослідження в науці та суспільствознавстві – це довгий, повільний і складний процес, який іноді дає помилкові результати через методологічні

слабкості, а в рідкісних випадках – через шахрайство, так що опора на будь-яке дослідження недоцільна. Ми опрацювали такі соціальні мережі як Facebook, Instagram, Telegram, Viber та визначили їхнє значення для соціальної роботи. Вивчали сервіс Google Forms, сайти онлайн-тестувань та опитування електронною поштою для визначення їхньої ефективності в проведенні соціальних наукових досліджень.

Так, нами встановлено, що ці мережі є важливим полем для аналітичної роботи науковців, адже сьогодні це найбільш популярні Інтернет-сервіси для людей. Проте, лише деякі з цих сервісів можливо ефективно використовувати в науковій роботі. Такі сервіси, як Facebook та Instagram можливо використовувати лише з метою розповсюдження інформації, що, на жаль, буде неефективним за умови новоствореної спільноти чи профілю. Додатки Telegram і Viber мають можливості для збору статистичних даних та розповсюдження інформації, що ми вважаємо більш перспективним та необхідним.

Таким чином, вважаємо, що додатки Telegram і Viber можливо використовувати в наукових дослідженнях, але не як самостійний апарат. Сервіс Google Forms, на нашу думку, є найбільш зручним та ефективним допоміжним ресурсом при проведенні досліджень та може функціонувати зі всіма досліджуваними ресурсами.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Агафонова Г. С. Доцільність використання SMM у оптимізації функціонування політичних партій в Україні [Електронний ресурс] / Г. С. Агафонова // Політологічні записки. – 2013. – № 7. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Polzap_2013_7_10.
2. Актуальні проблеми теорії та практики соціальної роботи на межі тисячоліть : [монографія] // Соціальна робота. Книга 1. – К. : УДЦССМ, 2001. – 344 с.
3. Андрущенко В.П. Освітня політика (огляд порядку денного) / В.П. Андрущенко, В.Л. Савельєв. – К.: «МП Леся», 2010.- 368с.
4. Архіпова С. П. Основи соціально-педагогічних досліджень / С. П. Архіпова. – Черкаси, 2011. – 239 с.
5. Баркер Р. Словарь социальной работы / Сокр. Пер. с англ. М., 1994. - С. 108-109.
6. Бек У. Общество риска. На пути к другому модерну / У. Бек ; [пер. с нем. В. Седельник и Н. Федорова]. – М. : Прогресс-Традиция, 2000. – 384 с.
7. Бернер Г., Юнсон Л. Теория социально-психологической работы. М.: Юристъ, 2000. – 348 с.
8. Бех В. П. Генезис соціального організму країни: Монографія. 2-е вид. доп. – Запоріжжя: Просвіта, 2000. – 288 с.
9. Боднарчук О. В. Політична самоорганізація громадян України у соціальних мережах / О. В. Боднарчук // Грані. – 2014. – № 6. – С. 121-125.
10. Бхаттачарджи А., Ситник Н. І., Дослідження в соціальних науках: теорія і практика: навчальний посібник. – Київ, 2016
11. Григорьев С.И., Гусякова Л.Г., Ельчанинов В.А. и др. Теория и методология социальной работы: Учебное пособие. М., 1994. - 185 с.

12. Денисюк С. Г. «Новімас-медіа» як чинник впливу на сучасні політичні комунікації / С. Г. Денисюк // Гілея: науковий вісник. – 2015. – Вип. 94. – С. 395-398.
13. Дубняк К. В. Соціальні мережі Інтернет як засіб обміну інформацією / К. В. Дубняк // Держава та регіони. Серія : Соціальні комунікації. – 2014. – № 3. – С. 122-126.
14. Здравомыслов А. Г. Методология и процедура социологических исследований. - М.: Социология, 1999.
15. Іващук Л. Соціальні мережі Інтернету в сучасній політичній комунікації / Л. Іващук // Наук. праці Нац. бібліотеки України ім. В. І. Вернадського / НАН України, Нац. б-ка України ім. В. І. Вернадського, Асоц. б-к України. – Київ, 2011. – Вип. 32. – С. 63–70.
16. Капська А. Й. Соціальна робота: деякі аспекти роботи з дітьми та молоддю. – К.: 2001. – 134 с.
17. Карпенко В. Дослідження ринку користувачів Інтернет-послуг в Україні / В. Карпенко // Вісник Хмельницького національного університету. – 2010. – Т. 1. – №. 4. – С. 185 – 189.
18. Коваль Л. Г., Зверева І. Д., Хлебик С. Р. Соціальна педагогіка. Соціальна робота. – К.: ІЗМН, 1997. – 392 с.
19. Конверський А. Основи методології та організації наукових досліджень: Навч. посіб. для студентів, курсантів, аспірантів і ад'юнтів / за ред. А. Є. Конверського. — К.: Центр учбової літератури, 2010. — 352 с.
20. Коноплицький С. М. Соціальні аспекти комунікації в мережі Інтернет: феноменологічний аналіз : дис. канд. соціол. наук: 22.00.01 / НАН України; Інститут соціології. – К., 2006. – 154 с.
21. Крушельницька О. В. Методологія та організація наукових досліджень : [навч. пос.] / Ольга Володимирівна Крушельницька. – К. : Кондор, 2009. – 206 с.

22. Мазоха Д.С. Основи наукових досліджень у соціальній роботі / Навчально-методичний комплекс: Навчально-методичний посібник. / Дмитро Степанович Мазоха. – К.: Міленіум, 2019. 230с.
23. Мигович І. Становлення соціальної роботи як науки в Україні // Соціальна політика і соціальна робота. - 1998. - №1-2. - С. 70 – 81.
24. Мирончук Н.М. Зміст та форми дослідницької діяльності студентів у процесі педагогічної підготовки у ВНЗ // Дослідницький компонент у діяльності загальноосвітніх навчальних закладів та позашкільних закладів освіти: ретроспектива і перспектива: Матеріали Всеукраїнської наук.-практ. конф., 21 листопада 2013, м. Київ. – К.: Інститут обдарованої дитини, 2013. – С. 170-176.
25. Морено Я. Л. Социометрия: экспериментальный метод и наука об обществе / Я. Л. Морено. – Москва : Акад. проект, 2004. – 320 с.
26. Неприцька Т. І. Політична комунікація у соціальній мережі Facebook / Т. І. Неприцька // Гілея: науковий вісник. – 2015. – Вип. 94. – С. 372-375.
27. Пейн М. Сучасна теорія соціальної роботи. – К.: Либідь, 2000. – 438 с.
28. Повідайчик О.С. Структура готовності соціальних працівників до науково-дослідницької роботи / О.С. Повідайчик // Соціальна робота: виклики сьогодення: зб. матеріалів VI всеукр. наук.-практ. конференції (м. Тернопіль, 17-18 травня 2017 р.). – Тернопіль: ФОП Осадца Ю.В. – 2017. – С. 100 – 103.
29. Полтавець В. Соціальна робота в Україні - перші кроки. - К.: КМ Academia, 2000. - 233 с.
30. Прошкін В. Основні підходи до визначення поняття «науково-дослідна робота студентів» / В. Прошкін // Наукова скарбниця освіти Донеччини. – Вип. 2(5). – 2009. – С. 114 – 117.
31. Румянцева Н.Л. Человек развивающийся (Путь к единой культуре): Системнодиалектический поход. / Нина Леонидовна Румянцева – М.: Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2009. – 224с.

32. Саппс М., Уэллс К. Опыт социальной работы. Введение в профессию. М., 1994. – 120 с.
33. Соціально-політичні настрої жителів України та рейтинг підтримки партій і політичних лідерів: травень-червень 2016 року [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://kiis.com.ua/?lang=ukr&cat=reports&id=628>. Соціальні мережі інтернету як засіб комунікації політичного лідера... 65
34. Тоффлер Э. Третья волна / Э. Тоффлер. – Москва : АСТ, 1999. – 664 с.
35. Фісенко Т. В. Соціальні інтернет-мережі як засіб задоволення інформаційних потреб [Електронний ресурс] // Наукові записки Інституту журналістики : науковий збірник. – К., 2010. – Т.41. – С. 190-194. – Режим доступу: http://www.nbu.gov.ua/portal/soc_gum/nzizh/2010_41/Fisenko.pdf.
36. Черенков А. Интернет и маркетинговые исследования // Маркетинг и маркетинговые исследования в России. 2000. № 2. С. 39-48.
37. Електронний ресурс: <https://smc.org.ua/services/yakisni-metody/>
38. "What's your opinion?". <http://www.biz2/1stChoice/index.html> 121
39. Barnes J. A. Class committees in a Norwegian island parish / J. A. Barnes // Eugene Garfields, Ph.D. – Mode of access: <http://garfield.library.upenn.edu/classics1987/A1987H4444400001.pdf>. – Title from the screen.
40. Batinic B. How to make an internet based survey? http://194.77.76.10/index.htm/texte/how_to.html
41. Boyd D. M., Ellison. N. B. «Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship» // Journal of Computer-Mediated Communication, 13 (1), article 11.– Mode of access:<http://jcmc.indiana.edu/vol13/issue1/boyd.ellison.html>. – 2007.– Title from the screen.
42. CASRO - Council of American Survey Research Organizations, <http://www.casro.org>

43. Comley P. The use of the Internet as a data collection method. 1996.
<http://www.sga.co.uk/esomar.html>
44. Coomber R. Using the Internet for Survey Research.
<http://www.socresonline.org.Uk/2/2/2.html>
45. David Warren Saxe. "On the Alleged Demise of Social Studies: The Eclectic Curriculum in times of Standardization—A Historical Sketch" (PDF).
Eric.ed.gov. Retrieved January 20, 2018.
46. Dillman Don A. Mail and Internet Surveys The Tailored Design Method.
<http://survey./sesrc.wsu.edu/dillman/>
47. Dutta S., Fraser M. «Throwing Sheep in the Boardroom: How Online Social Networking Will Transform Your Life, Work and World. – 2008.
48. Frequently Asked Questions about Conducting Online Research "New Methodologies for Traditional Techniques"
www.casro.org/faq/faq1099.html
49. https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%95%D0%BC%D1%96%D0%BB%D1%8C_%D0%94%D1%8E%D1%80%D0%BA%D0%B3%D0%B0%D0%B9%D0%BC
50. John Grant Nominated For Q Awar
51. MacElroy B. Comparing Seven Forms of Online Surveying,
www.modalis.com
52. MacElroy B. How "What's OK" in Internet-based Research is Diverging from Traditional Methods.www.modalis.com
53. Maitland, F. W.: Domesday Book and Beyond.
54. Mehta R., Sivadas E. Comparing response rates and response content in mail versus electronic mail surveys // Journal of the Market Research Society. 1995. P. 429-439.
55. MODALIS Research Technologies, <http://www.modalis.com>
56. Rensis Likert Biography (2005). Retrieved November 2, 2011, from <http://www.bookrags.com/biography/rensis-likert-soc>

57. Schmidt W. C World-Wide Web Survey Research: Benefits, Potential Problems, and Solutions // Behavior Research Methods, Instruments & Computers. 1997. V. 29 (2). P. 274-279. http://www.mohsho.com/s_ware/survey_research.html
58. Suster M. Social Networking: the past / M. Suster // TechCrunch. – Mode of access: <http://techcrunch.com/2010/12/03/social-networking-past>. – Title from the screen. 16. Tapscott Don Grown Up Digital: How the Net Generation is Changing Your World. Jyväskylä: WSOYpro Oy, 2010, 256 p.
59. Watt J.H. Internet-Based Surveys. <http://www.swiftinteractive.com/whitepapers/Watt/SIAarticle.html>
60. Watt J.H. Using the Internet for Quantitative Survey Research, <http://www.swiftinteractive.com/whitepapers/Watt/SIAarticle.html>