

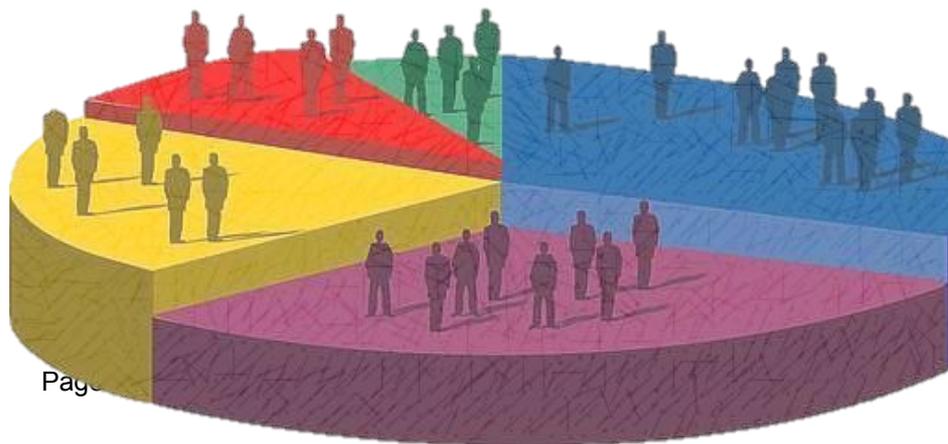
Методы исследования

АНКЕТИРОВАНИЕ

Презентацию подготовила
Стрелкова Ирина
ЗБСО-ЛГП

Из истории метода

Первые анкеты известны человечеству с конца 19 века, когда они использовались в области клинической психологии. Наиболее ярким представителем использования этого метода был Френсис Гальтон, изучавший происхождение умственных качеств личности по самоотчётам опрашиваемых. Результаты проведённого анкетирования были представлены им в книге «Английские люди науки: их природа и воспитание» (1874г.)



Терминология

Анкетирование- методический приём получения психологической информации при помощи составленных в соответствии с определёнными правилами систем вопросов.

Это процедура проведения опроса в письменной форме с помощью заранее подготовленных бланков (анкет).

«Анкета» (произошло от французского «список вопросов»)- это письменный опрос, проводимый по определённому плану.

Достоинства метода

- ✓ Высокая оперативность получения информации.
- ✓ Возможность организации массовых обследований и сбора большого объёма данных.
- ✓ Сравнительно малая трудоёмкость процедур подготовки и проведения исследований, обработки их результатов.
- ✓ Отсутствие влияния личности и поведения опрашиваемого на работу респондентов.
- ✓ Отсутствие у исследователя отношений субъективного пристрастия к кому-либо из отвечающих.



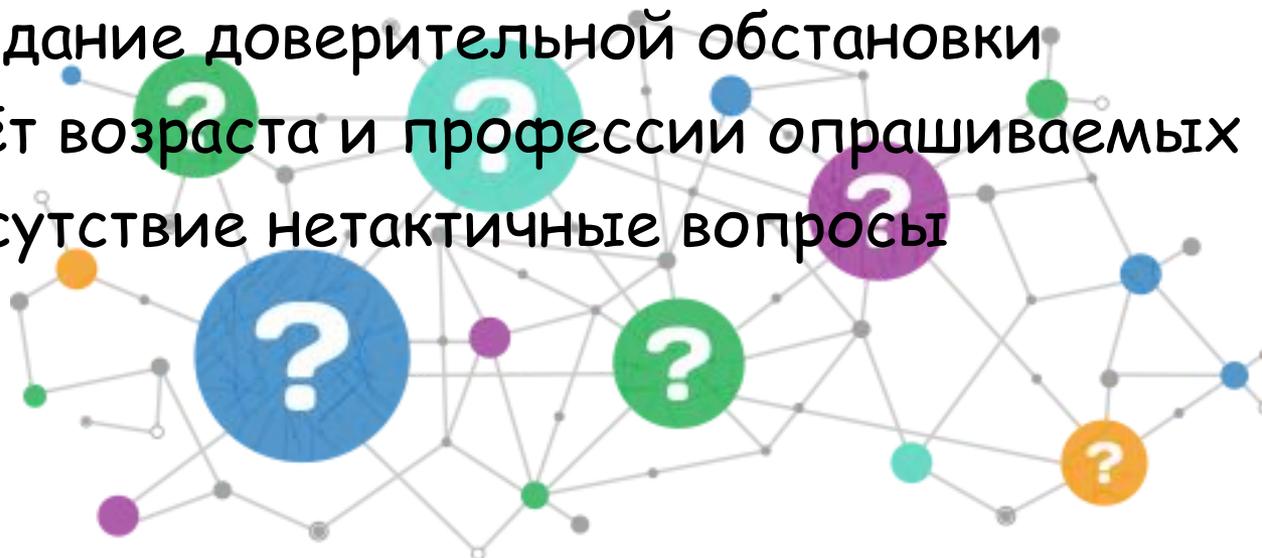
Недостатки метода

- ✓ Отсутствие личного контакта не позволяет изменять порядок и формулировки вопросов в зависимости от ответов или поведения респондентов
- ✓ Влияние вопросов на ответы
- ✓ Пристрастность респондентов
- ✓ Достоверность ответов анкет не всегда достаточна, т.к. респонденты желают выглядеть в более выгодном свете, сознательно приукрашивают реальное положение дел или просто лгут.



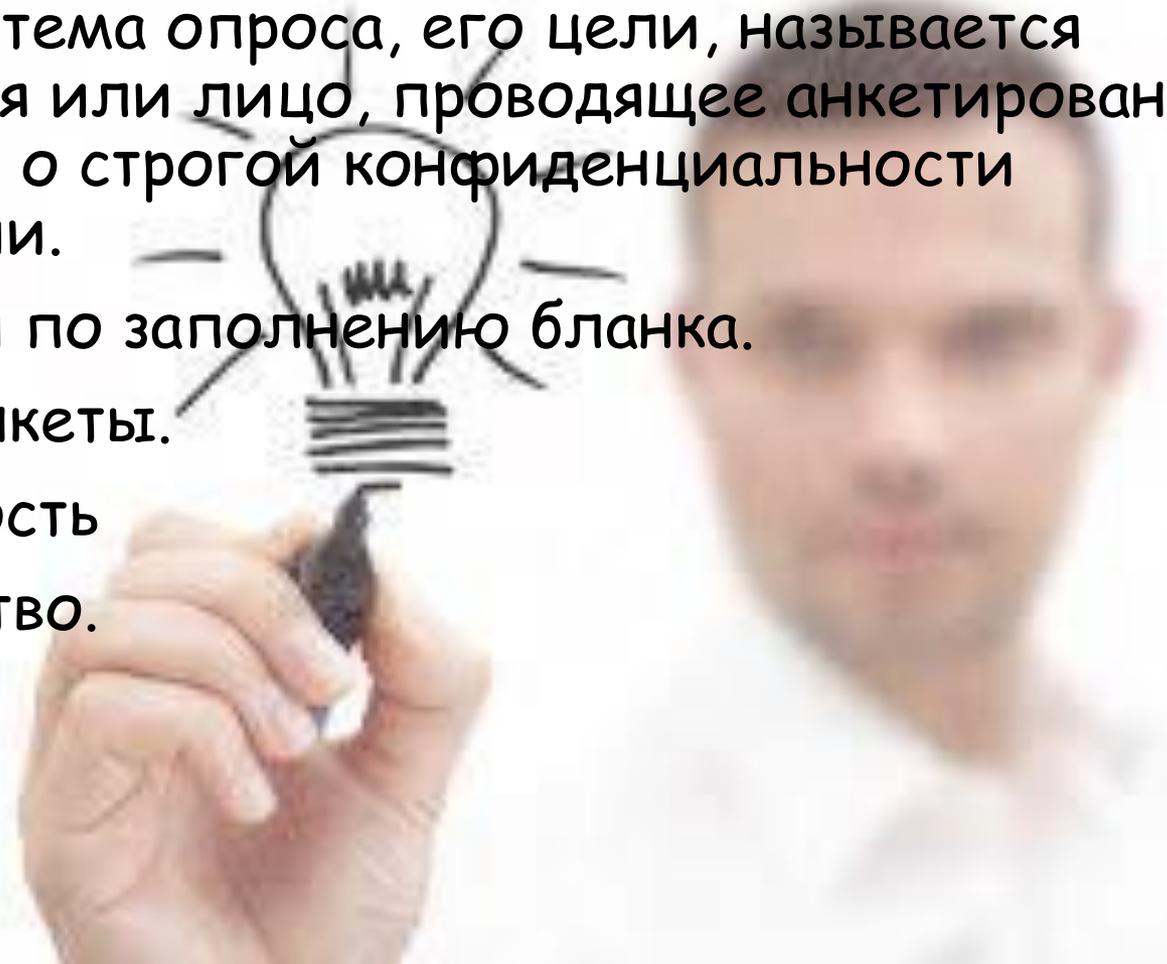
Требования к формулировке вопросов

- Чёткость, лаконичность(краткость), грамотность формулировки
- Вопрос требует конкретного ответа
- Отсутствие двусмысленности вопроса
- Вопрос не должен быть наводящим или внушать определённый ответ
- Метод «воронки»
- Создание доверительной обстановки
- Учёт возраста и профессии опрашиваемых
- Отсутствие нетактичных вопросов



Композиция анкеты

1. Название.
2. Вступление- обращение к респонденту, в котором излагается тема опроса, его цели, называется организация или лицо, проводящее анкетирование, сообщается о строгой конфиденциальности информации.
3. Инструкция по заполнению бланка.
4. Вопросы анкеты.
5. Благодарность за сотрудничество.

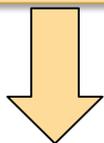


Этапы подготовки анкеты

- I. Анализ темы анкетирования и выделение в ней отдельных проблем.
- II. Разработка пробной анкеты с преобладанием открытых вопросов.
- III. Пилотажное анкетирование (пробно-поисковый тип исследования, которое проводится до основного и является его упрощенной формой. В социальной психологии пилотажное исследование применяется для установления необходимого объема выборки, уточнения содержания и числа вопросов анкеты, времени опроса и др.). Анализ его результатов.
- IV. Уточнение формулировок инструкций и содержания вопросов.
- V. Анкетирование.
- VI. Обобщение и интерпретация результатов. Подготовка отчёта.

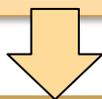
Классификация вопросов анкеты

В зависимости от
формы ответа



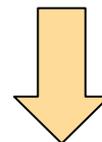
- Контактные
- Закрытые
- Открытые
- Полузакрытые
- Иллюстрированные

по содержанию



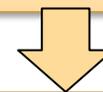
- О личности респондента
- О фактах сознания
- О фактах поведения

по функции



- Информационные
- Вопросы – фильтры
- Контрольные

по способу
формулирования



- Прямые
- Косвенные



**ВОПРОСЫ И
ОТВЕТЫ**

Благо

ание!



Литература

- Горбатов Д.С. Практикум по психологическому исследованию. Учебное пособие. - Самара: Бахрах-М, 2003, 272с.
- Жуков, Ю.М. Методы практической социальной психологии: Диагностика. Консультирование. Тренинг: Учебное пособие для вузов/Ю. М. Жуков, А. К. Ерофеев, С. А. Липатови др. - М.: Аспект Пресс, 2004, 256 с.

Метод «воронки»

Очень редко процесс заполнения анкеты представляет для опрашиваемых лиц особую пользу, поэтому первые вопросы составляют максимально лёгкими и интересными. Важно сделать так, чтобы на них захотелось ответить большинству респондентов. От простых вопросов к более сложным, от общих к конкретным. Каждый предыдущий вопрос должен усиливать интерес к следующему. В заключительной части бланка вновь следуют простые, общие вопросы, что связано с наступающей истощаемостью внимания, с усилением усталости респондентов.



Контактные вопросы

Первые вводные вопросы, помогающие расположить к себе человека, наладить с ним контакт, настроить на опрос, дать подумать, вспомнить. Они должны быть максимально лёгкими и интересными.

Данные вопросы

- формируют установку на сотрудничество,
- стимулируют заинтересованность у испытуемых,
- вводят респондентов в круг проблем, обсуждаемых в анкете;
- служат для получения информации.



Закрытые вопросы

Вопросы, содержащие полный набор возможных вариантов ответа

№	Варианты ответа	Примеры																
1	противоположные, взаимоисключающие («да - нет», «верно – неверно», «согласен – не согласен» и т. д.)(дихотомическая форма вопроса)	У Вас хороший аппетит? 1.да 2. нет																
2	предусматривающие «меню ответов», предполагают наличие вариантов ответов (поливариантная форма вопроса)	Чем привлекает Вас выбранная марка автомобиля? 1.Мощностью 2.Надёжностью 3.Экономичностью 4.Дизайном																
3	шкальная форма (используется в тех случаях, где есть необходимость для выражения интенсивности отношения, переживания, впечатления и т. п.)	- полностью согласен - согласен, но бывают исключения - не знаю - не согласен, но иногда бывает - совершенно не согласен																
4	табличная форма	<table border="1"> <thead> <tr> <th data-bbox="981 1056 1410 1149">Достаточно ли у Вас времени на:</th> <th data-bbox="1410 1056 1522 1149">да</th> <th data-bbox="1522 1056 1642 1149">нет</th> <th data-bbox="1642 1056 1845 1149">Не знаю</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="981 1149 1410 1235">Выполнение уроков</td> <td data-bbox="1410 1149 1522 1235"></td> <td data-bbox="1522 1149 1642 1235"></td> <td data-bbox="1642 1149 1845 1235"></td> </tr> <tr> <td data-bbox="981 1235 1410 1320">Помощь родителям</td> <td data-bbox="1410 1235 1522 1320"></td> <td data-bbox="1522 1235 1642 1320"></td> <td data-bbox="1642 1235 1845 1320"></td> </tr> <tr> <td data-bbox="981 1320 1410 1406">Занятия спортом</td> <td data-bbox="1410 1320 1522 1406"></td> <td data-bbox="1522 1320 1642 1406"></td> <td data-bbox="1642 1320 1845 1406"></td> </tr> </tbody> </table>	Достаточно ли у Вас времени на:	да	нет	Не знаю	Выполнение уроков				Помощь родителям				Занятия спортом			
Достаточно ли у Вас времени на:	да	нет	Не знаю															
Выполнение уроков																		
Помощь родителям																		
Занятия спортом																		



Открытые вопросы

Вопрос предполагает, что ответ на него целиком и полностью сформулирует сам респондент.

Вопросы помогают узнать мнение людей, но в таком случае трудно будет сопоставить ответы. Подобные вопросы используются на ранних стадиях составления анкеты, либо когда есть необходимость в максимально полном выражении всех имеющихся в группе ответов. Неуместны такие вопросы и в случаях, где особое место имеет анонимность респондентов.

Примеры:

- Как вы относитесь к своей профессии?
- В каком стиле вы общаетесь с одноклассниками?
- Каково значение обучения в вашем мировосприятии?



Полузакрытые вопросы

Вопрос, содержащий перечень готовых ответов, а так же возможность своего ответа.

Пример:

Какую литературу Вы читаете?

- научную
- художественную
- учебную
- свой вариант: _____

Иллюстрированные вопросы

Вопросы дополненные фотографиями, картинками, образцами. Они помогают наилучшим образом показать то, о чём спрашивается, правильно сориентировать опрашиваемого.

Пример: Какой из этих автомобилей вы бы хотели иметь?



О личности респондента

Вопросы, касающиеся пола, возраста, образования, профессии, семейного положения ...и т.д.

Наличие данных вопросов позволяет в дальнейшем обрабатывать материал анкетирования в пределах той или иной подгруппы людей, при необходимости сопоставляя сходную информацию из различных подгрупп.

Примеры:

- Сколько Вам лет?
- Какое образование Вы имеете?
- Укажите семейное положение?
- По какой специальности Вы работаете?
- Сколько у Вас детей?

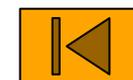
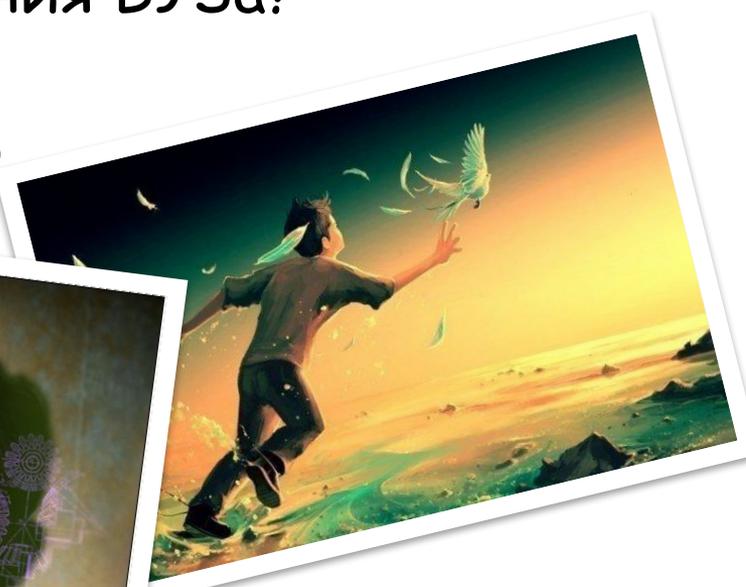
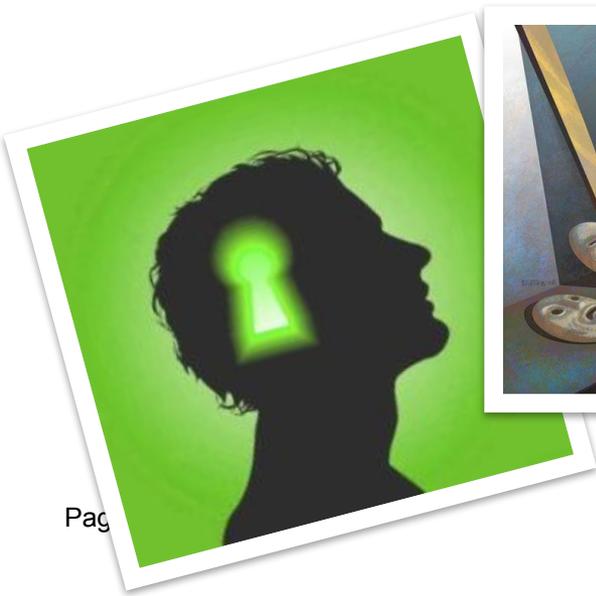


О фактах сознания

Вопросы, выявляющие мнение, мотивы, ожидания, планы, оценочные суждения отвечающих.

Примеры:

- Каковы Ваши планы после окончания ВУЗа?
- Что Вы ожидаете от Нового года?
- Чьё мнение для Вас самое важное?



О фактах поведения

Вопросы, выявляющие реальные поступки, действия и результаты деятельности людей.



Примеры:

- Что Вы сделаете, если вас обидит друг?
- Каковы будут ваши действия по сигналу пожарной тревоги?



Информационные(основные) вопросы

Вопросы, направленные на получение информации от каждого из респондентов.



Примеры:

- Обучаетесь ли вы в ВУЗе?
- Как вы относитесь к своим однокурсникам?
- Какое количество времени вы тратите на работу за компьютером?



Вопросы - фильтры

Используют, когда необходимы сведения не от всей совокупности респондентов, а только от части из них. Это своеобразная «анкета в анкете». Начало и окончание фильтра обычно чётко обозначают графически.

Пример:

«Следующие два вопроса только для студентов педучилища.

- Проходите ли вы практику в школе?
- Каких знаний вам не хватает в работе?

Внимание! Вопросы для всех».



Контрольные вопросы

Вопросы, дающие возможность уточнить правильность сообщённых респондентами сведений, а так же исключить из дальнейшего рассмотрения недостоверные ответы.



Вопросы, представляющие собой повторение информационных, сформулированных другими словами



Вопросы, служащие для выявления лиц, имеющих повышенную склонность к выбору социально одобряемых ответов

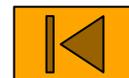


Прямые вопросы

Направлены на непосредственное, открытое получение информации от респондента. Предполагается, что на него будет дан столь же непосредственный и честный ответ.

Примеры:

- Как зовут ваших родителей?
- Укажите ваш домашний телефон.
- В каком городе вы живёте?



Косвенные вопросы

Вопросы, связанные с использованием какой-либо воображаемой ситуации, маскирующей критический потенциал передаваемой информации.

Используются там, где требуется выразить достаточно критическое отношение к себе и к другим. В таких случаях многие склонны ограничиваться социально одобряемыми ответами, подчас в ущерб искренности.

Прямой вопрос: «Что мешает Вам хорошо выполнять домашние задания?»

Тот же вопрос косвенно: «Не секрет, что часть учеников вашего класса крайне редко хорошо выполняют домашние задания. Как Вы думаете, почему?»

