

## ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЯКОСТІ ПОЛЬОВОГО ЕТАПУ ДОСЛІДЖЕННЯ ПІД ЧАС ПРОВЕДЕННЯ СОЦІОЛОГІЧНИХ ОПИТУВАНЬ

**Пиголенко І. В.,**

*кандидат філософських наук, доцент,  
доцент кафедри соціології*

*Національного технічного університету України*

*«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»*

*ORCID ID: 0000-0002-3612-3243*

У статті представлено роль польового етапу в загальному процесі проведення соціологічного дослідження та фактори, що впливають на забезпечення якості збору соціологічної інформації під час проведення опитувань. Невід'ємною і, можна сказати, головною складовою частиною проведення соціологічного дослідження є польовий етап. Він включає збирання первинної соціологічної інформації, набір інтерв'юєрів, проведення інструктажу/навчання, безпосередній збір інформації та забезпечення контролю якості виконаних робіт.

У статті розглянуто вплив роботи інтерв'юєрів на якість результатів соціологічного дослідження, особливості їх роботи, підбір та навчання. Здійснено огляд публікацій щодо цього питання як серед зарубіжних дослідників, так і серед українських науковців.

Автор у статті намагається дати відповідь на питання, яким же повинен бути інтерв'юєр, якими якостями він має володіти, щоби професійно виконувати свою роботу та забезпечити якість зібраної соціологічної інформації. На думку автора, крім професійних знань та навичок, у діяльності інтерв'юєра важливим є набір морально-етичних якостей. Етичні норми соціологічної роботи зафіксовані у низці нормативних документів, серед яких одним з основних є Кодекс професійної етики соціолога Соціологічної асоціації України, а також міжнародні документи.

Також у статті розглянуто питання ефекту інтерв'юєра, що наявний під час використання будь-якого методу соціологічного дослідження, але найбільше він проявляється в ході опитувань методом *face-to-face*.

У статті обґрунтовано, що якість роботи інтерв'юєрів є важливим питанням під час проведення соціологічного дослідження, має міждисциплінарний характер та потребує уваги не тільки з боку дослідницьких компаній, але й з боку науковців, які працюють над питаннями методології та методів збирання соціологічної інформації.

**Ключові слова:** соціологічне дослідження, опитування, польовий етап, якість даних, опитувальна мережа, ефект інтерв'юєра.

---

**Постановка проблеми.** Будь-яке соціологічне дослідження – це багатоетапний процес, який передбачає залучення значних ресурсів, як людських, так і фінансових. Дослідження включає перш за все підготовку, а саме визначення методології, методики, процедури його проведення; написання програми/протоколу дослідження, підготовку інструкцій, розроблення та узгодження інструментарію дослідження, його пілотаж. Також невід'ємною складовою частиною соціологічного дослідження є польовий етап. Він включає збирання первинної соціологічної інформації, а також набір інтерв'юєрів, проведення інструктажу/навчання, безпосередній збір інформації та забезпечення контролю якості виконаних робіт. Заключний етап – це етап оброблення та аналізу отриманих даних, підготовка аналітичного звіту, презентації, публікація отриманих даних у ЗМІ.

Весь процес соціологічного дослідження потребує чіткого дотримання процедур і високої уваги до деталей на кожному етапі. Якість результатів дослідження буде залежати від максимального дотримання всіх правил та вимог. Постає питання про те, який саме етап є найголовнішим і від якого етапу все ж таки залежить якість отриманих результатів соціологічного дослідження. З певним рівнем впевненості можна сказати, що важливим є поступове виконання всіх завдань, передбачених тим чи іншим етапом соціологічного дослідження. Ігнорування підготовчого етапу, а саме написання програми, що включає визначення та формулювання проблеми дослідження, мети та завдань, чітке визначення об'єкта дослідження, відбір одиниць виміру, формулювання гіпотез, може призвести до отримання не тієї інформації, яку планували зібрати. Неякісно проведений польовий етап може звести

нанівець усі теоретичні та практичні аспекти підготовки й отримання на кінцевому етапі викривленої інформації. Польовий етап передбачає залучення значних як матеріальних, так і людських ресурсів. Цей етап потребує значного контролю виконання робіт і дотримання процедур усіма учасниками процесу. Неправильна інтерпретація та неточний статистичний аналіз отриманих результатів можуть призвести до хибних висновків та рекомендацій, запропонованих дослідником, а в подальшому до неправильного прийняття рішень, що може нести навіть небезпеку для соціального середовища.

У статті ми хочемо приділити увагу саме польовому етапу та його ролі у загальному циклі дослідницького проєкту, а також його впливу на забезпечення якості результатів усього соціологічного дослідження (опитування).

Проблеми забезпечення якості польового етапу в американській та західній науковій думці торкається більшість соціологів, які працюють у сфері емпіричної соціології, починаючи з праць американського вченого, журналіста, автора наукових методів вивчення громадської думки Дж. Геллапа. Вивченням громадської думки займались також відомі зарубіжні та вітчизняні спеціалісти-соціологи, зокрема Г. Тард, Ф. Тьоніс, Б. Берельсон, П. Лазарсфельд, Г. Лассуел, С. Ліпсет, У. Ліппман, Е. Ноель-Нойман, Б. Грушин, Б. Докторов, В. Коробейніков, В. Оссовський, В. Полторака, Ю. Сурмін.

Серед російських соціологів, роботи яких присвячені ефекту інтерв'юера під час збирання соціологічної інформації методом телефонного опитування, можна виділити таких дослідників, як Д. Рогозін, А. Мягков, Д. Проскура, О. Єгорова.

В Україні проблеми формування та використання опитувальної мережі присвячені праці таких учених, як О. Вишняк, М. Міщенко, В. Паніотто, С. Потоцька, Т. Рибалко, В. Рукавішніков, С. Стукало, Н. Харченко, М. Чурилов. Слід відзначити, що саме ці дослідники, які надали поштовху в розвитку масових опитувань в Україні, поєднують науково-теоретичні розробки та реалізацію конкретних соціологічних опитувань на ринку соціологічних досліджень.

**Мета статті** полягає в розгляді впливу якості роботи інтерв'юерів під час збирання соціологічної інформації та проведення соціологічних опитувань на результати дослідження.

**Виклад основного матеріалу.** Питанню забезпечення якості збору первинної соціологічної інформації під час проведення соціологічних опитувань, починаючи від локальних, на рівні невеликих міст, об'єднаних громад, районів, обласних центрів, областей, закінчуючи організацією репрезентативних всеукраїнських опитувань, у науковій літературі приділяється не дуже багато уваги. Це пов'язано перш за все з тим, що польовий етап пов'язаний більше з технічною роботою і реалізується тими чи іншими компаніями. Так, Т. Рибалко та Н. Харченко у своїй статті зазначають, що «робота щодо систематизації досвіду організації і проведення польових досліджень акумулюється в дослідницьких компаніях, які створюють власні інструкції для організаторів польової роботи та інтерв'юерів. У такий спосіб фіксується й акумулюється досвід організації роботи інтерв'юерів. З різних етапів організації польової роботи найменше обговорюється етап контролю за якістю роботи інтерв'юерів. З одного боку, дослідницькі компанії не афішують методики контролю, щоб вони не стали відомі несумлінним інтерв'юерам, з іншого боку, активне обговорення проблем фальсифікацій власних даних може зашкодити репутації дослідницької організації» [15, с. 66].

Як зазначають російські соціологи, «на жаль, сьогодні дослідник більше стурбований ефективністю витрат на проведення проєктів, а не пошуком адекватного способу отримання даних» [5, с. 116].

Більшість останніх публікацій українських соціологів з проблематики впливу роботи інтерв'юера на результати дослідження загалом припадає на початок 2000-х років, що пов'язано з піком проведення соціологічних опитувань громадської думки за часи незалежності України, а саме вивчення соціальних проблем, електоральних настроїв, проведення маркетингових досліджень, адже проведення соціологічних досліджень громадської думки населення певної країни залежить від багатьох факторів. Соціологічні дослідження та дослідження громадської думки пов'язані з економічним зростанням, розвитком ринкової економіки, реалізацією соціальних проєктів, що спрямовані на вирішення соціально значущих проблем та допомогу незахищеним верствам населення. Як відомо, соціологічні опитування значно активізуються перед виборами і нерозривно пов'язані зі зростанням політичної конкуренції та виборчими процесами (наприклад, станом на 1 січня 2021 року в Україні зареєстровано у встановленому законом порядку 365 політичних партій) [12]. Отже, соціологічні дослідження не втрачають своєї актуальності і торкаються всіх сфер суспільного життя без винятку.

Щодо польового етапу збору соціологічних даних, то він вважається одним з основних, від якого залежить отримана інформація. В ході польового етапу дослідження інтерв'юери збирають первинні дані, з якими надалі працюватиме дослідник в офісному кабінеті. Якість роботи інтерв'юерів є важливим питанням під час проведення соціологічного дослідження, має міждисциплінарний характер і перебуває на перетині психології, соціології, економіки та політології.

В соціологічному енциклопедичному словнику опитувальна мережа визначається як «раціональне з точки зору вимог вибіркового методу і оптимальне з точки зору організації проведення

опитування, розміщення групи інтерв'юєрів, які протягом тривалого часу збирають соціальну інформацію, що цікавить дослідника. Проведення серії досліджень населення за допомогою постійно діючої мережі інтерв'юєрів є більш економічним, оперативним. Інформація, отримана шляхом таких опитувань, є надійнішою порівняно з разовими обстеженнями. Важливими також є переваги опитувальної мережі у формуванні вибіркової сукупності, доборі та підготовці інтерв'юєрів, створенні однакової методики й технології збирання та оброблення первинної соціологічної інформації, в організації контролю її якості. Опитувальна мережа формується, як правило, для збирання репрезентативної інформації у великомасштабних дослідженнях. За допомогою опитувальної мережі можливим є проведення не всіх соціологічних та маркетингових досліджень, а лише тих, у яких предметна і об'єктна галузі дослідження тісно корелюють з основними характеристиками та ознаками, що були використані дослідником під час побудови опитувальної мережі» [20, с. 359].

Прикладом роботи опитувальної мережі в Україні може бути дослідження української соціологічної компанії «Рейтинг», коли методом інтерв'ю *face to face* було опитано по 1 200 респондентів в кожній галузі, що на Всеукраїнському рівні склало 30 тис. респондентів [14]. Якщо в кожній галузі для опитування було залучено в середньому 15–20 інтерв'юєрів, то загальна кількість польових працівників складала 375–500 інтерв'юєрів. Також за масштабного соціологічного дослідження потрібне залучення координаторів (бригадирів, супервайзерів), які не беруть безпосередньої участі в опитуванні, але відіграють важливу роль, оскільки організують весь польовий етап. Необхідним є залучення до роботи контролерів (валідаторів), які здійснюють перевірку проведення опитування, відповідності методики та виконання інструкцій. Існують такі різновиди контролю польового етапу дослідження, як візуальний, вербальний та логічний. Важливою і невід'ємною складовою частиною якісно проведеного дослідження є розроблення інструментів контролю отриманої первинної соціологічної інформації на центральному рівні, де агрегується вся зібрана первинна інформація. Таким чином, під час проведення масових соціологічних досліджень постає питання не тільки залучення великої кількості інтерв'юєрів, але й їх постійна професійна підготовка та навчання.

В соціологічному енциклопедичному словнику інтерв'юєр визначається як «особа, яка проводить інтерв'ю; іноді анкетера – особу, що проводить анкетування, – також називають інтерв'юєром. Функції інтерв'юєра залежать від особливостей дослідження та різновиду інтерв'ю. У повному обсязі інтерв'юєр здійснює такі функції: добирає респондентів; забезпечує ситуацію інтерв'ю; ставить запитання, за потребою застосовуючи зондування або за вказівками – візуальний допоміжний матеріал, обертання чи переходи до певних запитань; записує відповіді респондента і власні нотатки; спостерігає за поведінкою опитуваного та занотовує враження від неї; відповідає на технічні запитання до інтерв'юєра; редагує запис інтерв'ю; заповнює бланк звітної документації; забезпечує конфіденційність; вчасно здає виконану роботу. Під час опитування від інтерв'юєра цілком залежить якість інформації, що збирається, тому підбір і підготовка інтерв'юєрів мають особливе значення» [18, с. 214].

Німецький соціолог Елізабет Ноель зазначає, що «на питання, яким же повинен бути ідеальний інтерв'юєр, можна – нехай в найбільш загальній формі – відповісти короткою формулою: товариський педант» [10]. Отже, ідеальний інтерв'юєр – це «товариський педант».

В ході масових опитувань потрібна велика кількість гарно підготовлених інтерв'юєрів, що постійно виконують значний обсяг роботи. Сьогодні підвищуються вимоги до кваліфікації інтерв'юєрів. Так, це не тільки проведення масових опитувань за місцем проживання респондентів або вуличних опитувань, але й високий рівень мобільності (готовність до опитувань в інших районах, містах, селах). При цьому інтерв'юєр повинен володіти навичками рекрутингу для фокус-груп, поглиблених інтерв'ю, проведення телефонних опитувань тощо. Елізабет Ноель зазначає: «Зрозуміло, що при цьому потрібно таке поєднання якостей, яке нечасто зустрічається в повсякденному житті. Ймовірно, воно характерне швидше для жінок, ніж для чоловіків. Дійсно, жінок часто використовують в ролі інтерв'юєрів. В американській літературі позначення «інтерв'юєр», як правило, має на увазі жінку («інтерв'юєр назвала себе...»)» [10].

Після розпаду Радянського Союзу, коли масово закривалися підприємства, проблеми з набором інтерв'юєрів майже не було. Це найчастіше були жінки середнього віку, яким із високим рівнем довіри та готовністю відповідали на запитання, відкривали двері помешкань під час квартирних опитувань. Однак з часом цей ресурс значно зменшився, і сьогодні вже не є основним ресурсом для оновлення бази інтерв'юєрів. З розвитком соціологічної освіти в Україні, а саме з підготовкою професійних соціологів, до групи інтерв'юєрів підключилися студенти-соціологи. З одного боку, ця когорта інтерв'юєрів навчається та отримує вищу соціологічну освіту, орієнтуючись в особливостях проведення інтерв'ю, а з іншого боку, ця група має на меті закріплення теоретичних знань на практиці та додатковий підрібок. Однак вимушене зменшення кількості бюджетних місць та навіть закриття соціологічних спеціальностей теж вплинули на контингент інтерв'юєрів. Третя група інтерв'юєрів – це матері, які є домогосподарками і у вільний час мають можливість і бажання підробляти інтерв'юєрами.

Як зазначають російські дослідники, «ймовірно, галузі належить замінити стихійний приплив інтерв'юерів на їх підготовку всередині галузі через стандарти, інструкції, тести, можливо, курси підготовки» [5, с. 121]. Також важливим питанням є професійне вигорання інтерв'юерів, що викликано необхідністю постійного спілкування з респондентами (часте отримання негативу у вигляді образ, вислуховування проблем тощо), певною одноманітністю виконуваної роботи, постійним напруженням та стресами, що навіть приводить до психічних розладів. З огляду на те, що інтерв'юер – найчастіше тимчасова робота, дуже важливо, коли настає професійне вигорання, зробити перерву в роботі або змінити діяльність, наприклад, переключитись з інтерв'ювання на рекрутинг або з кількісних методів дослідження перейти до якісних.

Важливим та основним елементом у роботі інтерв'юера є етичні принципи та норми, яких інтерв'юер повинен дотримуватись під час виконання своєї роботи. Крім професійних знань та навичок у діяльності інтерв'юера, важливим є набір морально-етичних якостей. Результати його роботи не тільки впливають на якість отриманих даних, але й у подальшому можуть впливати на життя окремих соціальних груп, спільнот, суспільства загалом під час прийняття тих чи інших управлінських рішень. Інтерв'юер перш за все має бути чесним і добросовісним, сумлінно виконувати свою роботу. Погоджуючись на складні умови праці, інтерв'юер бере на себе неабияку відповідальність, він повинен довести діло до кінця, у певні строки повністю і якісно здати свою роботу супервайзеру. Про це говорить і Елізабет Ноель: «Моральна стійкість передбачає також чесність, адже у вирішальній фазі дослідження – під час вибору та опитування намічених респондентів – інтерв'юер працює один. Не відчувачи нагляду, він повинен неухильно виконувати незручні і трудомісткі приписи. Підробка – груба або незначна – неприємний і все ж таки постійний фактор спотворень, який можна частково контролювати, але не можна виключити повністю» [10].

Етичні норми соціологічної роботи зафіксовані у низці нормативних документів. Серед основних документів, на яких базується робота інтерв'юера, слід назвати Кодекс професійної етики соціолога Соціологічної асоціації України, Етичний кодекс Української асоціації маркетингу, Кодекс етики Міжнародної соціологічної асоціації (ISA), Міжнародний процесуальний кодекс проведення маркетингових і соціологічних досліджень ICC/ESOMAR, Кодекс етики Світової асоціації дослідження громадської думки (WAPOR) [6; 7; 9].

Менеджер польового етапу дослідження бере на себе зобов'язання без затримки та в строк організувати повну оплату праці інтерв'юера. Щодо впливу оплати на роботу інтерв'юера, то ще на початку 2000-х років М. Чурилов на лекціях з дисципліни «Методологія та методи соціологічного дослідження», розповідаючи про побудову Всеукраїнської опитувальної мережі, зазначав, що важливо знайти оптимальну вартість, тому що висока оплата часто має більшу спокусу підробити анкету, ніж низька вартість оплати роботи інтерв'юера. Зрозуміло, що оплата праці інтерв'юера залежить від багатьох чинників, серед яких можна виділити тему дослідження, обсяг анкети, складність питань, специфіку об'єкта дослідження, тип вибірки, досяжність респондентів, терміни виконання завдання.

Слід зазначити, що рекрутинг інтерв'юерів має неабиякий вплив на якість проведеного соціологічного дослідження загалом. Оскільки цей вид діяльності, зокрема вуличне опитування, передбачає активний фізичний процес (пошук респондентів, робота цілий день переважно на вулиці за будь-яких погодних умов і «на ногах»), то інтерв'юерами краще обирати молодих, фізично активних людей, відкритих до спілкування протягом усього робочого дня. Якщо інтерв'юер не відповідає зазначеним вимогам, краще одразу, ще до початку польового етапу дослідження, замінити його кандидатуру. Якщо польовий етап обмежений у часі, а інтерв'юери відмовляються працювати, рекрутеру (супервайзеру) необхідно терміново шукати заміну, адже дуже важливо дотримуватись розрахованого та затвердженого плану роботи, тобто на якість дослідження впливає як безпосередня робота інтерв'юера, так і робота рекрутера, який його відібрав.

Щодо важливої особистісної якості інтерв'юера, про яку йшлося вище, а саме вміння й готовність до спілкування з людьми (респондентами) протягом усього робочого дня, тут також існують певні межі та кордони. Основним завданням інтерв'юера є збір достовірної, невикривленої інформації з «перших вуст». Інтерв'юеру не потрібно, а навіть заборонено висловлювати свою думку, давати власну відповідь на те чи інше запитання, підштовхувати та спонукати респондента на «правильні» відповіді. «Ефект інтерв'юера» – це викривлення у відповідях респондентів, обумовлені впливом з боку інтерв'юера.

Проблема «ефекту інтерв'юера» не є новою для світової соціології. Першим науковим дослідженням з цієї теми можна вважати роботу З. Райса, опубліковану у 1929 році, в якій автор, мабуть, вперше наочно продемонстрував небезпеку викривлення результатів дослідження, що пов'язані з впливом інтерв'юера, а також привернув увагу до необхідності їх усунення.

В стандартизованому інтерв'ю зазвичай участь беруть дві особи, а саме інтерв'юер та респондент. Респондент – особа, яка виступає як джерело первинної інформації в процесі опитування

або в результаті спостереження щодо певного явища, тобто ми повинні говорити, що соціологічне інтерв'ю – це двосторонній процес, коли не тільки інтерв'юер, але й респондент можуть вплинути на результати наданої інформації.

«Ефект інтерв'юера» наявний під час використання будь-якого методу дослідження, але найбільше він проявляється в ході опитувань методом *face-to-face*. Також є певна специфіка роботи інтерв'юера в кожному окремому методі (в телефонному опитуванні, анкетуванні, вуличному опитуванні, поквартирному опитуванні, екзит-полі).

**Висновки.** Таким чином, якість проведення польового етапу дослідження залежить від багатьох факторів, а саме від підготовки польових робіт, проведення інструктажів, навчання, роз'яснювальних робіт; впливу індивідуальних особливостей інтерв'юера, виконання ним роботи з дотриманням норм та інструкцій, ставлення до виконуваної роботи, завантаженості в рамках проекту; забезпечення контролю виконання робіт з боку дослідницької компанії. Отже, проблема забезпечення якості польового етапу дослідження залишається актуальною і постає перед дослідниками та науковцями.

---

### **Pygolenko I. Quality assurance of the field phase of the research during sociological surveys**

The article presents the role of the field phase in the general process of sociological research and the factors which influencing the quality of sociological information. One of the main components of sociological research is the field phase. It includes the collection of primary sociological information, also the recruitment of interviewers, instruction/training, collection of information and control the quality of work.

The article considers the influence of interviewers' work on the quality of sociological research results, features of their work, selection and training. A review of publications on this issue among both foreign researchers and Ukrainian scientists.

The author of the article tries to answer the question of what an interviewer should be, what qualities he should have in order to perform his work professionally and ensure the quality of the collected sociological information. According to the author, in addition to professional knowledge and skills, a moral and ethical quality is important in the work of the interviewer. Ethical norms of sociological work are fixed in a number of normative documents, among which one of the main is the Code of professional ethics of a sociologist of the Sociological Association of Ukraine, as well as international documents.

Also, the article discusses the effect of the interviewer, which occurs when using any method of sociological research, but it is most evident in face-to-face surveys.

The article argues that the quality of interviewers is an important issue in sociological research, is interdisciplinary and needs attention not only from research companies but also from scientists working on the methodology and methods of collecting sociological information.

**Key words:** sociological research, survey, field phase, data quality, survey network, interviewer effect.

---

### **Література:**

1. Бутенко И. Анкетный опрос как общение социолога с респондентом. Москва : Высшая школа, 1989. 176 с.
2. Бутенко И. Организация прикладного социологического исследования. Москва : Тривола, 1998. 226 с.
3. Докторов Б. Прямые продолжатели дела отцов основателей: Пол Перри, Джо Белден и Бад Роупер. *Социальная реальность*. 2006. № 11. С. 120–129.
4. Докторов Б. Прямые продолжатели дела отцов-основателей: Уоррен Митофски и Джозеф Ваксберг. *Социальная реальность*. 2007. № 1. С. 109–120.
5. Дулина Н., Звоновский В., Токарев В. Рынок социологических и маркетинговых исследований в России: состояние, динамика прогноз. *Социологические исследования*. 2017. № 12. С. 110–123.
6. Етичний кодекс Української асоціації маркетингу. *Офіційний сайт Української асоціації маркетингу*. URL: <http://uam.in.ua/rus/standarts>.
7. Кодекс професійної етики соціолога. *Офіційний сайт Соціологічної асоціації України*. URL: <http://www.sau.kiev.ua/codex.html>.
8. Мангейм Дж.Б., Рич Р.К. Политология. Методы исследования / пер. с англ. ; предисл. А. Соколова. Москва : Весь Мир, 1997. 544 с.
9. Нова редакція Міжнародного процесуального кодексу ICC/ESOMAR. *Маркетинг в Україні*. 2007. С. 67–70.

10. Ноэль Э. Массовые опросы. Введение в методику демоскопии / пер. с нем. Москва : Прогресс, 1978. 379 с. URL: <https://socioline.ru/pages/e-noel-e-noel-nojman-massovye-oprosy-vvedenie-v-metodiku-demoskopii>.
11. Отчет рабочей группы AAPOR о неслучайных выборках: июнь 2013 / Американская ассоциация исследователей общественного мнения ; пер. с англ. Д. Рогозина, А. Ипатовой. Москва : Общероссийский общественный фонд «Общественное мнение», 2016. 170 с.
12. *Офіційний сайт Міністерства юстиції України*. URL: <https://minjust.gov.ua/m/4561>.
13. Рабочая книга социолога / под общ. ред., предисл. Г. Осипова. 3-е изд. Москва : Эдиториал УРСС, 2003. 480 с.
14. Результати національного опитування «Україна: настрої та очікування», грудень 2017 року, 30 000 респондентів, соціологічна група «Рейтинг». URL: [http://ratinggroup.ua/files/ratinggroup/reg\\_files/rg\\_ukraine\\_022018\\_press.pdf](http://ratinggroup.ua/files/ratinggroup/reg_files/rg_ukraine_022018_press.pdf).
15. Рибалко Т., Харченко Н. Контроль якості роботи опитувальної мережі інтерв'юерів. *Наукові записки. Соціологічні науки*. 2003. Т. 21. С. 66–70.
16. Рукавишников В., Паниотто В., Чурилов Н. Опросы населения (Методический опыт). Москва : Финансы и статистика, 1984. 207 с.
17. Соціологічна служба на підприємстві : методичні рекомендації. Київ : АН УРСР, Інститут економіки, Львівське відділення, 1974. 80 с.
18. Стукало С. Інтерв'юер. *Соціологія: короткий енциклопедичний словник* / за заг. ред. В. Воловича. Київ : Український Центр духовної культури, 1998. 736 с.
19. Стукало С. Довідник інтерв'юера. Київ : Наукова думка, 1996. 43 с.
20. Чурилов М. Опитувальна мережа. *Соціологія: короткий енциклопедичний словник* / за ред. В. Воловича. Київ, 1998. 736 с.
21. Ядов В. Стратегия социологического исследования. Описание, объяснение, понимание социальной реальности. Москва : Добросвет, 1999. 596 с.