

# МЕТОДЫ ОПРОСА. АНКЕТИРОВАНИЕ. АНКЕТА. ПРАВИЛА СОСТАВЛЕНИЯ АНКЕТЫ.

A decorative graphic element consisting of several horizontal lines of varying lengths and colors (teal and white) extending from the right side of the slide.

## МЕТОДЫ ОПРОСА

**ОПРОС** — метод сбора первичной вербальной информации, основанный на непосредственном или опосредованном социально-психологическом контакте между респондентом (человеком, отвечающим на вопросы и выступающим источником информации) и исследователем (человеком, собирающим информацию; им может быть сотрудник социальной службы, менеджер по персоналу и т.п.).

## МЕТОДЫ ОПРОСА

Обозначение получаемой информации **как первичной** подчеркивает **необходимость дальнейшей ее интерпретации.**

Ни один из опросников, даже самый простой, не дает возможности **использовать его данные без осмысления.**

## МЕТОДЫ ОПРОСА

**Методы опроса** — основные методы, применяемые в социологии и социально-психологических исследованиях — около 60-80% эмпирических данных получают при их помощи.

## МЕТОДЫ ОПРОСА

**Опросы носят также название демоскопии** (гр. *demos* - народ + *skopeo* - смотрю, рассматриваю) –

1) соц. изучение общественного мнения, метод выявления настроений и позиций населения (групп людей) по отношению к чему (кому) - либо путем репрезентативного устного или письменного опроса (социологическое исследование).

# МЕТОДЫ ОПРОСА

## ВИДЫ ОПРОСА

### I. ПО ФОРМЕ ПРОВЕДЕНИЯ

- 1) **ОЧНЫЙ,**
- 2) **ЗАОЧНЫЙ.**

**ОЧНЫЙ ОПРОС** предполагает **непосредственный контакт** исследователя с респондентом. Это может быть и **интервью**, и **письменное анкетирование**. Важный момент **очного опроса** — **влияние личности человека**, проводящего сбор информации.

В случае **ЗАОЧНОГО ОПРОСА** инструментом, опосредующим взаимодействие, выступает **письменная анкета** как средство сбора информации.

# МЕТОДЫ ОПРОСА

## II. ПО СОДЕРЖАНИЮ

Число оснований для таких классификаций практически **бесконечно**.

## II. ПО ФОРМЕ ОРГАНИЗАЦИИ

- 1) **ГРУППОВЫЕ**
- 2) **ИНДИВИДУАЛЬНЫЕ**

## **МЕТОДЫ ОПРОСА**

**АНКЕТИРОВАНИЕ- это ПРОЦЕДУРА проведения опроса в письменной форме с помощью заранее подготовленных бланков.**



## МЕТОДЫ ОПРОСА

Название «анкета» происходит от французского *enquête*, что означает **расследование** или же **опросный лист** для получения каких-либо сведений от того, кто его заполняет.

В современных социально-психологических (конфликтологических) и социологических исследованиях **АНКЕТА** представляет собой **перечень вопросов и ответов, составленных в соответствии с исследовательской программой (целью исследования)** (Свенцицкий 2008).

## МЕТОДЫ ОПРОСА

### ДОСТОИНСТВА АНКЕТИРОВАНИЯ

- 1) **высокая оперативность** получения информации;
- 2) возможность организации **массовых обследований**;
- 3) сравнительно **малая трудоемкостью** процедур подготовки и проведения исследований, обработки их результатов;
- 4) **отсутствие влияния** личности и поведения опрашиваемого на работу респондентов;
- 5) **невывраженность** у исследователя **отношений субъективного пристрастия** к кому-либо из отвечающих.

# МЕТОДЫ ОПРОСА

## НЕДОСТАТКИ АНКЕТИРОВАНИЯ

- 1) отсутствие личного контакта не позволяет изменять порядок и формулировки вопросов в зависимости от ответов или поведения респондентов;**
- 2) не всегда достаточно достоверность подобных "самоотчетов", на итоги которых влияют неосознаваемые установки и мотивы респондентов или желание их выглядеть в более выгодном свете, сознательно приукрасив реальное положение дел.**

## **МЕТОДЫ ОПРОСА**

**ИСКУССТВО анкетирования заключается в том, чтобы знать, о чем спрашивать, какие задавать вопросы и убедиться в том, что можно верить полученным ответам.**

# АНКЕТА

## ВИДЫ АНКЕТ

1. **ИНДИВИДУАЛЬНАЯ анкета** (один респондент) — **ГРУППОВАЯ (аудиторная) анкета** (несколько респондентов).
2. **СПЛОШНАЯ** (опрос всех представителей выборки) — **ВЫБОРОЧНАЯ** (опрос части выборки) анкета.
3. **ОЧНАЯ** (в присутствии исследователя-анкетёра) — **ЗАОЧНАЯ** (анкетёр отсутствует) анкета.

## ЗАОЧНЫЕ АНКЕТЫ

- 1) раздаточные;
- 2) почтовые;
- 3) прессовые;
- 4) интернет-анкеты.

## АНКЕТА

4. **ЛИЧНАЯ** (с указанием фамилии, имени и других данных) и **БЕЗЛИЧНАЯ** (анонимная)
5. **ОТКРЫТАЯ** (вопросы задаются в открытой форме, предполагающей произвольный ответ), **ЗАКРЫТАЯ** (предусмотрены однозначные варианты ответов типа «да — нет») и **ПОЛУЗАКРЫТАЯ** (комбинированные вопросы) анкета.
6. **ТЕЛЕФОННАЯ.**

# АНКЕТА

## СТРУКТУРА ОПРОСА

**Последовательность задаваемых вопросов имеет большое значение для получения качественной информации.**

**Любой ОПРОС включает несколько сменяющих друг друга закономерных ФАЗ.**

**ФАЗЫ ОПРОСА (по цели и характеру вопросов):**

- 1) фазу адаптации;**
- 2) основную фазу;**
- 3) выход из ситуации опроса.**

# АНКЕТА

## **ФАЗА АДАПТАЦИИ включает:**

- 1) подготовку к работе с данной конкретной анкетой,**
- 2) принятие такой задачи, как последовательные ответы на ряд разнообразных вопросов, когда речь идет о вопросах, связанных с реальной жизнью (с ситуацией на работе, отношениями с начальством, семейными проблемами и т.д.).**



# АНКЕТА

## ФАЗА СБОРА ОСНОВНОЙ ИНФОРМАЦИИ

Обеспечить для респондента **снятие напряжения и выход из ситуации опроса:**

- 1) это чисто **этические обязательства** перед человеком, которого вы «втянули» в постороннее для него занятие;
- 2) более **прагматическая причина** — создание себе (или кому-то из своих коллег) возможности обратиться к данному респонденту еще раз.

**У РЕСПОНДЕНТА должны оставаться приятные воспоминания о встрече с вами.**

## АНКЕТА

### ВЫХОД ИЗ СИТУАЦИИ ОПРОСА

Практика социальных исследований подтверждает **негативное влияние больших опросников на качество данных:**

- 1) желание «спросить обо всем» приводит к тому, что **большая часть полученной информации просто пропадает;**
- 2) **увеличение размера анкеты негативно влияет, прежде всего, на согласие людей давать ответы** (существует прямая зависимость возврата заочных анкет от их компактности).

## **АНКЕТА**

**СРЕДНЕЕ ВРЕМЯ**, отводимое на ответы на вопросы анкеты, должно быть приблизительно **20 мин (около 30 вопросов)**.

**ВАЖНЫМИ ФАКТОРАМИ**, определяющими **ВОЗМОЖНУЮ ДЛИТЕЛЬНОСТЬ** анкетирования и **ДОСТОВЕРНОСТЬ** сообщаемой респондентом информации, выступают **ХАРАКТЕР** и **СИЛА МОТИВАЦИИ** респондента.

# АНКЕТА

## ПОСТРОЕНИЕ АНКЕТ

### I. ВВЕДЕНИЕ

1. **ОБРАЩЕНИЕ К РЕСПОНДЕНТАМ** (содержащее серьезную научную рекомендацию (кто проводит опрос) и цель работы, что побуждает респондентов к ответам — устанавливает контакт).

**Важно это сделать кратко, ясно и живо, чтобы заинтересовать отвечающих на анкету.**

### 2. ИНСТРУКЦИЯ ПО ЗАПОЛНЕНИЮ БЛАНКА АНКЕТЫ.

3. **ГДЕ И КОГДА МОЖНО ОЗНАКОМИТЬСЯ С РЕЗУЛЬТАТАМИ ИССЛЕДОВАНИЯ.**

## АНКЕТА

4. **ВСТУПИТЕЛЬНЫЕ (НЕСЛОЖНЫЕ) ВОПРОСЫ – ВОПРОСЫ «КОНТАКТЁРЫ»** (цель— настроить респондентов на ответы, ощущать себя безопасно).

### **ФУНКЦИИ ВОПРОСОВ «КОНТАКТЁРОВ»**

- 1) формирование установки на сотрудничество;
- 2) стимулирование заинтересованности испытуемых;
- 3) введение респондентов в круг проблем, обсуждаемых в анкете;
- 4) получение информации.

**Первые вопросы составляют максимально легкими и интересными**

## АНКЕТА

- II. **СЕРЕДИНА АНКЕТЫ** — это наиболее **важные** и **сложные** с содержательной точки зрения вопросы, направленные на **выяснение сути изучаемых явлений**.
- III. **В КОНЦЕ АНКЕТЫ** задаются менее сложные, заключительные вопросы, так же, как и вступительные, направленные на создание атмосферы безопасности.
- IV. **«ПАСПОРТИЧКА»** (должна дать исследователю максимальное представление о **социально-демографических характеристиках респондентов**).

# АНКЕТА

## КЛАССИФИКАЦИЯ ВОПРОСОВ АНКЕТ

- I. ПО СОДЕРЖАНИЮ (ИЛИ НАПРАВЛЕННОСТИ)
  - 1) о личности респондента;
  - 2) о фактах сознания;
  - 3) о фактах поведения.
  
- II. В ЗАВИСИМОСТИ ОТ ФОРМЫ ОТВЕТА
  - 1) закрытые;
  - 2) полужакрытые;
  - 3) открытые.

# АНКЕТА

## ЗАКРЫТЫЙ ВОПРОС

- 1) **содержит полный набор возможных ответов.**
- 2) **респондент лишь обозначает графически свой выбор из данных ему вариантов.**
- 3) **количество делаемых выборов (один или несколько) обычно оговаривается инструкцией.**



# АНКЕТА

## СПОСОБЫ ПРЕДЪЯВЛЕНИЯ ВАРИАНТОВ ОТВЕТОВ ДЛЯ ЗАКРЫТОГО ВОПРОСА:

- 1) дихотомическая форма;
- 2) поливариантная форма;
- 3) шкальная форма;
- 4) табличная форма.

## АНКЕТА

- 1) **ЗАКРЫТЫЕ ВОПРОСЫ** позволяют эффективно сопоставлять результаты респондентов;
- 2) в **ЗАКРЫТЫХ ВОПРОСАХ** отсутствует полнота выражений индивидуальных мнений или оценок, что иногда вызывает недовольство испытуемых,
- 3) **ЗАКРЫТЫЕ ВОПРОСЫ** способны спровоцировать серии необдуманных в должной мере, "машинальных" ответов.

## АНКЕТА

### ПОЛУЗАКРЫТЫЙ ВОПРОС

- 1) используют, если **составитель не осведомлен обо всех возможных вариантах ответов** или же намерен более точно и полно **выяснить индивидуальные точки зрения обследуемых лиц**;
- 2) кроме перечня готовых ответов такой вопрос содержит графу "**другие ответы**" и определенное количество **пустых строк (обычно пять-семь)**.

# АНКЕТА

## **ОТКРЫТЫЙ ВОПРОС**

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

## АНКЕТА

- III. В ЗАВИСИМОСТИ ОТ СПОСОБА ФОРМУЛИРОВАНИЯ
- 1) прямыми;
  - 2) косвенными.

### ПРЯМОЙ ВОПРОС

- направлен на **непосредственное, открытое** получение информации от респондента;
- предполагается, что на него **будет дан столь же непосредственный и честный ответ.**

Если требуется выразить достаточно критическое отношение к себе и к другим составляют **КОСВЕННЫЙ ВОПРОС**, который обычно **связан с использованием какой-либо воображаемой ситуации, маскирующей критический потенциал передаваемой информации.**

## АНКЕТА

- IV. ПО ФУНКЦИИ** вопросы анкеты подразделяются на
- 1) информационные (основные),**
  - 2) фильтры,**
  - 3) контрольные (уточняющие).**

**Большинство вопросов в анкете направлено на получение информации от каждого из респондентов. Это т. н. ОСНОВНЫЕ ВОПРОСЫ.**

# АНКЕТА

## 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 четко обозначают графически.**

Ограничения круга респондентов, осуществляемые **ФИЛЬТРОМ**, позволяют **избежать искажений информации, вносимых ответами недостаточно компетентных лиц.**

# АНКЕТА

## КОНТРОЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ

- дают возможность **уточнить правильность** сообщенных респондентами **сведений**;
- **исключить** из дальнейшего рассмотрения **недостоверные ответы** или даже **анкеты**.



# АНКЕТА

## ВИДЫ КОНТРОЛЬНЫХ ВОПРОСОВ

- **Первые** представляют собой повторения **информационных вопросов, сформулированные другими словами** (если ответы основного и контрольного вопроса диаметрально противоположны, они исключаются из последующего анализа).
- **Вторые** служат для выявления лиц, имеющих **повышенную склонность к выбору социально одобряемых ответов** (в них предлагается некоторое множество ответов там, где на практике может быть лишь однозначный ответ).

# АНКЕТА

## **СПОСОБЫ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ КОНТРОЛЯ:**

- 1) в анкете основной и контрольный вопрос не следует размещать рядом, иначе будет обнаружена их взаимосвязь;**
- 2) ответы на прямые вопросы лучше контролировать косвенными вопросами;**
- 3) контролю необходимо подвергать лишь наиболее существенные вопросы в анкете;**
- 4) необходимость в контроле, как правило, снижается, если значительная часть вопросов допускает уклонения от ответа, выражения неопределенности мнения (такие как "не знаю", "затрудняюсь ответить", "когда как" и т. п.).**

# АНКЕТА

## ТРЕБОВАНИЯ К ФОРМУЛИРОВАНИЮ ВОПРОСОВ АНКЕТ

1. Вопросы должны соответствовать **жизненному опыту и знаниям опрашиваемых.**
2. В анкете **не должно быть вопросов, имеющих неточный смысл.**
3. **Каждый вопрос должен быть логически отдельным, не должно быть несколько вопросов в одном.**
4. Вопросы не должны требовать **дополнительных пояснений.**

## АНКЕТА

5. Вопросы не должны содержать иностранных слов или специальных терминов.
6. Не присутствуют ли в вопросе слова непонятные для опрашиваемых или имеющие крайне неопределенное содержание?
7. Вопросы не должны носить внушающего характера.
8. Не содержит ли вопрос подсказки в явной или неявной форме?
9. Не превышает ли вопрос уровня памяти или мышления респондента?

## АНКЕТА

9. **Не задевает ли вопрос достоинства и самолюбия респондента? Не вызовет ли чрезмерной негативной эмоциональной реакции ?**
10. **Не слишком ли протяженный вопрос по размеру? Не излишне ли детализированы ответы к нему?**
11. **Относится ли вопрос ко всем? Необходим ли фильтр?**
12. **Нуждается ли вопрос в контроле? В каком именно?**
13. **Какой вид вопроса (по форме ответа и по способу формулирования) наиболее предпочтителен в данном конкретном случае?**

## АНКЕТА

14. **Есть ли в закрытом вопросе варианты уклонения? Нужны ли они?**
15. **Опрос не должен быть очень длительным (желательно не более 20 минут, оптимальное количество вопросов в анкете 25- 30).**
16. **Если интересующие нас данные можно получить другим путем (например, в отделе кадров), то о них не следует спрашивать в анкете.**
17. **Интимные вопросы должны стоять в середине или конце анкеты.**
18. **Вопросы должны иметь грамматическое согласование между вопросами и ответами.**
19. **Не возникло ли искажений при перепечатке анкеты?**

# АНКЕТА

## ЭТАПЫ ПОДГОТОВКИ АНКЕТЫ

- I. Анализ темы анкетирования, выделение в ней отдельных проблем.
- II. Разработка пробной анкеты с преобладанием открытых вопросов.
- III. Пилотажное анкетирование. Анализ его результатов.
- IV. Уточнение формулировок инструкций и содержания вопросов.
- V. Анкетирование.
- VI. Обобщение и интерпретация результатов.  
Подготовка отчета.