

Министерство науки и высшего образования
Российской Федерации
Ярославский государственный университет им. П. Г. Демидова
Кафедра социологии

В. В. Загребин

С. Л. Таланов

ПРАВОВЫЕ ОСНОВЫ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СОЦИОЛОГА

Учебно-методическое пособие

Ярославль
ЯрГУ
2020

УДК 316.1(075.8)
ББК С5я73
З-14

*Рекомендовано
Редакционно-издательским советом университета
в качестве учебного издания. План 2020 года*

Рецензент
кафедра социологии ЯрГУ

Загребин, Владимир Владимирович.
З-14 Правовые основы деятельности социолога : учебно-методическое пособие / В. В. Загребин, С. Л. Таланов ; Яросл. гос. ун-т им. П. Г. Демидова. — Ярославль : ЯрГУ, 2020. — 40 с.

В учебно-методическом пособии отражены основные представления о правовых нормах и этических принципах, на которых базируется проведение социологических исследований в России и за рубежом, о правах и обязанностях социологов в профессиональной деятельности.

Предназначено для студентов, изучающих дисциплину «Правовые основы деятельности социолога».

УДК 316.1(075.8)
ББК С5я73

© ЯрГУ, 2020

Предисловие

Учебно-методическое пособие предназначено для обеспечения дисциплины «Правовые основы деятельности социолога», для магистрантов, обучающихся по направлению 39.04.01 «Социология». Цель освоения дисциплины состоит в ознакомлении студентов с системой законодательства, регулирующего правовые отношения, возникающие в процессе социологических исследований. В качестве предшествующих освоению дисциплины выступают знания, умения и навыки, сформированные при изучении курсов «Методология и методы социологического исследования», «Исследования систем управления», «Социальная диагностика, социологическая экспертиза и прогнозирование», «Прикладные социологические исследования», «Организация и проведение социально-политических исследований», а также при прохождении проектно-технологической практики и выполнении научно-исследовательской работы.

Дисциплина «Правовые основы деятельности социолога» направлена на формирование компетенций в соответствии с ФГОС ВО, ОП ВО: профессиональной компетенции ПК-5: Способность и готовность профессионально составлять и оформлять научно-техническую документацию. Ожидается, что в результате освоения дисциплины, обучающиеся приобретут следующие знания, умения и навыки:

знает:

содержание Федерального закона «О персональных данных» (ФЗ-152 с изм.);

содержание международного профессионального кодекса Международной организации по стандартизации (ISO 20252);

содержание Международного Кодекса практики маркетинговых и социологических исследований ESOMAR (European Society Of Opinion and Market Research);

умеет применять федеральный закон и международные кодексы;

имеет навыки составлять научно-техническую и научно-аналитическую документацию по итогам социологического исследования с учетом нормативных документов, в том числе действующих

щих федеральных законов, этического кодекса профессионального сообщества.

Пособие состоит из трёх глав. Первая глава посвящена анализу профессии социолога в современном нормативно-правовом поле. Во второй главе рассматриваются правовые и этические источники профессиональной деятельности социолога на международном и национальном уровнях. Представлены критерии охраноспособности социологического инструментария в контексте авторского права. Значительное место занимает анализ основных кодексов, регулирующих профессиональную деятельность социолога (ICC/ESOMAR). В третьей главе анализируются правовые знания в области нарушения авторского права, а также нравственные принципы в профессиональной деятельности социолога.

Каждая тема содержит формулировку задачи, которая должна быть решена в результате освоения темы, краткое содержание темы, вопросы и задания для работы в ходе семинарских занятиях, список рекомендованной литературы для более глубокого изучения нормативно-правовых основ профессиональной деятельности социолога. Отдельный раздел учебно-методического пособия содержит практические задания для самостоятельной работы обучающихся и темы для эссе. Ожидается, что умение решать правовые задачи будет способствовать формированию у студентов правовой культуры, навыков использования нормативно-правовых документов, умения правильно ориентироваться в правовых вопросах.

1. Профессия социолога и нормативное регулирование

1.1. Профессия социолога сегодня

Задача — раскрыть сущность профессии социолога, обобщить и систематизировать представления о необходимом уровне образования для претендента на должность социолога.

Краткое содержание темы

В последние два десятилетия в связи с высокой востребованностью в экономике проектно-аналитической деятельности коммерческого и некоммерческого сектора и органов власти в России становится популярной профессия социолога. Между тем в представлении большинства обывателей социологи ассоциируются с людьми, которые ходят по улицам с анкетами и опрашивают граждан, т. е. деятельность социологов позиционирована в качестве трудового занятия, но не профессии [4, с. 27].

Кто же такой социолог? Профессия «социолог» существует в формальных государственных классификациях (например, США, Канады, Англии). В описаниях профессии «социолог» преобладает исследовательская деятельность как способ идентификации типа работы. Социолог — это специалист, который может работать практически в любой сфере, где востребованы исследовательские и аналитические компетенции. Чтобы претендовать на должность социолога, соискателю необходимо соответствовать следующим квалификационным требованиям:

- диплом бакалавра социологии;
- диплом специалиста социологии;
- диплом магистра социологии;
- закончил аспирантуру по социологии;
- закончил докторантуру по социологии;
- кандидат социологических наук;
- доктор социологических наук;
- академик РАН.

Редко так бывает, чтобы претендент на должность социолога имел квалификацию бакалавра социологии, магистра социологии, учёную степень кандидата социологических наук или доктора

социологических наук. Зачастую кандидат на должность социолога имеет диплом по направлению подготовки из укрупненной группы специальностей и направлений, например «Социальная работа», «Организация работы с молодежью». Иногда на работу социолога претендуют специалисты с дипломом в области маркетинга. На вакансию социолога может претендовать и кандидат, который прошел обучение по программе профессиональной переподготовки по направлению «Социология» (более 500 часов).

В таком случае вся ответственность при трудоустройстве ложится на работодателя. Он должен решить, брать на работу того, кто закончил вуз и имеет степень бакалавра или магистра по социологии, или того, кто прошел обучение на курсах повышения квалификации или курсах профессиональной подготовки.

Выпускник по направлению подготовки «Социология» может работать:

- в фирмах, проводящих маркетинговые исследования (Ipsos, ARMI-Marketing и т. п.);
- компаниях, работающих в сфере медиапланирования (TNS Global и др.);
- аналитических управлениях крупных российских и международных компаний (Kaspersky Lab, «МегаФон» и т. п.);
- рекламных и PR-агентствах;
- компаниях, изучающих общественное мнение (ФОМ, ВЦИОМ и т. п.);
- HR-агентствах (рекрутинг персонала);
- министерствах и государственных ведомствах (Минэкономразвитие и др.);
- финансово-кредитных учреждениях (Сбербанк и др.);
- вузах (НИУ ВШЭ, РАНХиГС и др.);
- исследовательских институтах (ФНИСЦ РАН и др.).

Как правило, работодатель хочет, чтобы претендент на должность социолога соответствовал следующим требованиям:

- опыт работы в области исследований;
- ПК — продвинутый пользователь (MS Office, SPSS);
- обязательное знание английского языка;
- умение работать в жестко заданные сроки, способность принимать оперативные решения;
- умение работать с большими объемами информации;

- высокая работоспособность, стрессоустойчивость;
- хорошие коммуникативные навыки.

При трудоустройстве на должность социолога требуются следующие документы: паспорт, трудовая книжка, ИНН и пенсионное свидетельство (СНИЛС), дипломы и свидетельства, в некоторых случаях медицинская книжка, регистрация по месту пребывания.

Методические рекомендации к изучению темы

При самостоятельной подготовке к занятию необходимо ознакомиться со статьями из главы 10 «Трудовой договор» и со статьями из главы 11 «Заключение трудового договора», а также со статьями из раздела IV «Рабочее время» [1].

Глубже осмыслить положение данного учебного материала позволят научные статьи из ведущих социологических журналов [2; 3].

Ключевые термины

Профессия — род трудовой деятельности человека. Однако это в самом общем виде. В реальности список профессии определяет Министерство труда и социальной защиты РФ. Традиционно профессия отличается от рода занятия и вида деятельности по ряду признаков. К важным профессиональным атрибутам у социологов относятся:

- профессиональные ассоциации (Российское общество социологов);
- социологические кафедры и факультеты во многих вузах страны;
- профессиональная идентичность;
- альтруистическая мотивация.

С точки зрения интерпретативного подхода каждая профессия стремится захватить выгодное положение в стратификационной системе. Социологи имеют преимущественное право на проведение социологических исследований.

Таким образом, социология — это профессия, а не трудовое занятие.

Вопросы для самопроверки

1. Нужен ли национальный профессиональный стандарт социолога, если уже существуют международные, такие как ESOMAR и WAPOR?

2. Какие требования предъявляют претенденту на должность социолога?

3. Нужен ли профессиональный стандарт социолога, если гильдия маркетологов уже зарегистрировала в Министерстве юстиции РФ 21 июня 2018 г. (регистрационный № 51397) стандарт маркетолога?

Задания для практической работы

Проанализируйте статью Рыбаковой О. В. Профессия «социолог»: история вопроса о профессиональном стандарте // Мониторинг общественного мнения: Экономические и социальные перемены. 2019. № 4. С. 304–322. URL: <https://monitoringjournal.ru/index.php/monitoring/article/view/755/600> (дата обращения: 23.01.2020). Напишите рецензию на данную статью (не более 3 страниц).

Список литературы

1. Трудовой кодекс Российской Федерации от 30.12.2001 № 197-ФЗ. — URL : http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_34683/ (дата обращения: 23.01.2020).

2. Абрахам, М. Социология : призвание и профессия / М. Абрахам // Журнал социологии и социальной антропологии. — 2017. — № 2. — С. 7–21.

3. Окольская, Л. А. Ценности и нормы социологической профессии на сайтах факультетов и кафедр / Л. А. Окольская // Вестник общественного мнения : Данные. Анализ. Дискуссии. — 2010. — Т. 105, № 3. — С. 13–27.

4. Таланов, С. Л. Российские социологи: социологический анализ становления профессии / С. Л. Таланов // Alma mater (Вестник высшей школы). — 2015. — № 5. — С. 26–32.

1.2. Нормативно-правовые и подзаконные акты РФ, регламентирующие профессиональную деятельность социолога

Задача — проанализировать ряд общих проблем современного правопонимания, соотношение нормативно-правовых актов и подзаконных актов.

Краткое содержание темы

Правовую основу деятельности социолога в России составляют нормативно-правовые и подзаконные акты, а также международные договоры и соглашения РФ.

В России основным законом является Конституция Российской Федерации от 12 декабря 1993 г. Действующая Конституция является писаной, жесткой и пятой по счету.

В стране периодически принимаются федеральные конституционные законы, которые обладают более высокой юридической силой по сравнению с федеральными законами и иными нормативно-правовыми актами.

Далее по юридической силе после конституционных законов следуют международные договоры и соглашения РФ.

Среди юристов идут постоянные дискуссии относительно места норм международного права в системе источников российского права. Поводом для дискуссии является ст. 15 Конституции РФ, которая гласит: «Общепризнанные принципы и нормы международного права и международные договоры Российской Федерации являются составной частью её правовой системы. Если международным договором Российской Федерации установлены иные правила, чем предусмотренные законом, то применяются правила международного договора» [1].

Из данной формулировки следует, что в российскую правовую систему включено не международное право в целом, а только те принципы и нормы международного права, которые названы общепризнанными, и международные договоры.

Де-юре нормы международного права (если ратифицированы) по силе выше всех кодексов РФ, федеральных (текущих) и региональных законов, региональных подзаконных актов, актов органов местного самоуправления.

В середине 2020 г. планируется внесение поправок в Конституцию РФ, в частности закрепление приоритета российского законодательства над международным.

После международных договоров и соглашений РФ по юридической силе идут кодификационные законы (т. е. кодексы, причем все кодексы равны друг другу по юридической силе):

- Уголовный Кодекс РФ от 13.06.1996 № 63-ФЗ (ред. от 02.08.2019).

- Трудовой кодекс РФ от 30.12.2001 № 197-ФЗ (ред. от 02.08.2019).

- Кодекс Российской Федерации «Об административных правонарушениях» от 30.12.2001 № 195-ФЗ (ред. от 02.08.2019) и другие кодексы.

Ниже кодексов по юридической силе расположены федеральные законы (их ещё называют «обычные» или «текущие» законы). Текущие законы принимаются депутатами Государственной думы РФ и вступают в действие по истечении десяти дней после дня их официального опубликования в «Парламентской газете», «Российской газете» или «Собрании законодательства Российской Федерации», если самими законами или актами палат не установлен другой порядок вступления их в силу.

Ниже общефедеральных нормативно-правовых актов находятся подзаконные акты с учётом федерального и регионального уровней.

Федеральный уровень представляют:

- указы президента Российской Федерации;

- постановления правительства Российской Федерации.

Например, разработано постановление Правительства РФ от 25 мая 2019 г. № 662 «Об утверждении методики проведения социологических исследований в целях оценки уровня коррупции в субъектах Российской Федерации» [2].

Региональный уровень представляют:

- Конституция (устав) субъекта РФ;

- законы субъекта РФ;

- акты высшего должностного лица субъекта РФ;

- акты органов исполнительной власти субъекта РФ;

- акты органов местного самоуправления.

Далее по юридической силе следуют локальные акты, принимаемые работодателем:

- штатное расписание;
- правила внутреннего трудового распорядка;
- положение о защите персональных данных;
- программа вводного инструктажа.

На защите корпоративных профессиональных интересов стоит профессиональный стандарт социолога.

Чаще всего в локальные акты вносят определенные ограничения на проведение социологических исследований. Например, в некоторых организациях указано, что проводить социологический опрос можно только с согласия работодателя.

Социологические общества, ассоциации и т. п. руководствуются профессиональными кодексами, которые по юридической силе относятся к локальным актам. Среди них Профессиональный кодекс Российского общества социологов и Этический кодекс Российского общества социологов.

Социологи в случае совершения ими противоправных действий подлежат ответственности (уголовной, административной, дисциплинарной, гражданско-правовой) согласно действующему законодательству.

Если работодатель принимает локальный акт, который противоречит вышестоящим нормативно-правовым актам или подзаконным актам, то его необходимо опротестовать в суде или прокуратуре.

Законодательство страны периодически изменяется. Меняется общество, меняются нормы и правила человеческого общежития. Не каждый гражданин обладает правом законодательной инициативы, но он может проявлять законотворческую активность в форме законодательного предложения.

Методические рекомендации к изучению темы

Данная тема направлена на то, чтобы углубить и поднять на более высокий уровень обобщения знания магистрантов об отечественной системе права. В определенной мере рассматриваемые понятия известны магистрантам из правовых дисциплин.

Изучение данной темы должно способствовать формированию правовой грамотности и правовой культуры социолога.

При самостоятельной подготовке к занятию необходимо ознакомиться с источниками и литературой, рекомендованными к данной теме, прежде всего статьей И. А. Зенина [4].

Закрепить материал раздела поможет выполнение студентами заданий для практической работы.

Ключевые термины

Нормативный правовой акт — официальный документ, принятый в пределах компетенции уполномоченного государственного органа или путём референдума, содержащий общеобязательные правила поведения, рассчитанные на неопределённый круг лиц и неоднократное применение.

Подзаконный нормативный правовой акт — правовой акт органа государственной власти, имеющий более низкую юридическую силу, чем закон. Подзаконный нормативный акт — принятый компетентными органами и устанавливающий норму права юридический акт, основанный на законе и не противоречащий ему.

Вопросы для самопроверки

1. Имеет ли право работодатель взять на должность социолога претендента без высшего социологического образования? Например, претендент на должность учился на политолога?

2. Каковы основные компоненты профессиональной подготовки социолога? Как они связаны между собой?

3. Что делать, если локальный акт противоречит закону?

4. Как оформлять на работу интервьюеров?

5. Имеет ли право работодатель устанавливать испытательный срок при приеме на работу претенденту на должность социолога с высшим социологическим образованием (уровень бакалавриата)? Если да, то на какой срок (3 месяца или 6 месяцев)?

Задания для практической работы

Магистрантам в рамках самостоятельной работы необходимо проанализировать законотворческий процесс в России и ответить на следующие вопросы: В чем суть законодательной инициативы? Чем она отличается от законодательного предложения? Каковы отличия парламентских слушаний от официального обсуждения? Каковы особенности процедуры принятия закона?

Для выполнения данного задания необходимо ознакомиться с книгой: Крашенинникова П. В. Закон и законотворческий процесс. М., 2017. URL: <https://avidreaders.ru/book/zakon-i-zakonotvorcheskiy-process.html> (дата обращения: 23.01.2020).

Список литературы

1. Конституция Российской Федерации. — URL : http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_28399/ (дата обращения: 23.01.2020).

2. Постановление Правительства РФ от 25.05.2019 № 662 «Об утверждении методики проведения социологических исследований в целях оценки уровня коррупции в субъектах Российской Федерации». — URL : <http://base.garant.ru/72255554/> (дата обращения: 23.01.2020).

3. Федеральный закон от 27.07.2006 № 149-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации». — URL : http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_61798/ (дата обращения: 23.01.2020).

4. Зенин, И. А. Гармония и диссонанс справедливости, морали и публичного порядка в российском праве интеллектуальной собственности / И. А. Зенин // Право интеллектуальной собственности. — 2018. — № 1. — С. 4–10.

2. Профессиональная этика социолога

2.1 Этические стандарты социологов зарубежных стран

Задача — сформировать у студентов представления об этических нормах, которыми обязан руководствоваться в своей деятельности социолог.

Краткое содержание темы

Социологи разных стран объединяются в различные ассоциации (профсоюзы, общества), что позволяет более эффективно защищать свои права. Однако независимо от правового положения ассоциаций и профсоюзов большинство таких социологических объединений в своей профессиональной практике руководствуется международными нормами и стандартами. Основным общепризнанным международным документом для социологов является Международный кодекс ICC/ESOMAR [1].

Первый Кодекс практики проведения маркетинговых и социологических исследований был опубликован Европейским обществом исследований общественного мнения и рынка (ESOMAR) в 1948 г. ICC (Международная торговая палата) является крупнейшей в мире организацией, объединяющей 6,5 млн участников в более чем 130 странах мира. Международный кодекс практики проведения маркетинговых и социологических исследований (ESOMAR), изучения общественного мнения и анализа данных одобрен (ратифицирован) в более чем 50 странах мира. Он устанавливает глобальные стандарты, которыми руководствуются исследователи и специалисты в области анализа данных.

Члены ESOMAR подписывают и соблюдают всемирно признанный кодекс поведения, разработанный ICC/ESOMAR Code. Он устанавливает общепринятые профессиональные стандарты, которые обязаны соблюдать участники. Существует служба обработки жалоб, которая расследует все зарегистрированные случаи нарушений кодекса. Если случаи нарушений подтверждаются, данная служба устанавливает соответствующие санкции.

С основными положениями кодекса можно познакомиться на официальном сайте [1] или на сайте Всероссийского центра изучения общественного мнения (ВЦИОМ) [2].

В основе Кодекса лежат следующие основные положения.

1. Маркетинговые исследования должны проводиться в соответствии с национальным и международным законодательством.

2. Исследователи должны действовать в соответствии с общепринятыми этическими принципами; они не должны совершать действия, способные дискредитировать маркетинговые исследования в глазах общественности.

3. Исследователь должен соблюдать особую осторожность при проведении опросов среди детей и молодежи.

4. Участие респондентов в маркетинговых исследованиях осуществляется только на добровольной основе. При получении согласия респондентов на участие в исследовании им должна быть предоставлена полная информация о целях и характере проекта; их не должно вводить в заблуждение.

5. Исследователи должны уважать права респондентов как частных лиц; необходимо принимать все меры, чтобы не допустить причинение респондентам прямого вреда или другого нежелательного воздействия, которое может возникнуть в результате их участия в маркетинговом исследовании.

6. Исследователи не должны допускать, чтобы полученная в ходе проекта личная информация респондентов использовалась для каких-либо посторонних целей, не связанных с исследованием.

7. Исследователи должны обеспечить чёткую, прозрачную и объективную организацию, проведение и документирование проектов и различных мероприятий, тем или иным образом связанных с исследованием, а также составление отчётности по ним.

8. Исследователи должны соблюдать общепринятые принципы добросовестной конкуренции.

Кодекс не рассматривается как исчерпывающий свод правил и не может предусмотреть рекомендации для каждой ситуации, с которой может столкнуться социолог или маркетолог в профессиональной деятельности. В связи с этим спорные ситуации чаще всего регулируются национальным законодательством.

Методические рекомендации к изучению темы

При самостоятельной подготовке к занятию полезно начать с анализа кодекса ESOMAR и принципов работы WAPOR [3]. Необходимо подробно остановиться на роли Международной торговой палаты (ICC) в создании кодекса.

Ключевые термины

Кодекс ESOMAR оперирует следующими определениями ключевых терминов.

Маркетинговое исследование — систематический сбор и объективная регистрация, классификация, анализ и предоставление данных о поведении, требованиях, отношениях, мнениях, мотивациях и т. д. отдельных лиц и организаций (коммерческих предприятий, организаций и т. д.) в контексте их экономической, социальной, политической деятельности.

Заказчик — это любое лицо, организация, отдел или подразделение (в том числе и в организации, где работает исследователь), которое запрашивает, приобретает или получает на условиях подписки результаты маркетингового исследования или их часть.

Респондентом называется любое лицо или организация, от которой исследователь намерен получить информацию в интересах проводимого им исследования. Это понятие в равной степени применяется к сбору информации путем устного интервьюирования, почтовых анкет и других документов для самозаполнения, опросов с помощью электронных или других технических средств, при которых личность источника информации может быть записана или установлена другим способом.

Интервью — любая форма прямого или косвенного контакта с респондентом с использованием любого из упомянутых методов, если целью является сбор данных, информации, которые могут быть полностью или частично использованы в целях маркетингового исследования.

Вопросы для самопроверки

1. В каком году был опубликован Кодекс проведения маркетинговых и социальных исследований ESOMAR?
2. Обязаны ли социологи, работающие в России, в своей работе руководствоваться Международным кодексом ICC/ESOMAR?

3. Рассмотрите, как проявляют себя основные этические категории (долг, открытость, достоинство, добропорядочность, честь, правдивость, совесть, счастье, справедливость) в практике социолога. Регулируются ли данные категории кодексом ICC/ESOMAR?

4. Исходя из положений кодекса ESOMAR, сформулируйте основные этические правила взаимоотношений социолога с заказчиками социологических услуг.

Задания для практической работы

Закрепить изучение материала поможет работа с фрагментами документов. В частности, магистрантам необходимо ознакомиться с этическим кодексом Российского общества социологов (URL: https://www.ssa-rss.ru/index.php?page_id=84 (дата обращения: 03.02.2020)) и дать оценку данному кодексу. Сравнить его положения с положениями кодекса ESOMAR. Выявить общее и различия.

Список литературы

1. Международный кодекс ICC/ESOMAR по практике проведения маркетинговых и социальных исследований, изучения общественного мнения и анализа данных. — URL : https://www.esomar.org/uploads/public/knowledge-and-standards/codes-and-guidelines/ICCESOMAR_Code_Russian_.pdf (дата обращения: 03.02.2020).

2. Кодекс ESOMAR / ВЦИОМ. — URL : https://wciom.ru/research/kontrol_i_kachestvo_dannyh/kodeks_esomar/ (дата обращения: 03.02.2020).

3. Всемирная ассоциация общественного мнения WAPOR. — URL : <https://translate.google.ru/translate?hl=ru&sl=en&u=https://wapor.org/&prev=search> (дата обращения: 03.02.2020).

2.2. Этические принципы и правила профессиональной деятельности социологов в России

Задача — познакомить студентов с этическим кодексом Российского общества социологов.

Краткое содержание темы

В основе этических кодексов социологов всех стран лежат основные принципы и профессиональные стандарты, определяющие профессиональную ответственность и правила работы социолога.

Российское общество социологов (РОС) организовано в 1989 г. в рамках Советской социологической ассоциации. В 1992 г. Советская социологическая ассоциация прекратила свою деятельность и её полномочия в качестве члена Международной социологической ассоциации и координатора региональных отделений на территории России перешли к РОС.

Кроме РОС, в стране функционирует Российская социологическая Ассоциация (РоСА). В декабре 2003 г. РоСА зарегистрирована Минюстом РФ. Уставом ассоциации закреплено структурное построение РоСА на двух принципах: региональном (региональные и местные отделения) и научном (исследовательские комитеты).

В рамках VI Всесоюзной конференции Советской социологической ассоциации в марте 1987 г. принят профессиональный кодекс социолога. Российское общество социологов (РОС), созданное в 1991 г., подтвердило следование данному кодексу. Помимо профессионального кодекса, был принят и этический кодекс Российского общества социологов (РОС) — свод базовых правил, принципов и ценностей, которыми социологи руководствуются в профессиональной деятельности. В кодексе определена социальная ответственность перед гражданами, властью и обществом.

Существующие профессиональные и этические кодексы утверждают следующие базовые ценности: быть честным, ответственным, понимать особую важность своей профессии (миссию). За нарушение этического и профессионального кодексов предусмотрена персональная ответственность, предполагающая, как правило, исключение из профессиональной ассоциации и общественное порицание.

Методические рекомендации к изучению темы

Студентам при изучении данной темы рекомендуется детально ознакомиться с этическим кодексом РОС [1] и с аналогичными кодексами, разработанными социологическими обществами и ассоциациями [2–5].

Ключевые термины

Совість — способность человека, критически оценивая себя, осознавать и переживать свое несоответствие должному — неисполненность долга.

Справедливость — понятие о должном, содержащее в себе требование соответствия деяния и воздаяния. В частности, соответствия прав и обязанностей, труда и вознаграждения.

Достоинство — уважение и самоуважение человеческой личности как морально-нравственная категория.

Честь — это достойные уважения и гордости моральные качества человека; его соответствующие принципы.

Вопросы для самопроверки

1. Каким требованиям должен отвечать профессионально-этический кодекс социолога?

2. Что такое этическая дилемма? Чем обусловлены этические дилеммы в работе социолога?

3. В чем сущность основных этико-ценностных противоречий (этических дилемм) в работе социолога?

4. Каковы основные функции профессионально-этической системы работы социолога?

5. Основные принципы профессиональной этики социолога.

6. В чем заключаются ответственность и долг социолога перед коллективом (коллегами)?

7. В чем заключаются ответственность и долг социолога перед заказчиком и респондентом?

8. В чем заключаются этические аспекты оказания социальных, психологических и социологических услуг?

9. На основе каких моральных и нравственных принципов вы будете строить свои отношения с заказчиками?

10. Какую роль в построении поведения социолога играет его внутренний мир?

11. Рассмотрите, как проявляют себя основные этические категории (долг, открытость, достоинство, добропорядочность, честь, правдивость, совесть, счастье, справедливость) в деятельности социолога. Отражены ли данные понятия в этических кодексах социологических обществ и ассоциаций в России?

Задания для практической работы

Учитывая, что такие категории, как «совесть», «порядочность», «справедливость», «честь» и т. п., относятся к области философии, важно проанализировать значение данных понятий. Проанализируйте содержание определений перечисленных понятий, приведенных в словарях. Корректно ли вводить философские понятия в нормативно-правовые акты, в подзаконные акты, уставы, этические кодексы?

Подготовьте эссе на тему: «В чем заключаются ответственность и долг социолога перед своей профессией?»

Список литературы

1. Этический кодекс Российского общества социологов. — URL : https://www.ssa-rss.ru/index.php?page_id=84 (дата обращения: 03.02.2020).

2. Некрасов, Н. А. Этические проблемы прикладных социологических исследований / Н. А. Некрасов // Концепт. — 2018. — № 3. — URL : <http://e-koncept.ru/2018/183013.htm> (дата обращения: 03.02.2020).

3. Платонова, А. П. Профессиональный стандарт в обсуждениях социологов и маркетологов / А. П. Платонова // Коммуникология. — 2018. — № 4. — С. 90–96.

4. Шпак, Л. Л. Проблема социальной ответственности социологов / Л. Л. Шпак // Символ науки. — 2015. — № 12-2. — С. 253–260.

5. Шкурин, Д. В. Профессия «Социолог» в представлении профессионального сообщества / Д. В. Шкурин, О. В. Рыбакова // Дискуссия. — 2016. — № 5 (68). — С. 92–100.

6. Цвык, В. А. О профессиональном кодексе социолога : этический аспект / В. А. Цвык // Вестник РУДН. Серия : Социология. — 2001. — № 1. — С. 114–116.

3. Применение правовых знаний в профессиональной практике социолога

3.1. Нарушение авторского права в деятельности социолога

Задача — ознакомить студентов с основами авторского права для повышения их правовой культуры.

Краткое содержание темы

Судебная практика показывает, что социологи чаще всего нарушают авторское право. Существует заблуждение, что исследовательский инструментарий (анкета, гайд-интервью и пр.), размещенный в сети Интернет, не является объектом авторского права.

Любой инструментарий, как и результаты исследования, является объектом авторских прав. Даже если исследователь разместил в Интернете авторскую анкету, он все равно остается её автором и никто не имеет права выдать её за свою. Другой вопрос, как доказать, что он её разработал. Это доказывается в случае конфликтной ситуации в суде. Например, на материалы, размещенные в Сети, распространяется действие общих правил авторского права. Согласно ч. 4 ст. 1259 Гражданского кодекса РФ [1] авторские права распространяются как на обнародованные, так и на необнародованные произведения, выраженные в какой-либо объективной форме. Если социолог для целей своего исследования берет анкету, он должен указать её автора и источник. Кроме того, если он решил внести в анкету изменения, дополнения, исправления, то также должен это указать. Например, может быть приведено следующее пояснение: «анкета разработана Ивановым И. И. и модифицирована для целей нашего исследования». Если автор неизвестен, то необходимо указать, с какого сайта взята анкета.

Инструментарий может принадлежать какой-либо социологической службе. Очень часто анкету присылают на электронный адрес с предложением принять участие в социологическом исследовании. Если использовать такую анкету для проведения собственного исследования, то необходимо спросить согласия

данной организации, в любом случае указать автора анкеты, даже если это юридическое лицо.

Идея (концепция), мысль не являются объектами авторского права. Например, ученый в рамках своего исследования или студент в ходе выполнения выпускной квалификационной работы изучает неполные семьи. Соответственно, исследователь (студент) имеет право назвать свое исследование (выпускную квалификационную работу) «Неполные семьи: опыт социологического анализа», и это не будет нарушением авторских прав. Или, например, зачастую изучение ценностей студентов осуществляется посредством применения методики, разработанной М. Рокичем. Выявление терминальных и инструментальных студентов с помощью данной методики с обязательным указанием авторства М. Рокича не будет считаться нарушением авторских прав.

Если в аналитическом отчёте по результатам социологического исследования обнаружен плагиат, то ответственность несут авторы отчёта. Если их несколько, то несут ответственность все авторы в равной степени.

Методические рекомендации к изучению темы

При подготовке к семинарскому занятию необходимо ответить на вопросы для самопроверки. В случае затруднений при ответе на вопросы целесообразно обратиться к главе 70 «Авторское право» Гражданского кодекса РФ [1].

Ключевые термины

Авторские права. Автору произведения принадлежат следующие права:

- 1) исключительное право на произведение;
- 2) право авторства;
- 3) право автора на имя;
- 4) право на неприкосновенность произведения;
- 5) право на обнародование произведения.

Вопросы для самопроверки

1. Каким образом проводить социологические исследования, направленные на изучение коррупции в вузах, чтобы избежать

судебных исков? Как правильно информировать общественность о результатах исследования в открытой печати?

2. Какие права принадлежат автору произведения?

3. Является ли анкета, разработанная социологом, объектом авторского права?

Задания для практической работы

Для более детального изучения прав и обязанностей социолога изучить кассационную жалобу по делу Грошева на сайте российского общества социологов, с определением Верховного суда Российской Федерации по делу И. Л. Грошева (<https://www.ssa-rss.ru/files/File/Jaloba.pdf> (дата обращения: 23.01.2020)).

Список литературы

1. Гражданский кодекс Российской Федерации / Вводный комментарий П. В. Крашенинникова. — М., 2020. — 902 с. — URL : http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_5142/ (дата обращения: 23.01.2020).

2. Позднякова, Е. А. Авторское право : учебник и практикум для академического бакалавриата / Е. А. Позднякова. — М. : Юрайт, 2019. — 243 с.

3. Разуваев, Н. В. Гражданское право. Общая часть / Н. В. Разуваев. — М. : Юстиция, 2020. — 440 с.

4. Степанюк, Н. В. Толкование гражданско-правового договора : проблемы теории и практики : монография / Н. В. Степанюк. — М. : НИЦ ИНФРА-М, 2018. — 136 с.

5. Тютюнник, И. Г. Субъекты права на служебные результаты интеллектуальной деятельности / И. Г. Тютюнник // Право интеллектуальной собственности. — 2016. — № 1. — С. 34–38.

3.2 Профессионально-нравственные принципы в повседневной практике социолога для разрешения этических затруднений

Задача — проанализировать применение в социологической практике профессионально-нравственных принципов, не введённых в ранг закона.

Краткое содержание темы

Для развития социологии в России важно отношение к ней со стороны власти. Значительная часть чиновников полагает, что проводить репрезентативные социологические исследования достаточно просто. Поэтому нет смысла нанимать профессиональных социологов и выделять на это бюджетные деньги. В настоящее время ситуация стала меняться к лучшему. Власть меняет свое отношение к социологии, причем на самом высоком уровне.

Так, Председатель Совета Федерации Федерального собрания РФ В. И. Матвиенко на IV Всероссийском социологическом конгрессе «Социология в системе научного управления обществом» отметила, что сенаторы согласуют с губернаторами возможность целенаправленного и систематического выделения денег на проведение социологических исследований в регионах. Кроме того, она подчеркнула, что социологи сами должны выявить тех, кто случайно оказался в их рядах, и принять решение об исключении их из профессионального сообщества. Только профессиональные ассоциации в состоянии определить значимость тех или иных социологических исследований, только сообщество экспертов может установить, где плагиат, а где фальсификация [4]. Другими словами, социологи должны без помощи государства регулировать некоторые аспекты своей деятельности, в том числе решать проблемы фальсификации и плагиата.

Посмотрим на социологию с точки зрения функционалистского подхода. Какие социальные потребности удовлетворяются функциями данной профессии? На основании результатов социологических исследований принимаются важные, принципиальные решения органами власти разного уровня. Неслучайно во всех без исключения кодексах говорится о высокой культуре

чувств, тактичности, общительности и умение вести себя, не роняя достоинства социолога.

Национальный стандарт РФ [3] устанавливает термины и определения, а также дает подробные разъяснения, как вести себя социологу в конкретной ситуации. Судебная практика демонстрирует, что суды при рассмотрении споров, например между исполнителями и заказчиками, руководствуются ч. 2 и 4 Гражданского кодекса РФ.

В профессиональной практике социолог постоянно сталкивается с ситуациями, когда необходимо вести аудио- и видеозапись, например при проведении фокус-групп. Ведение аудио- и видеозаписи позволяет исследователю защитить себя в случае возникновения подозрений в фальсификации данных. В качестве доказательства проведения исследования социолог может представить видео- и аудиоматериалы. Кроме того, заказчик, как правило, оговаривает условие, что социолог обязан задокументировать исследование (представить анкеты, стенограмму, видео и т. д.). Однако у респондентов намерение социолога вести виде- или аудиозапись вызывает негативную реакцию. Как должен поступить социолог, если респондент готов принять участие в исследовании, но не желает, чтобы при этом велась виде- или аудиофиксация?

В соответствии с п. 1 ст. 3, ч. 1 ст. 5 закона об информации [1] социологу разрешается вести запись интервью, телефонных разговоров на диктофон без согласия собеседника. При этом необходимо помнить, что запись, хранение и любые иные операции с информацией, содержащей персональные данные, осуществляется только с согласия субъекта таких данных [2].

Предупреждать о ведении записи социолог не обязан. Однако целью её может быть только сбор информации о личной жизни, а также для личного пользования, например для повторного прослушивания.

Аналогичная проблема возникает в ситуации, когда необходимо предоставить фотографии по исследованию. Например, социолог может проводить фотофиксацию факта проведения интервью в ходе уличного опроса. Социолог должен помнить, что запрещено использование изображения гражданина без его согласия. Социолог должен получить и согласие на фотосъемку и на её дальнейшее опубликование или распространение.

Другими словами, в профессиональной деятельности возникают ситуации, когда социолог вынужден руководствоваться не только этическими нормами, но и нормами права.

Методические рекомендации к изучению темы

Необходимо самостоятельно рассмотреть сущность понятия «этикет», нормы поведения социолога, правила и порядок знакомства, представления, ведения беседы, переговоров и др. Изучить самостоятельно тему «Этикет в работе с респондентами» [7; 8].

При подготовке к семинарским занятиям необходимо ознакомиться со статьями на тему авторского права [5; 6; 9].

Ключевые термины

Нравственность — моральное качество человека, определённые правила, которыми руководствуется человек в своём выборе.

Принципиальность — нравственно-этическое качество личности, состоящее в неукоснительном добровольном исполнении признаваемых принципов и убеждений.

Этикет — правила поведения людей в группе, обществе.

Вопросы для самопроверки

1. Как должен вести себя социолог, если ему стало известно, что его коллега фальсифицировал данные социологического опроса. Например, опросил 200 респондентов, а написал, что 1 400. Что этично: сообщить об этом руководству и общественности или не сообщать никому?

2. Этично ли использовать полученную в ходе исследования информацию в личных целях?

3. В чем заключается «профессиональное достоинство (честь)»?

4. Дайте характеристику Кодексу этики социолога.

5. Сформулируйте основные этические правила взаимоотношений социологов между собой.

6. Можно ли брать разработанную другим исследователем программу социологического исследования и по ней проводить собственное социологическое исследование?

7. Можно ли взять разработанную другим человеком анкету и по ней проводить собственное социологическое исследование?

8. Можно ли проводить опрос студентов без разрешения администрации вуза?

9. Можно ли опрашивать (анкетирование, интервью) несовершеннолетних без согласия их родителей? Если можно, то с какого возраста?

10. Можно ли публиковать результаты социологического исследования в открытой печати без согласия руководителя организации, в которой проводился опрос?

11. По заказу Следственного комитета РФ социолог провел социологический опрос. Имеет ли социолог право использовать результаты исследования для написания научных трудов (статей, монографии) без согласия Следственного комитета?

12. Должны ли вы после проведения анкетирования хранить анкеты, если должны, то в течение какого времени?

Задания для практической работы

Чем необходимо руководствоваться социологу в ситуации, которая не нарушает действующее законодательство РФ и не регулируется этическим кодексом РОС, ESOMAR? Например, для получения репрезентативной информации, необходимо опросить студентов именно данного вуза, но в локальном акте (приказе ректора) вуза сказано, что нельзя проводить социологические опросы без разрешения ректората. Социолог обратился за разрешением в ректорат. Так как опрос затрагивает проблему коррупции в вузе, ректор выступил категорически против проведения данного социологического исследования. Как должен поступить социолог?

Список литературы

1. Федеральный закон от 27.07.2006 № 149-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» (с изм. и доп.). — URL : http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_61798/ (дата обращения: 03.02.2020).

2. Федеральный закон от 27.07.2006 № 152-ФЗ «О персональных данных» (с изм. и доп.). — URL : http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_61801/ (дата обращения: 03.02.2020).

3. Национальный стандарт РФ. Исследование рынка, общественного мнения и социальных проблем. Словарь и сервисные

требования. ГОСТ Р ИСО 20252-2014. — URL : <http://docs.cntd.ru/document/1200110455> (дата обращения: 03.02.2020).

4. Пресс-релиз IV Всероссийского социологического конгресса. — URL : https://www.isras.ru/index.php?page_id=1665 (дата обращения: 03.02.2020).

5. Леонова, Ю. А. Право на цитирование : опыт России и Германии / Ю. А. Леонова // Интеллектуальная собственность. Авторское право и смежные права. — 2018. — № 3. — С. 21–36.

6. Стрелкова, И. И. Судебная защита интеллектуальной собственности в России и Китае / И. И. Стрелкова // Право интеллектуальной собственности. — 2015. — № 3. — С. 27–31.

7. Щербак, Н. В. Право интеллектуальной собственности : общее учение. Авторское право и смежные права / Н. В. Щербак. — М. : Юрайт, 2019. — 309 с.

8. Щербак, Н. В. Авторское право / Н. В. Щербак. — М. : Юрайт, 2019. — 182 с.

9. Яценко, Т. С. Особенности гражданско-правовой охраны публичных интересов в сфере интеллектуальной деятельности / Т. С. Яценко // Право интеллектуальной собственности. — 2015. — № 4. — С. 22–25.

Практические задания для развития правовой культуры

Правовые задачи

Задача 1

Вы руководитель социологической службы региона и проводите социологический мониторинг накануне выборов, выясняете, за кого собирается голосовать электорат на выборах губернатора. Советник губернатора предложил вам в рамках мониторинга агитировать за действующего губернатора. Для обсуждения деталей предлагает поужинать в ресторане. Говорит, что в ресторане уже накрыто и ужин оплачен. Выберите ответ и обоснуйте ваш выбор.

Ваши действия

А. Объясняете советнику губернатора, что социолог не должен обедать за счет власти, и отказываетесь ехать в ресторан.

Б. Говорите, что у вас сейчас нет времени, что вы очень заняты.

В. Идете в ресторан, беседуете там с советником губернатора, платите за ужин и поясняете, что социологи не имеют права агитировать за кого-либо в рамках социологического мониторинга.

Г. Идете в ресторан, спокойно ужинаете, предлагаете советнику губернатора выделить политтехнологов для повышения популярности действующего губернатора.

Д. Ваш вариант.

Задача 2

Крупная частная российская производственно-торговая компания, выпускающая косметику, зубную пасту и т. п., заказывает у вас исследование рынка в целом и потребности потенциального потребителя: необходимо выявить его потребности и желания, определить, что потребителю нравится, что не нравится и т. д. Представитель компании просит подогнать результаты. А именно, что зубная паста, продукт высококачественный, заслужил доверие большей части населения. Выберите ответ и обоснуйте ваш выбор.

Ваши действия

А. Объясняете представителю производственно-торговой компании, что это аморально и вы отказываетесь от предложения.

Б. Вы соглашаетесь и проводите исследование.

В. Вы идете на телевидение и информируете общественность о том, что есть производственно-торговая компания, которая планирует обман потребителей.

Г. Вы идете в прокуратуру и пишете заявление на представителя производственно-торговой компании.

Д. Ваш вариант.

Задача 3

Студент Николай обучается в одном из университетов города по направлению «Социология» и работает в ресурсном центре при социологическом факультете. Он на рабочем столе обнаружил папку с названием «инструментарий». В данной папке находилось более 100 анкет. Николай скачал себе на флэш-карту все анкеты. По данным анкетам от своего имени проводил социологические исследования при написании курсовых работ, нигде не указывая, кто именно разработал анкету.

Обязан ли Николай указывать авторство анкеты? А если анкеты в папке были, в свою очередь, скачаны в Интернете?

Задача 4

Социолог Иванов, согласно программе социологического исследования, запланировал серию глубинных интервью ($n = 12$). При интервьюировании он забыл предупредить одного из респондентов, что будет вести запись на диктофон. Респондент Петров через неделю после интервью случайно узнал, что социолог записал все его слова на диктофон, что, по мнению Петрова, нарушает его право на частную жизнь. Петров подал иск в суд на социолога.

Социолог Иванов в суде пояснил, что имеет право не предупреждать респондента, что в рамках интервью идет запись на диктофон, т. к. человек дал согласие на интервью, и какая ему разница, как идет запись интервью: на видео, диктофон и т. п. Кроме того, Иванов пояснил суду, что сведения, не относящиеся к информации ограниченного доступа, по общему правилу могут

свободно собираться, использоваться и распространяться любым лицом (п. 1 ст. 3, ч. 1 ст. 5 закона об информации).

Кто прав в данной ситуации? Какое решение вынесет судья?

Задача 5

Сидоров А. А. устроился на работу в социологическую службу. Руководитель поручил ему провести телефонный опрос. Чтобы не показаться некомпетентным, Сидоров решил не спрашивать руководителя, можно ли при телефонных опросах вести запись на диктофон. Если можно, то обязан ли он предупреждать собеседника? Объясните Сидорову, как правильно поступить в сложившейся ситуации.

Задача 6

Тарасов Николай очень хотел стать социологом. Но он плохо учился в школе, особенно плохо знал математику, поступить в университет на направление «Социология» ему не удалось. Однажды ему предложили дать интервью, на что Николай с удовольствием согласился. «Раз не получилось стать социологом, хоть побуду респондентом», — подумал Тарасов. Респондент пришел к социологу с диктофоном. Тарасов решил записать на диктофон интервью, которое у него будет брать социолог Петров. «Мало ли что напутает социолог», — подумал Николай. Может ли Тарасов вести запись на диктофон при даче интервью социологу Петрову, не предупредив Петрова об этом?

Задача 7

Социологи при проведении серии фокус-групп вели видеосъемку. Телеканал «Первый в городе» предложил социологам выступить на телевидении в программе «Главный гость». Социологи согласились. В вечерней программе социологи рассказали о социологии, о проведенной серии фокус-групп. В вечерних новостях была показана одна из фокус-групп (все 10 участников крупным планом).

Законно ли показывать в программе участников фокус-группы без их согласия? Есть ли нарушения законодательства в данных действиях?

Задача 8

По заданию руководителя крупной торговой компании социологу Иванову необходимо проанализировать узнаваемость бренда компании. Для этого социологу заказали провести телефонный опрос с использованием технологии CATI. Иванов проанализировал сообщения на сайте объявлений о продаже базы мобильных номеров, после чего купил не самую дорогую базу в Интернете. Кроме того, с целью экономии денег он решил, что не будет обращаться к услугам уже существующих в городе контакт-центров (call-центров), а создаст свой телефонный центр для проведения опроса. Во время обзвона клиентов в центр обработки звонков стали поступать многочисленные жалобы. В частности, граждане были возмущены, что кто-то их беспокоит с непонятными вопросами. И главное, почему у совершенно посторонних людей вдруг появился номер их сотового телефона?

Есть ли нарушения в действиях Иванова?

Задача 9

Для проведения репрезентативного исследования социолог решил приобрести комплекс программных продуктов. Социолог Петров, изучив цены на пакет программ, предназначенных для математико-статистической обработки данных, решил, что лицензионный пакет стоит очень дорого. Поэтому для экономии финансов просто скачал нелицензионный пакет программ в Интернете с какого-то сайта.

Оцените правомерность действий Петрова.

Задача 10

При обработке анкет социолог выявил, что интервьюер заполнил самостоятельно 34 анкеты за других людей. Социолог пригласил интервьюера и потребовал объяснить, каким образом это произошло. Интервьюер пояснил, что ничего не знает. Утверждал, что анкеты раздавал, но не проконтролировал их заполнение. И потребовал оплатить работу за 34 анкеты.

Как должен поступить социолог?

Задача 11

Социологической службе заказали провести уличный опрос (анкетирование). Выборочная совокупность 1 600 человек. За ис-

следование заказчик перевел 3 миллиона рублей. После окончания исследования заказчику прислали научный отчет без анкет. Заказчик потребовал от социологической службы анкеты, т. к. решил произвести визуальную проверку заполненных анкет, чтобы убедиться, что опрос реально проводился и нет фальсификации. В социологической службе ответили, что, к сожалению, все анкеты сдали в макулатуру, но пояснили, что самостоятельно осуществляли контроль интервьюеров супервизорами в точках опроса. Кроме того, после ввода данных всегда обеспечивается статистический мониторинг ошибок ввода. Поэтому заказчику не о чем беспокоиться.

Правомерно ли поступили представители социологической службы?

Должна ли социологическая служба вернуть заказчику все деньги, т. к. нет анкет?

Можно ли еще каким-то образом доказать, что исследование реально проводилось?

Есть ли указания в этическом кодексе РОС или в национальном стандарте РФ, сколько лет должны храниться анкеты после проведенного исследования?

Задача 12

Организации заказали проведение социологического исследования. По результатам исследования заказчику представлен отчет. Заказчик бы не удовлетворен качеством отчета, т. к. исполнитель не представил программу социологического исследования.

Должна ли социологическая организация вместе с отчетом о проведенном исследовании предоставить программу социологического исследования?

В каком документе можно найти пояснения по данному вопросу?

Задача 13

Глава города заказал двум социологам, Денису и Наталье, провести аудит динамики электоральной ситуации. В частности, спрогнозировать результаты выборов по одномандатному избирательному округу. Денис и Наталья никогда не учились на социологов: Денис закончил технический вуз, Наталья — педагогический. Выделенные на исследование 3 миллиона рублей они по-

тратили на свои нужды, а отчет фальсифицировали. Через две недели состоялись выборы депутатов. Прогноз социологов не оправдался. Глава города пригласил Дениса и Наталью для объяснений. Социологи пояснили, что на электоральную ситуацию влияет множество факторов, в частности спираль молчания. Глава города был удовлетворен ответом Дениса и Натальи и не стал требовать возвращения денег.

Через два года главе города принесли диктофон, на котором была запись разговора Дениса и Натальи о том, как они поступили с выделенными на исследование деньгами и как на самом деле они его проводили. Данный разговор был записан Светланой, подругой Натальи.

Что может предпринять глава города в отношении Дениса и Натальи? Можно ли вернуть деньги за исследование? Прошли ли сроки давности?

Задача 14

Крупная торговая компания заказала исследование брендов кафедре социологии ЯрГУ им. П. Г. Демидова. Когда преподаватели кафедры начали анкетирование среди студентов вузов, представители компании попросили разрешения наблюдать за сбором данных.

Необходимо ли разрешение респондентов в данном случае?

Задача 15

Крупная торговая компания заказала у социологической службы исследование, в рамках которого необходимо провести фокус-группы, глубинные интервью, опросы экспертов. По окончании исследования заказчик потребовал представить записи, сделанные в процессе исследований.

Обязаны ли социологи раскрывать информацию о лицах (ФИО, должность и т. п.), принимавших участие в исследовании?

Задача 16

Социологическая служба для проведения телефонных интервью пригласила интервьюеров. Обещали платить 100 рублей в час. Для получения необходимых знаний, навыков и умений все интервьюеры прошли обучение (6 часов) за свой счет. Один из интервьюеров отказался платить за обучение, пояснив, что минимальная продолжительность базовой подготовки для персо-

нального (лицом к лицу) и телефонного интервьюирования должна проводиться за счет социологической службы.

Прав ли интервьюер?

Задача 17

Социологическая служба наняла интервьюеров для проведения опроса. Для получения необходимых знаний, навыков и умений все интервьюеры прошли обучение (2 часа). Один из них усомнился в качестве такой подготовки и попросил директора социологической службы обосновать нормативно-правовыми документами продолжительность базовой подготовки. Директор пояснил, что для исследования методом наблюдения минимальная продолжительность базовой подготовки не установлена.

Кто прав в данном споре?

Задача 18

Социологической службе заказали социологическое исследование, в рамках которого необходимо опросить школьников. Тема исследования: «Здоровый образ жизни учащихся школ города Ярославля». Директор социологической службы договорился со своей одноклассницей, которая является директором школы 43, о том, что исследование будет проведено методом анкетирования среди учащихся 5–11 классов. Николай, ученик 8 «б» класса (возраст 14 лет), сообщил матери, что днем в школе во время классного часа проводилось анкетирование, в котором он принял участие в качестве респондента.

Мама Николая возмутилась, что её сын принял участие в анкетировании без её согласия, и обратилась с жалобой в прокуратуру.

Должны ли были интервьюеры получать согласие родителей на проведение анкетирования?

Задача 19

Социологу заказали провести исследование межличностных отношений в студенческой группе (социометрию). По окончании исследования социолог объявил, кто является лидером в группе, кто является аутсайдером. Студент Иванов, который и так периодически конфликтовал с одноклассниками, решил, что его оскорбили, и пошел жаловаться в деканат.

Имел ли право социолог информировать, кто в студенческой группе является аутсайдером? Как должен поступить декан?

Задача 20

В социологическую организацию требуется работник на должность заместителя начальника отдела. Требование — степень магистра. Иванов решил принять участие в конкурсном отборе, но работодатель ему отказал, т. к. у Иванова диплом специалиста по социологии (специалитет), а не степень магистра социологии.

Правильно ли поступил работодатель?

Рекомендации

к написанию письменных творческих работ

Самостоятельная творческая письменная работа представляет собой развернутое и аргументированное изложение точки зрения студента по предложенной преподавателем теме. Тема статьи формулируется как вопрос, требующий аргументированного ответа, или утверждение, требующее обсуждения и информированной оценки.

Требования к работе: объем не менее 2 500 знаков (с пробелами). Статья должна содержать чёткое изложение сути поставленной проблемы, включать самостоятельно проведенный анализ этой проблемы с использованием концепций и аналитического инструментария соответствующей дисциплины, выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме. В некоторых случаях это может быть анализ собранных студентом конкретных данных по изучаемой проблеме, анализ материалов из средств массовой информации, подробный разбор предложенной преподавателем проблемы с развёрнутыми пояснениями и анализом примеров, иллюстрирующих изучаемую проблему, и т. д.

Структура работы:

- Титульный лист — название работы, фамилия, преподаватель, т. е. в соответствии с принятыми стандартами.
- «Содержание» — структура работы с указанием страниц.
- «Введение» — обоснование темы в контексте современных социологических теорий, информация об ученых, о которых пойдет речь в основной части.

– Основная часть — с опорой на изученную литературу раскрывается тема работы. Основная часть составляет 2/3 от общего объема работы.

– «Заключение» — основные выводы.

– Список использованной литературы. В алфавитном порядке указывается литература, которая была использована при подготовке статьи.

Темы статей

1. Этика социологического исследования.
2. Права респондентов при проведении социологических исследований.
3. Права интервьюеров при проведении социологических исследований.
4. Ответственность за нарушение профессионального кодекса социолога.
5. Основные проблемы правового регулирования научной деятельности.
6. Профессиональная этика социолога.
7. Избранные концепты профессиональной этики: «этичное знание», «моральная интуиция», «моральные стрессы».
8. Правила работы и этические нормы социолога.
9. Этика как краеугольный камень медико-социологических исследований.
10. Междисциплинарный подход к исследованию современной нравственности.
11. Влиянием морали на современное российское право и общественные отношения.
12. Профессиональная этика социолога как специфическое проявление общей.
13. Становление профессиональной этики в европейских странах.
14. Религия и профессиональная этика социолога.
15. Влияние европейских учений и норм на ценностные ориентации и профессиональную этику социолога в европейских странах и США.
16. Понятие профессиональной нравственности. Специфика профессиональной нравственности и профессиональной этики.

17. Нравственное переживание как путь преодоления смыслоутраты.
18. Содержание профессионального долга социолога.
19. Эволюция охраны авторских и смежных прав в России.
20. Анализ и оценка профессиональной деятельности социолога во внешней среде.
21. Этика экспертно-аналитической деятельности в управленческих структурах.
22. Этика партнерских взаимоотношений социологов.
23. Этика взаимоотношений руководителя и подчиненного в коллективе социологической службы.
24. Моральные принципы сотрудничества. Этика общения с коллегами.
25. Исторические корни и этические традиции этики социолога в России.
26. Профессиональная деформация социолога: причины и последствия.

Оглавление

Предисловие.....	3
1. Профессия социолога и нормативное регулирование.....	5
1.1. Профессия социолога сегодня	5
Вопросы для самопроверки.....	8
1.2. Нормативно-правовые и подзаконные акты РФ, регламентирующие профессиональную деятельность социолога.....	9
Вопросы для самопроверки.....	12
2. Профессиональная этика социолога.....	14
2.1. Этические стандарты социологов зарубежных стран	14
Вопросы для самопроверки.....	16
2.2. Этические принципы и правила профессиональной деятельности социологов в России.....	17
Вопросы для самопроверки.....	19
3. Применение правовых знаний в профессиональной практике социолога	21
3.1. Нарушение авторского права в деятельности социолога.....	21
Вопросы для самопроверки.....	22
3.2. Профессионально-нравственные принципы в повседневной практике социолога для разрешения этических затруднений	24
Вопросы для самопроверки.....	26
Практические задания для развития правовой культуры	29

Учебное издание

Загребин Владимир Владимирович

Таланов Сергей Львович

Правовые основы деятельности социолога

Учебно-методическое пособие

Редактор, корректор М. Э. Левакова

Верстка М. Э. Леваковой

Подписано в печать 11.05.2020. Формат 60×84 1/16.

Усл. печ. л. 2,32. Уч.-изд. л. 1,5.

Тираж 2 экз. Заказ

Оригинал-макет подготовлен
в редакционно-издательском отделе ЯрГУ.

Ярославский государственный университет

им. П. Г. Демидова.

150003, Ярославль, ул. Советская, 14.