

Лекция №12

Использование метода анкетирования в психологии

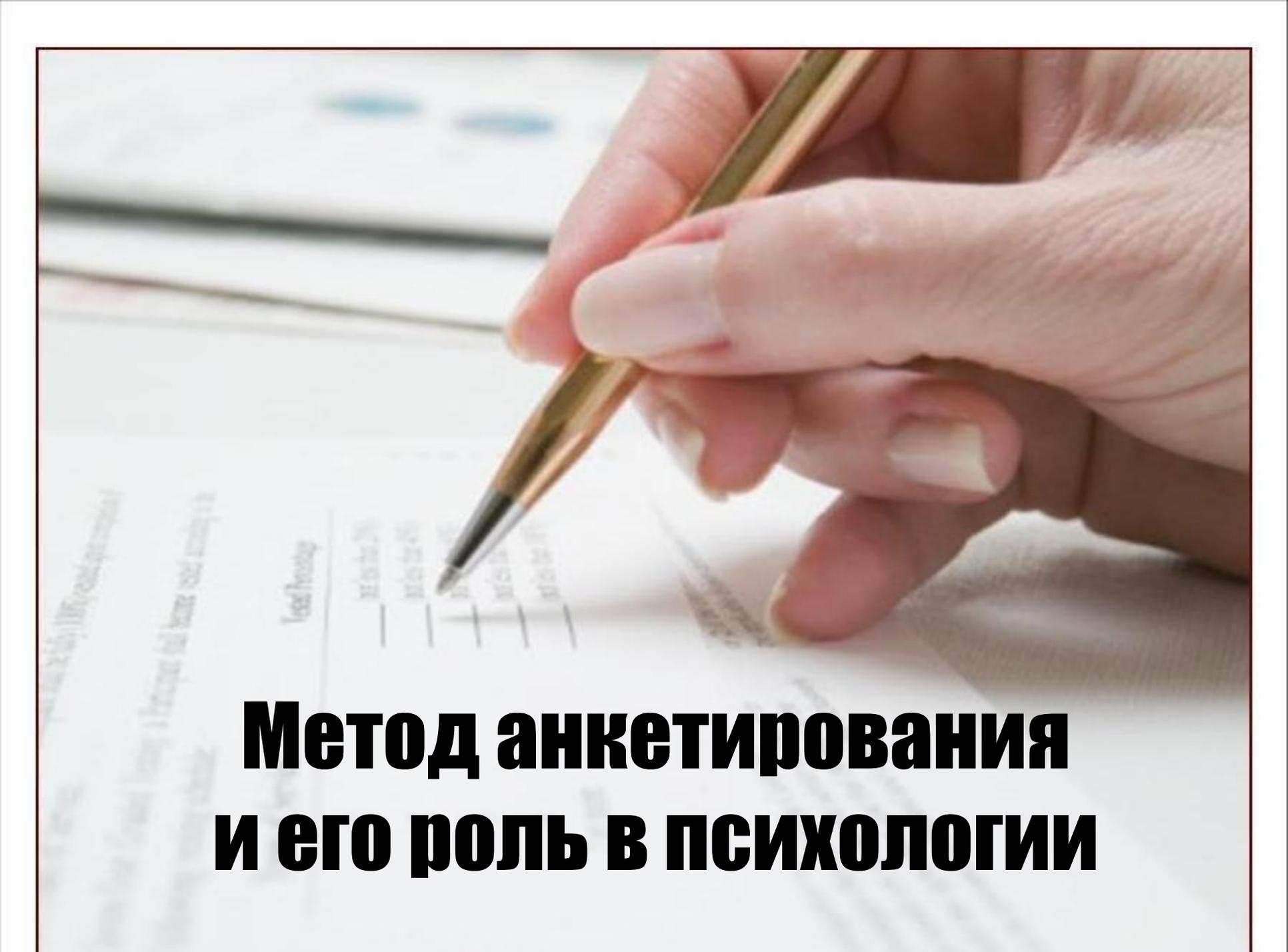
**Лектор:
Капустина Т.В.**

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, pointing it at a survey form. The form has a table with a column labeled 'Level Percentage' and several rows of data. The background is slightly blurred, showing more of the form and some blue ink marks.

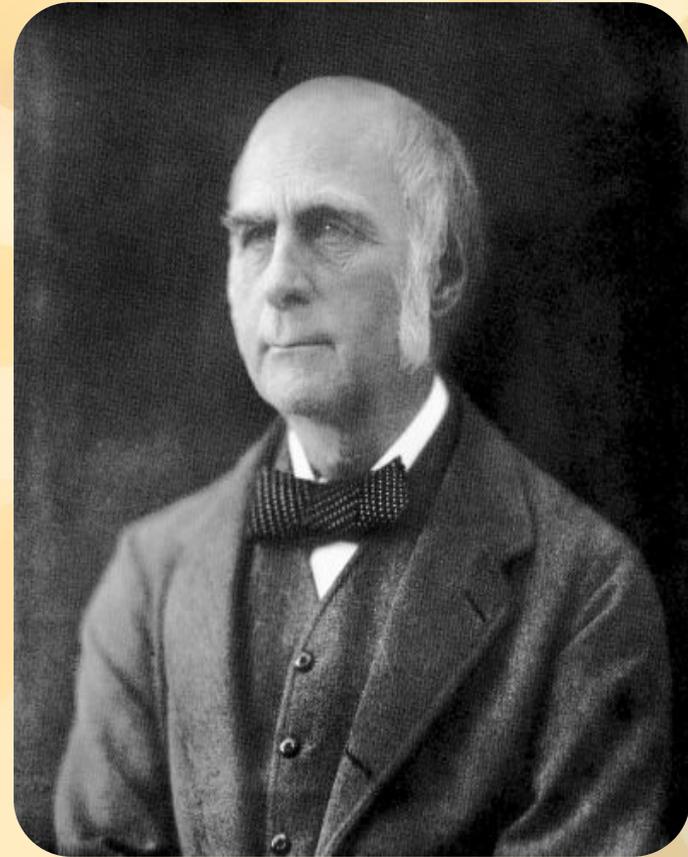
Метод анкетирования и его роль в психологии

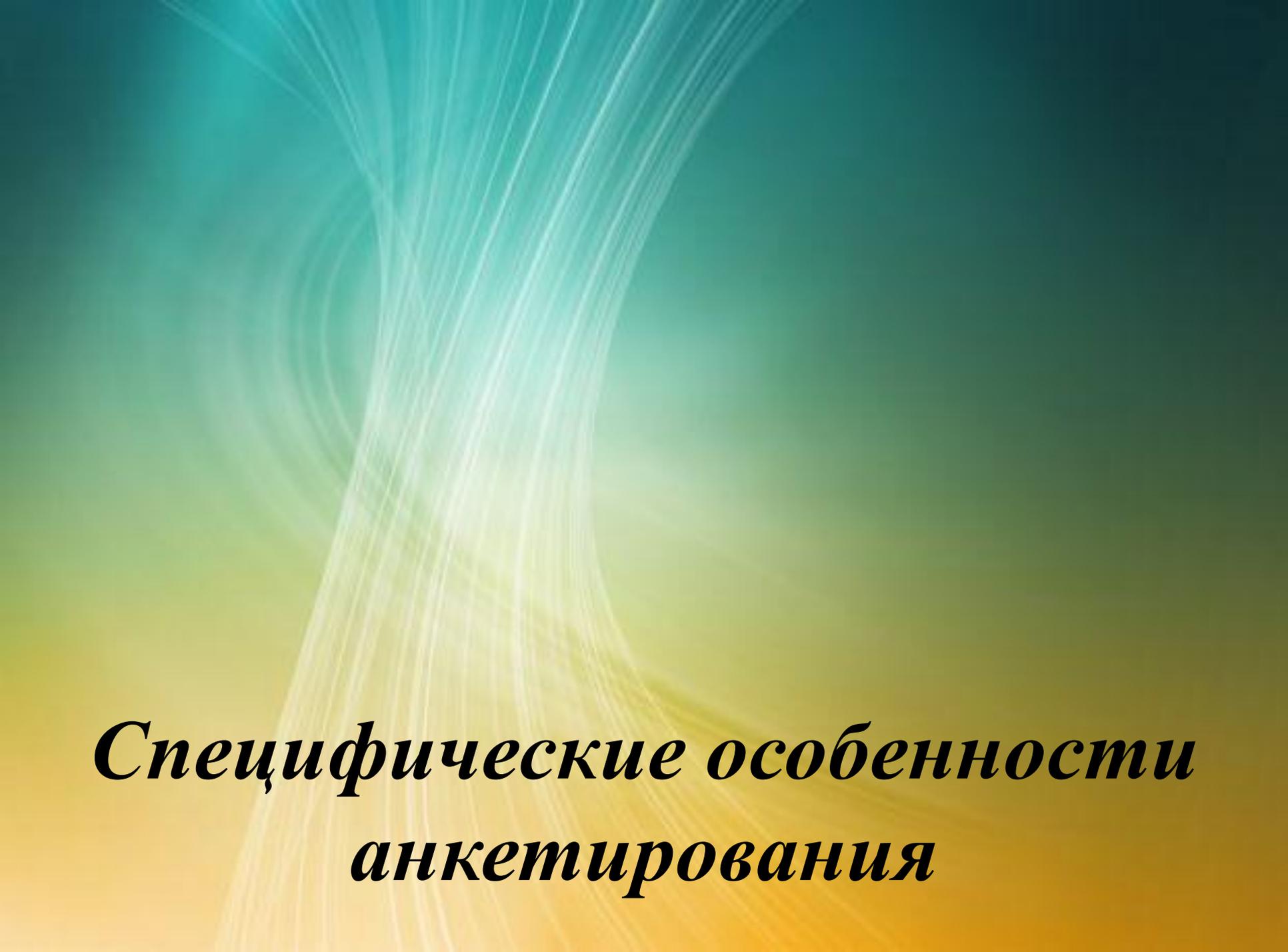
Анкетирование - это психологический вербально-коммуникативный метод, в котором в качестве средства для сбора сведений от респондента используется специально оформленный список вопросов — анкета



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;

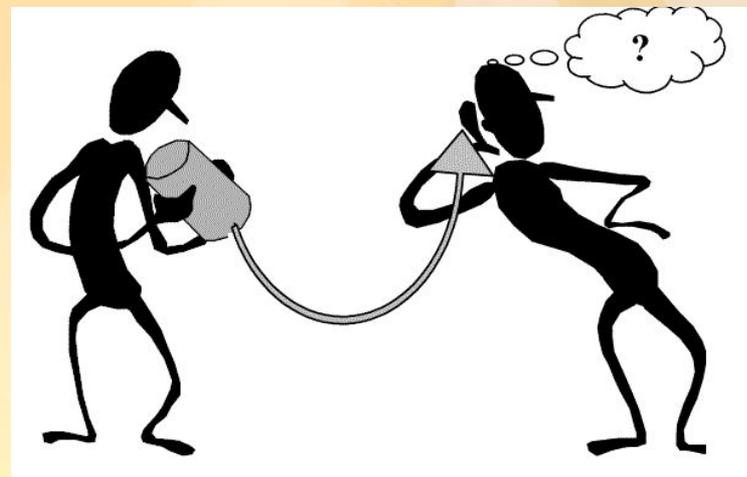
Пример: «Знаете ли Вы, где находится 6-ой корпус ТГМУ?»»

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.

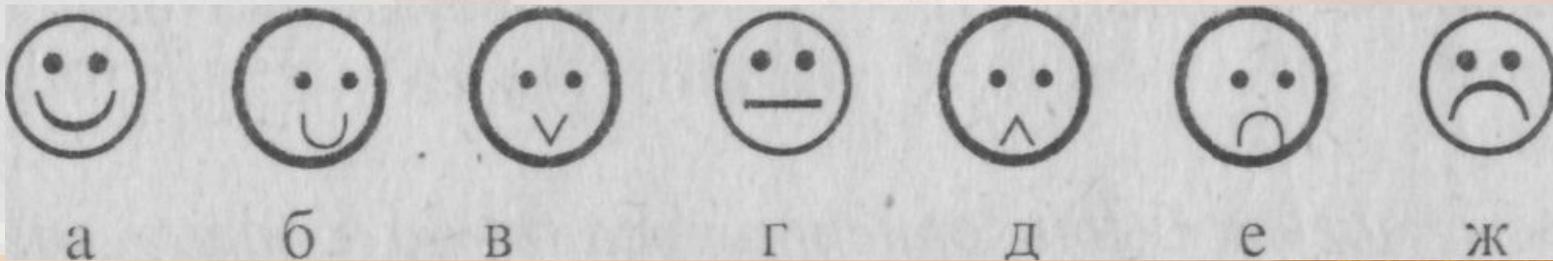
«Одни люди считают, что необходимо каждый день делать влажную уборку в квартире и ежедневно это проделывают, а другие не считают это строго обязательным и делают от случая к случаю. А как Вы поступаете чаще всего?»»

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?»»

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

Вопросы могут быть сконструированы в виде поперечных профилей

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

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

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

Настойчивый	5 4 3 2 1	Ненастойчивый
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

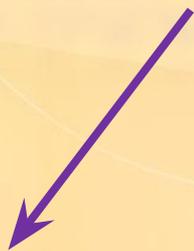
Анкета - это
объединенная единым
исследовательским
замыслом система
вопросов, направленная
на выявление
количественно-
качественных
характеристик предмета
исследования



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!

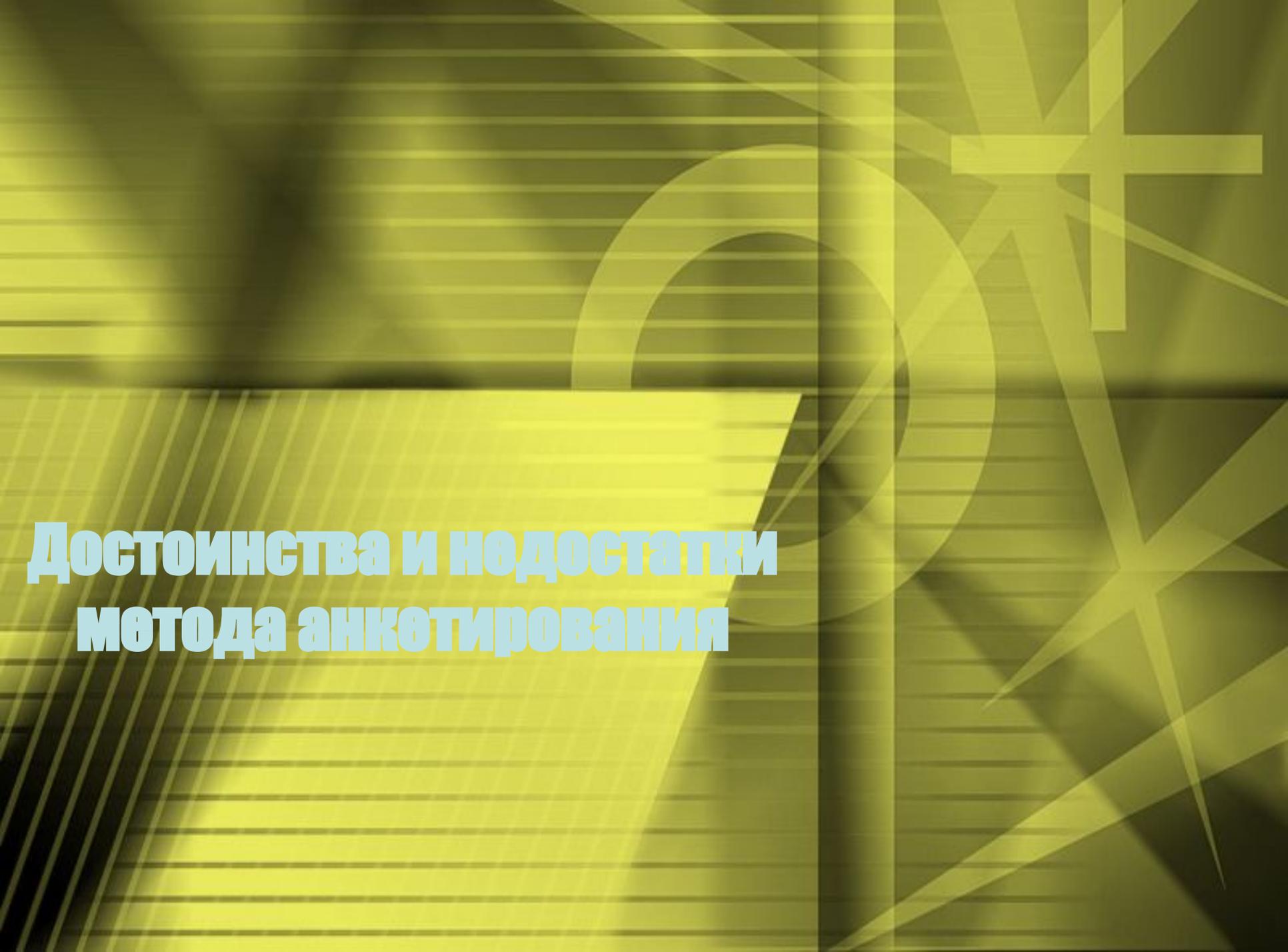
Виды анкетирования:

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!**