

МЕТОД АНКЕТУВАННЯ В СОЦІАЛЬНІЙ ПСИХОЛОГІЇ



Зубченко Світлани

Метод

опитування

Цей метод є надзвичайно поширеним у соціально-психологічних дослідженнях і використовується для з'ясування, чи розуміють досліджувані конкретні завдання, життєві ситуації, а також з метою отримати інформацію про інтереси, погляди почуття, мотиви діяльності та поведінку особистості.

Одним з найпоширеніших видів опитування є анкетування

- **Анкета** - тиражований документ, який містить певну сукупність запитань, сформульованих і пов'язаних між собою за встановленими правилами.
- За анкетного методу не обов'язковий особистий контакт.

Анкетування повинно відповідати таким вимогам:

- Запитання протягом анкетування мають залишатися незмінними;
- Перед початком необхідно провести інструктаж про порядок заповнення анкети;
- Наявність гарантії анонімності;
- Запитання анкети повинні бути чіткими, лаконічними;

- На початку анкети запитання мають бути простими, поступово ускладнюючись;
- Запитання мають враховувати індивідуально-психологічні особливості респондента:
 - вік,
 - стать,
 - рівень освіти,
 - схильності й переваги тощо.

Кожна анкета має певну структуру і може містити такі комунікативні компоненти:

- Епіграф до анкети і звернення до респондента (це робиться з метою створення позитивного емоційного настрою респондента, позитивного впливу на формування мотивації до участі в опитуванні і т. п.);
- Повідомлення про мету дослідження , умови анонімності опитування, використання одержаних результатів та їх значення, правила заповнення анкети та пояснення;

- Запитання про соціально-демографічні характеристики респондентів (це своєрідна візитна картка респондента, його схематичний портрет, який можна розмістити як на початку, так і наприкінці анкети).
- Основна частина анкети, яка містить питання про факти, поведінку продукт діяльності, мотиви оцінки і думки респондентів;

ВИДИ АНКЕТУВАННЯ

У сучасних соціологічних дослідженнях використовують декілька видів анкетування:

**роздатков
е**



ПОШТОВЕ



пресове



Роздаткове анкетування

Найпоширеніший, за якого респондент одержує анкету безпосередньо з рук соціолога. Цей вид опитування найнадійніший. Він гарантує добросовісне заповнення анкет, майже стопроцентне їх повернення, але багато в чому залежить і від уміння анкетера встановити психологічний контакт з респондентами, створити сприятливу атмосферу при опитуванні.

Поштове анкетування



полягає в розсиланні анкет і одержанні на них відповідей поштою. Суттєва його перевага у відносно низькій вартості, простоті організації (з підготовкою дослідження, в якому розсилається 2—3 тисячі анкет, легко справляються 2—3 особи).

Цей метод дає змогу одночасно провести опитування на великій території, в тому числі й у важкодоступних районах. Незалежність відповідей респондентів від впливу інтерв'юера також сприяє підвищенню надійності результатів соціологічного дослідження. Ще одна перевага — можливість респондента самостійно обирати зручний для нього час заповнення анкети.

Пресове опитування

— вид анкетування, за якого анкети публікують у газеті чи журналі.

- ❖ Кількість повернутих анкет тут невелика, як правило, не більше декількох процентів усієї сукупності читачів видання. Але за великого тиражу можна одержати велику кількість заповнених анкет. Однак і тоді слід обережно аналізувати емпіричні дані, не поспішати з поширенням висновків на всіх читачів.

Метод анкетування дає змогу зібрати багато матеріалу, вивчити велику кількість осіб. Недолік його – в залежності інформації від наявності чи відсутності установки в опитуваних на щирість у відповідях, здатності респондента об'єктивно оцінювати вчинки людей, ситуації, свої якості та якості інших.