

# **Лекция №12**

## **Использование метода анкетирования в психологии**

**Лектор:  
Капустина Т.В.**

# **Основная цель лекции:**

**Рассмотреть метод  
анкетирования, как один из  
вспомогательных методов в  
ПСИХОЛОГИИ**

# **План лекции:**

- 1. Метод анкетирования и его роль в психологии;**
- 2. Анкетный вопрос и его функции;**
- 3. Классификация вопросов анкеты;**
- 4. Анкета, её структура, разделы;**
- 5. Требования к формулировке вопросов анкеты;**
- 6. Виды анкетирования;**
- 7. Достоинства и недостатки метода анкетирования**

A close-up photograph of a hand holding a gold-colored pen, poised to write on a survey form. The form is partially filled out with handwritten text. The background is blurred, showing other documents and a desk. The overall scene suggests a professional or academic setting where data collection is taking place.

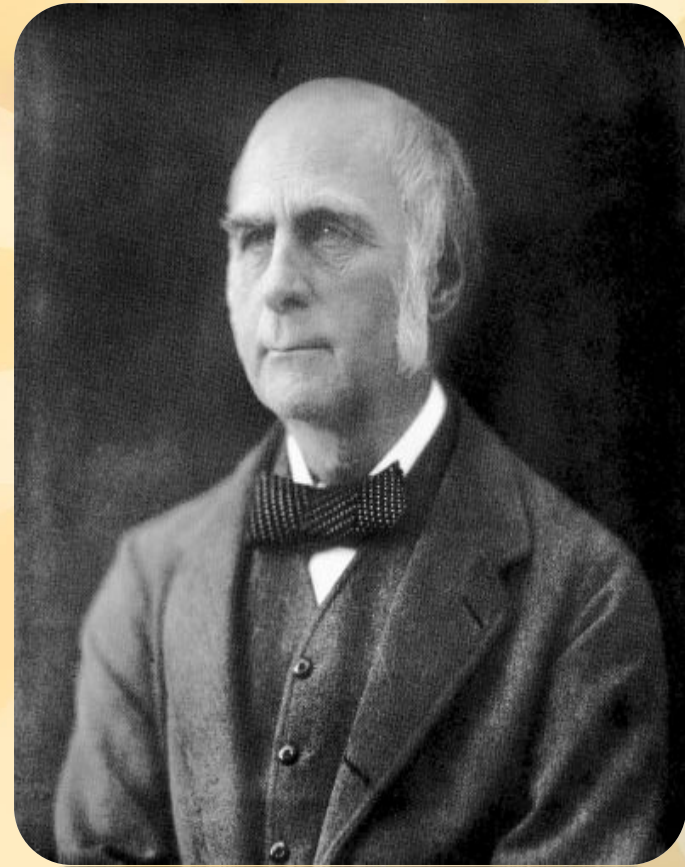
# **Метод анкетирования и его роль в психологии**

**Анкетирование** - это психологический вербально-коммуникативный метод, в котором в качестве средства для сбора сведений от респондента используется специально оформленный список вопросов — анкета



**Анкетирование** – типичный опросный метод. Если интервью сближается с беседой, а иногда даже неотличимо, то анкетирование выступает отдельным методом. Поскольку непосредственное общение между исследователем (**анкетером**) и исследуемым (**анкетируемым**) сведено к минимуму

Считается, что первым анкетирование как научный метод применил **Ф. Гальтон** в своих психодиагностических исследованиях





***Специфические особенности  
анкетирования***



**1. Формализация** (достигается благодаря письменной форме речевого общения анкетера и анкетлируемого. Последовательность и формулировка вопросов строго определены заранее и по ходу опроса их невозможно изменить);

**2. Незначительная роль анкетера** (его функция носит исполнительный характер. Но присутствует некоторый элемент творчества в самом начале анкетирования, когда необходимо установить первый контакт с респондентом, склонить его к сотрудничеству и убедить ответить на вопросы анкеты

**3. Анонимность** (практически все анкетные опросы, проводимые с научно-исследовательскими целями, безымянны. Необходимость идентификации анкет с конкретным субъектом может возникнуть лишь при диагностических обследованиях с целью оказания дальнейшей психологической, медицинской или социальной помощи этому человеку);



## **Из инициативы респондента в заполнении анкеты вытекают ещё две особенности анкетирования:**

- 1.** Возможность ознакомиться анкетирруемому сразу со всей совокупностью предлагаемых вопросов, что может повлечь выработку у него целостной установки на опрос;
- 2.** Возможность отвечать на вопросы не по порядку. Не исключены возвраты к предыдущим ответам и сознательное согласование с ними последующих ответов

# Анкетный вопрос и его функции



Под **анкетными вопросами** специалисты понимают все адресованные респондентам речевые сообщения в вопросительной, утвердительной и (или) отрицательной формулировках, а также и предлагаемые варианты ответов

**Анкетный вопрос, если он интересно и грамотно составлен» представляет **маленький теоретический шедевр...****

**Л.Я. Аверьянов:** «Вопрос — это своеобразная микротеория, определенная система знания, которая одной частью (вопросительной) описывает известное и в основном наше прошлое знание, а второй частью (ответной) охватывает некоторое незнание, т.е. то, что мы хотим узнать. Когда мы спрашиваем: «Колумб ли открыл Америку?», то здесь имеются известное (Америка открыта), неизвестное — (кто открыл Америку) и гипотетическое знание (предположение, что это сделал Колумб)»

# Функции:

**1. Индикаторная функция** состоит в том, что вопрос обеспечивает получение искомой информации, а не какой-либо другой;

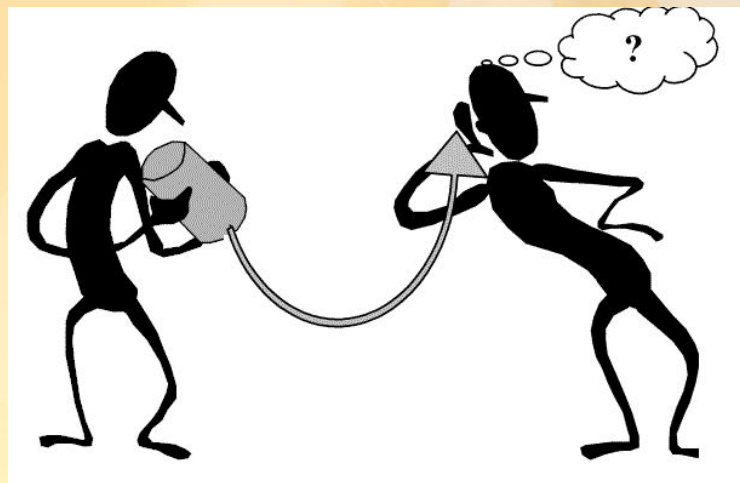
**Пример: «Знаете ли Вы, где находится 6-ой корпус ТГМУ?»»**

**Варианты ответов:**

**1. Знаю; 2. Знаю понаслышке; 3. Не знаю**

Если индикатором выступает самооценка респондента, то данная формулировка обеспечивает индикаторную функцию. Если индикатором является информированность респондента, то формулировка не обеспечивает индикаторную функцию.

**2. Коммуникативная функция** обусловлена его логической природой, обеспечивает связь между сознанием исследователя и обыденным сознанием респондентов. Достигается это при помощи перевода познавательной задачи вопроса на уровень обыденной лексики респондента. Адекватность перевода обеспечивается учетом социально-психологических особенностей опрашиваемого





**3. Инструментальная функция** вопроса связана с соблюдением специальных требований, предъявляемых к его измерительным возможностям, построению шкал и индексов, формируемых на базе блоков вопросов. Речь идет о таких оценках, как точность и устойчивость измерений, проводимых с помощью вопросов шкального типа. Здесь основу представляет **метод измерения**

**Пример: «По вашему мнению, как хорошо преподаватель знает свой предмет?»**

**(Поставьте в квадратике цифру от 1 до 10: 1 – очень плохо, 10 – отлично)**

# *Классификация вопросов анкеты*

**Все вопросы анкеты можно  
классифицировать по  
разным основаниям:**

- 1) по содержанию** (вопросы о фактах сознания, поведения и личности респондента);
- 2) по форме** (открытые и закрытые, прямые и косвенные);
- 3) по функции** (основные и неосновные, вопросы-фильтры, вопросы-ловушки и др.);
- 4) по отношению к личности респондента** (наводящие, провокационные, деликатные);
- 5) по технике заполнения** (трудные, сложные)

# По содержанию:

## а) О ФАКТАХ СОЗНАНИЯ:

- пожелания;
- ожидания;
- планы на будущее и т.д.

## б) О ФАКТАХ ПОВЕДЕНИЯ:

- поступки;
- действия;
- результаты деятельности и т.д.

## в) О ЛИЧНОСТИ:

- пол;
- возраст;
- образование;
- профессия



# По форме:

## а) ОТКРЫТЫЕ ВОПРОСЫ

- ответ даётся в свободной форме, компетенция отвечающего;
- Н-р: В чем, по-вашему состоит смысл жизни?»**

## б) ЗАКРЫТЫЕ ВОПРОСЫ

- на вопрос даётся полный набор вариантов ответов;

### *I. Альтернативные вопросы*

- выбирается один вариант ответа

**Н-р: «Занимаетесь ли вы спортом?»: регулярно; иногда; никогда**

### *II. Неальтернативные вопросы*

- можно выбрать несколько вариантов ответов

**Н-р: «Какие черты вам больше всего нравятся в других людях?»:  
организованность; честность; оптимизм; отзывчивость;  
воспитанность; толерантность; мягкость; эрудированность;  
серьезность; чувство юмора; уверенность**

## **в) ПОЛУЗАКРЫТЫЕ ВОПРОСЫ**

– вопросы, используемые в тех случаях, когда, задавая закрытый вопрос, исследователь не уверен, что предлагаемый им набор вариантов ответа является полным или исчерпывающим

**Н-р: Чем вы любите заниматься в свободное время?**

**1-спортом;**

**2-ходить в кино;**

**3-смотреть телевизор;**

**4-играть в компьютерные игры;**

**5-общаться с друзьями;**

**6-свой вариант \_\_\_\_\_**

## г) ПРЯМЫЕ ВОПРОСЫ

- в содержание вопроса включено то, что интересует исследователя;

**Н-р: «Каков современный мир?»**

*или*

**«Нравится ли вам профессия клинического психолога?»:**

**-да; - нет; -не знаю**

## д) КОСВЕННЫЕ ВОПРОСЫ

- вопросы, в которых цель для исследуемого замаскирована;

**Н-р: «Согласны ли Вы с утверждением, что профессия клинического психолога - одна из лучших?»: -да; -нет; -не знаю**

*или*

**«Что думают ваши знакомые о современном мире?»**



# По функциям:

## а) ОСНОВНЫЕ ВОПРОСЫ:

- сбор информации о содержании исследуемого явления;

Н-р: «Читаете ли вы психологический журнал «Вестник КемГУ»?»

- всегда; - иногда; - никогда;

## 6) НЕОСНОВНЫЕ ВОПРОСЫ:

### *1. Контактные вопросы*

Эти вопросы ставятся в начале анкеты. После прочтения первого или нескольких начальных вопросов у респондента складывается первое впечатление о предстоящей работе. Очень важно, чтобы это впечатление было благоприятным, так как от этого зависит — будет ли респондент дальше работать с этой анкетой. **Первый вопрос обязательно должен быть контактным**, его цель — установление контакта с респондентом.

К контактным вопросам предъявляются следующие **требования**:

1. Контактные вопросы должны быть очень простыми. Это могут быть вопросы о занятиях в свободное время, привычках, на которые отвечают вполне откровенно. Иногда бывает целесообразным задать вопрос об интересе опрашиваемых к той или иной проблеме.
2. Контактный вопрос должен быть достаточно общим, чтобы на него мог ответить каждый респондент. После ответа на него у респондента появляется уверенность в своей компетентности, и он уверенно начинает отвечать на последующие вопросы, высказываясь полнее и развивая дальше свои мысли.

## *II. Буферные вопросы*

**Главная их цель — смягчение взаимовлияния вопросов в анкете. Часто анкета включает одновременно несколько тематических блоков, и для плавного перехода от одной группы вопросов к другой желательно разграничивать их буферными вопросами. Если переход сделан неожиданно и резко, то это производит на респондентов неблагоприятное впечатление.**

**Например, вопросы, цель которых — получить знание о каких-то фактах, часто воспринимаются респондентами как оценивающие их, поэтому, чтобы ослабить их оценочный характер, лучше задавать такие вопросы с преамбулой.**

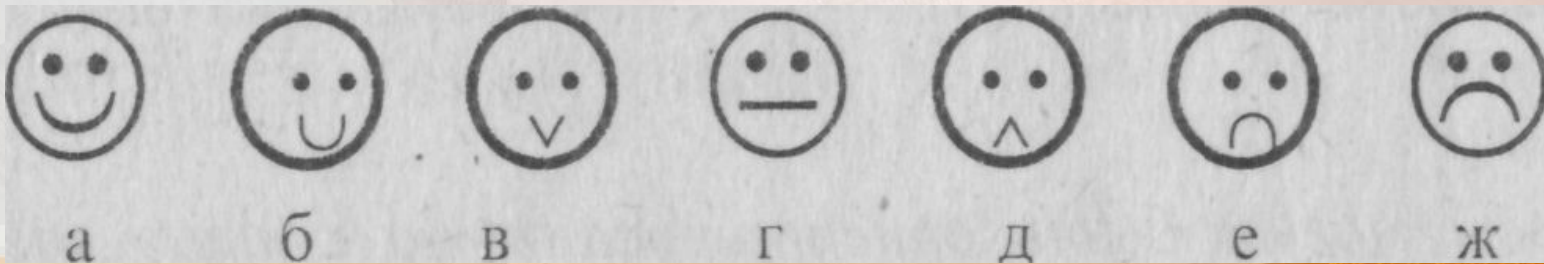
**«Одни люди считают, что необходимо каждый день делать влажную уборку в квартире и ежедневно это проделывают, а другие не считают это строго обязательным и делают от случая к случаю. А как Вы поступаете чаще всего?»**

### *III. Вопросы-иллюстрации*

выполняют несколько психологических функций:

- позволяют переключить внимание опрашиваемых на новую тему;
- поясняют содержание задаваемых вопросов;
- за счет разнообразия техники заполнения помогают снять утомление;
- эффективны при опросах детей

**Например: «Какое выражение лица соответствует вашему ощущению настроения в данный момент?»»**



## *IV. Вопросы-фильтры*

используются, когда необходимо получить данные, которые будут характеризовать не всех респондентов, а только какую-то их часть. В этом случае задается вопрос-фильтр, который позволяет выделить и опросить необходимую часть всей совокупности опрашиваемых

Например, пятый вопрос анкеты сформулирован так:

**Делаете ли Вы ежедневно зарядку?** (кто не делает, тот сразу переходит к ответу на вопрос № 10).

**-да ; -нет**

**На четыре последующих вопроса отвечают только те респонденты, кто занимается зарядкой. Это могут быть вопросы о времени, затрачиваемом на зарядку, о комплексе упражнений, их последовательности. Лица, не делающие зарядку, отсеиваются и автоматически переходят к следующему блоку вопросов. Это облегчает респонденту заполнение анкеты, а исследователь освобождается от рассмотрения ненужной информации**

## *V. Контрольные вопросы*

Контрольные вопросы направлены на проверку достоверности данных, дают возможность проверить устойчивость и непротиворечивость ответов респондентов

***К контрольным вопросам относятся:***

***-вопрос-тест;***

***-вопрос-ловушка (трюковый вопрос)***

**Вопрос-тест** используют обычно при определении информированности. Например, задается вопрос:

**«Знаете ли Вы хорошо современную научно-фантастическую литературу?»**

**-знаю хорошо**

**-читаю от случая к случаю**

**-меня эта литература не интересует»**

**А после этого вопроса дается перечень нескольких (это может быть 10 или 20) наиболее известных научно-фантастических произведений и респонденту предлагается выбрать автора из приведенного рядом списка писателей**

**Вопрос-ловушка** (трюковой вопрос) — это разновидность теста. Он строится так, что респонденту умышленно предлагается ответить о несуществующем. Например, просят оценить несуществующее произведение несуществующего автора. Эти вопросы широко используются при проверке профессиональной компетентности. Также они помогают определить, можно ли и на сколько доверять респонденту.

*Например, перед исследователем стоит задача опросить ученых-физиков по какой-то проблеме. Вопрос-ловушка может быть сформулирован так: «Читали ли Вы недавно переведенную монографию ... Известного английского физика-теоретика...?». Или: «Читали ли Вы книги?» и перечисляется несколько книг, среди которых указывается несуществующая. Если респондент отмечает, что и ее «читал», то это означает, что его ответам доверять нельзя*



**Шкалированные вопросы** - вопросы содержат шкалу измерения признака вопроса. Это разновидность альтернативного вопроса. При ответе респонденту необходимо отметить интенсивность какого-либо явления или мнения

# В вопросах анкеты могут быть использованы разные шкалы ответов:

Н-р: «Трудно ли вам заговорить с незнакомым?»

<b>Да</b> <b>Нет</b>	<b>Очень трудно</b> <b>Достаточно трудно</b> <b>Не очень трудно</b> <b>Не очень легко</b> <b>Достаточно легко</b> <b>Очень легко</b>	<b>Да</b> <b>Скорее да, чем нет</b> <b>Скорее нет, чем да</b> <b>Нет</b> <b>Не могу сказать</b>
-------------------------	---	---

**Вопросы могут быть сконструированы в виде поперечных профилей**

А. Н-р: «Как вы относитесь к новациям в современной психологии?»

<b>Проявляю очень большой интерес</b>	<b>5 4 3 2 1 0</b>	<b>Совсем не проявляю никакого интереса</b>
<b>Очень стараюсь их применить в своей работе</b>	<b>5 4 3 2 1 0</b>	<b>Совсем не применяю</b>
<b>Очень стараюсь предложить новые формы работы</b>	<b>5 4 3 2 1 0</b>	<b>Совсем не предлагаю</b>

**Б. Н-р: «Оцените качества характера вашего товарища»**

<b>Настойчивый</b>	<b>5 4 3 2 1</b>	<b>Ненастойчивый</b>
Самостоятельный	5 4 3 2 1	Несамостоятельный
Аккуратный	5 4 3 2 1	Небрежный
Организованный	5 4 3 2 1	Неорганизованный
Трудолюбивый	5 4 3 2 1	Ленивый
Ответственный	5 4 3 2 1	Безответственный
Принципиальный	5 4 3 2 1	Беспринципный
Правдивый	5 4 3 2 1	Лицемерный
Спокойной	5 4 3 2 1	Беспокойный



**Анкета, её структура, разделы**

**Анкета** - это  
объединенная единым  
исследовательским  
замыслом система  
вопросов, направленная  
на выявление  
количественно-  
качественных  
характеристик предмета  
исследования



# Составные части анкетирования



# Анкета должна состоять из трех частей



**Вводная часть**



**Основная часть**



**«Паспортичка»**



# 1. Вводная часть

**Главная ее функция** — возбудить желание отвечать на вопросы анкеты.

Вводная часть начинается с вступления, где указываются:

Данные организации или учреждения, проводящих опрос;

Цель исследования, а также теоретическое и практическое значение решения «подразумеваемых» задач;

Значимость роли респондента для решения этих задач;

Гарантированность анонимности анкеты (главное здесь не то, что будет или не будет фиксироваться фамилия респондента, а то, что полученные от анкетированного сведения не станут публичным достоянием других без соответствующего его на это согласия)



□ Техника заполнения анкеты (часто эти указания еще располагаются и непосредственно в тексте вопросов или на полях анкеты);

□ Выражение благодарности, высказываемое авансом респонденту, которое побуждает его заполнить анкету

**Вводная часть не должна быть очень большой, должна быть ясной и понятной для любого респондента и главное — мотивировать участие респондента в опросе. Хотя эта часть небольшая по объему, она очень важная по значению. От того, как она составлена, зависит и отношение к анкете респондента**

## 2. Основная часть

- Первыми ставятся ***контактные вопросы***. Их цель — заинтересовать респондента, облегчить процесс включения в проблему; Эти вопросы должны быть просто сформулированы, а ответы на них — легкими;
- После контактных вопросов ставятся ***основные вопросы***. Это самые важные и трудные вопросы. Ответы на них дают основную информацию по интересующей исследователя проблеме. Содержание этих вопросов будет соответствовать цели и задачам исследования;

Таким образом, вопросы составляются по **правилу воронки**:

**От простого к сложному**

- На последнем месте в этой части анкеты ставятся *заключительные вопросы*. Главная их функция — снять психологическое напряжение у респондентов, дать почувствовать, что сделана большая и нужная работа. В связи с возможной усталостью респондента, это должны быть наиболее простые вопросы, ответы на которые не требуют сильного напряжения памяти, внимания и т. п.

### **3. «Паспортичка»**

**В паспортичку включаются вопросы, раскрывающие следующее содержание: профессия, образование, социальное происхождение, семейной положение, пол, возраст. В зависимости от цели и задач проводимого исследования количество вопросов может быть уменьшено или увеличено**



**Почему «паспортичка»  
располагается в конце анкеты???**



**В конце анкеты также желательно поблагодарить респондентов за участие в опросе. Это могут быть высказывания типа: «Благодарим за участие в исследовании», «Спасибо за помощь», «Благодарим Вас за то, что, несмотря на занятость, Вы нашли время и возможность ответить на вопросы нашей анкеты» и т. п.**



**Иногда перед тем как закончить анкету, интересуются у респондентов, насколько своевременным, интересным и полезным был опрос. **Например:** «Насколько важным Вы считаете проведение данного опроса»;**

**В конце некоторых анкет предлагается участвовать в последующих опросах. **Например:** «Если проведенный опрос заинтересовал Вас и у Вас есть желание принимать участие в последующих опросах, напишите, пожалуйста, свой адрес»**



**ОСНОВНЫЕ  
ТРЕБОВАНИЯ  
К ФОРМУЛИРОВКЕ  
ВОПРОСОВ  
АНКЕТЫ**



- 1 - отвечать исследовательской задаче;**
- 2 - быть сформулированы ясно и конкретно, исходя из возрастных особенностей, учитывать терминологию, принятую в среде опрашиваемых;**
- 3 - быть одинаково понимаемы всеми читающими;**
- 4 - быть тактичными по отношению к личности опрашиваемого;**
- 5 - быть стилистически грамотными, требующими конкретного ответа**

**ВОПРОСЫ ДОЛЖНЫ!**

- 1 - иметь двойного толкования;**
- 2 - предлагать делать выбор между несопоставимыми ценностями;**
- 3 - предопределяться социальной ситуацией;**
- 4 - носить отпечаток установки исследования;**
- 5 - носить внушающий характер, в виде подсказок;**
- 6 - быть такими, на которые нет информации у опрашиваемую (недостаточно памяти, мышления);**
- 7 - быть такими, на которые можно получить информацию из других источников;**
- 8 - быть в очень большом количестве**

**ВОПРОСЫ НЕ ДОЛЖНЫ БЫТЬ!**


# Виды анкетирования:

**По числу опрашиваемых различают** групповое и индивидуальное анкетирование;

**По месту проведения выделяют** анкетирование дома, на работе и в целевых аудиториях (посетители магазинов, выставок и т. п.);

**По способу распространения анкет** выделяют раздаточную (раздается респондентам самим анкетером), почтовую (рассылается по почте), прессовую анкеты (публикуется в газете или журнале);

**Различные сочетания названных признаков образуют множество разновидностей анкетного опроса**



**Достоинства и недостатки  
метода анкетирования**



**- быстрое получение массового материала, что позволяет проследить ряд общих изменений**



**- анкетирование позволяет вскрывать, как правило, только самый верхний слой факторов: материалы, при помощи анкет и вопросников, не могут дать исследователю представления о многих закономерностях и причинных зависимостях, относящихся к психологии**



**Спасибо за  
внимание!**