Утверждено на метод. совете:

 «\_\_\_» \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 2012г.

 Председатель метод. совета

 \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_Е.М. Окорокова

Методические рекомендации по теме:

 ***Анкетирование. Правила составление анкет.***

***Подготовила: Разгонова Г.Н., заведующая отделением ОО АУ ДПО ЦПО***



***г. Липецк, 2012г***

# 1. Что же такое – анкетирование?

**АНКЕТИРОВАНИЕ** (англ. survey; нем. Befragung) - [метод](http://voluntary.ru/dictionary/568/word/%EF%BF%BD%EF%BF%BD%EF%BF%BD%EF%BF%BD%EF%BF%BD)  получения первичной информации, заключающийся в составлении анкет и проведении [опроса](http://voluntary.ru/dictionary/568/word/%EF%BF%BD%EF%BF%BD%EF%BF%BD%EF%BF%BD%EF%BF%BD);  применяется в общественных [науках](http://voluntary.ru/dictionary/568/word/%EF%BF%BD%EF%BF%BD%EF%BF%BD%EF%BF%BD%EF%BF%BD),  при переписях населения, в изучении общественного мнения[[1]](#footnote-1).

**АНКЕТИРОВАНИЕ** - одна из основных разновидностей [метода](http://voluntary.ru/dictionary/568/word/%EF%BF%BD%EF%BF%BD%EF%BF%BD%EF%BF%BD%EF%BF%BD) социологического [опроса](http://voluntary.ru/dictionary/568/word/%EF%BF%BD%EF%BF%BD%EF%BF%BD%EF%BF%BD%EF%BF%BD),  при котором [общение](http://voluntary.ru/dictionary/568/word/%EF%BF%BD%EF%BF%BD%EF%BF%BD%EF%BF%BD%EF%BF%BD%EF%BF%BD%EF%BF%BD)  между исследователем и респондентом, являющегося источником желательной информации, опосредуется анкетой[[2]](#footnote-2).

При помощи метода анкетирования можно с наименьшими затратами получить высокий уровень массовости исследования. Особенностью этого метода можно назвать его **анонимность** (личность респондента не фиксируется, фиксируются лишь его ответы). Анкетирование проводится в основном в случаях, когда необходимо выяснить мнения людей по каким-то вопросам и охватить большое число людей за короткий срок.

**2. Виды анкетирования.**

**По числу респондентов:**

* **Индивидуальное** анкетирование (один респондент);
* **Групповое** анкетирование (несколько респондентов). Методическая и организационная разновидность группового анкетирования - **аудиторное анкетирование**, состоящее в одновременном заполнении анкет группой людей, собранных в одном помещении в соответствии с правилами выборочной процедуры;
* **Массовое** анкетирование (от сотни до тысяч респондентов).

**По полноте охвата:**

* **Сплошное** (опрос всех представителей выборки);
* **Выборочное** (опрос части выборки). **По типу контактов с респондентом:**
* **Очное** (в присутствии исследователя-анкетёра);
* **Заочное** (анкетёр отсутствует):
	+ Рассылка анкет по [почте](http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9F%D0%BE%D1%87%D1%82%D0%B0);
	+ Публикация анкет в [прессе](http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A1%D0%9C%D0%98);
	+ Публикация анкет в [Интернете](http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%98%D0%BD%D1%82%D0%B5%D1%80%D0%BD%D0%B5%D1%82);
	+ Вручение и сбор анкет по месту жительства, работы и т. д.

**3. Этапы проведения анкетирования.**

**Шаг 1.** Выявление цели анкетирования.

**Шаг 2.** Подбор целевой аудитории.

**Шаг 3.** Составление анкеты.

**Шаг 4.** Тестирование анкеты.

**Шаг 5.** Проведение анкетирования и повторная проверка анкеты.

**4. А что представляет собой АНКЕТА?**

**АНКЕТА** - методическое средство для получения первичной социологической и социально-психологической информации на основе вербальной коммуникации - средство опроса. Представляет собой набор вопросов, каждый из коих логически связан с центральной задачей исследования, и возможные варианты ответов, из коих респондент должен выбрать самые подходящие, или же по их образцу предложить собственные[[3]](#footnote-3).

Анкета, состоит не только из опросного листа и "паспортички", но и из преамбульно-инструктивного раздела. Значимость последнего нельзя недооценивать, т.к. в условиях заочного общения с респондентом преамбула - единственное средство мотивации респондента на заполнение анкеты, формирования его установки на искренность ответов. Кроме того, в преамбуле говорится о том, кто и зачем проводит опрос, даются необходимые комментарии и инструкции по [работе](http://job.rin.ru) респондента с анкетой.

Анкеты малого объема предполагают последовательный переход респондента от одного вопроса к другому. Большие анкеты нередко могут иметь разветвленную структуру: в зависимости от ответа на специальные вопросы-фильтры респондент может пропускать определенные группы вопросов.

Анкеты дают возможность получить информацию о больших группах людей путем опроса какой-то части их, составляющих выборку представительную. Конечно, достоверные результаты получаются лишь при тщательной разработке вопросов анкеты и при условии, что выборка достаточно точно отражает популяцию в целом.

**5. Составление анкет.**

**Составление анкет** - процесс перевода основных гипотез исследования на язык вопросов - сложная и трудоемкая процедура. Анкета должна обеспечить получение содержания, правдивого по отношению к опрашиваемому и значимого по отношению к проблеме. Составление научно ценной анкеты - как правило, **коллективная работа.**

**Необходимо произвести:**

* постановку целей;
* анализ вопросов и выдвижение гипотез;
* формулирование вопросов и вариантов ответов;
* разработку выборки;
* выбор способа анкетирования.

**Анкета, как правило, состоит из:**

* **вводной части**, содержащей обращение к респонденту, разъясняющее цели опроса, указание о правилах заполнения, адресат использования полученных данных;
* как правило, анкета начинается с, так называемой, **паспортички**, где респондента просят сообщить о себе некоторые сведения (например, пол, возраст, уровень образования, место работы, жительства, семейное положение, количество детей и т.д.);
* затем в анкете идут **основные вопросы**. Их не должно быть много (на весь опрос **не более 15 - 25**). Они должны быть сформулированы соответствующим образом (о чём говорится ниже).

**В заключение** анкеты требуется поблагодарить респондента.

**Первый этап в разработке** - определение содержания анкеты.

Это может быть набор вопросов о фактах жизнедеятельности опрашиваемого (его знаниях, гражданском состоянии, его действиях в прошлом и настоящем и пр.) или же о его мотивах, оценках, отношениях. Если нужно знать также интенсивность мнения, то в формулировку вопроса включается соответственная шкала оценок.

**Второй этап в разработке анкеты** - выбор нужного типа вопросов.

**Вопросы могут быть:**

***1. По форме:***

*Открытые* - позволяют строить ответ согласно желаниям опрашиваемого как по содержанию, так и по форме (предполагают произвольный ответ). В таких вопросах отсутствует желание навязать определенный ответ. Информация в этом случае получается более полная (и в этом их плюс), а обработка и интерпретация затруднены, неоднозначны, что затрудняет сравнение ответов разных испытуемых. Кроме того, такие анкеты требуют большего времени выполнения.

Кроме того, они могут быть неоднозначно интерпретированы. Поэтому при анкетировании их значительно реже используют.

*Закрытые* - предусматривают готовые варианты ответов, допускающими обычно лишь ответы "да" или "нет". Респондент, выбравший вариант, который более других соответствует мнению респондента, отмечает его в перечне вопросов галочкой. Если фиксированное количество вариантов ответов составляет два, такой вопрос называется дихотомическим. Другим типом вопросов с фиксированными вариантами ответов является шкала ответов. Например, задан вопрос: как часто вы покупаете ветчину? Варианты ответа:

* никогда
* изредка
* иногда
* часто

Несомненным преимуществом закрытых вопросов является единообразие ответов и относительная лёгкость обработки данных, а недостатком - менее точная интерпретация, приближенный вариант ответа, отсутствие необходимого варианта ответа.

*Полузакрытые вопросы* - содержат наряду с готовыми вариантами ответов возможность изложения своего варианта ответа, в формулировке типа: Изложите свой вариант, если нет нужного Вам варианта ответа.

***2. По функции*** вопросы могут быть:

* основными
* наводящими
* контрольными
* уточняющими и пр.

Тип вопроса может влиять на полноту и правдивость ответа.

**Требования к формулированию вопросов:**

* они должны быть понятны для исследуемой категории людей;
* лаконичны;
* исключать двусмысленность в понимании;
* не раздражать, не унижать достоинства;
* хорошо и чётко напечатаны.

**Самые типичные ошибки при составлении анкет:**

1) Скрытая заданность ответа;

2) Сверхдетализованность;

3) Двусмысленность вопросов;

4) Недостаточная различительная сила вопросов.

**Последний этап в составлении анкеты** связан с определением количества и порядка задаваемых вопросов. Последовательность вопросов различна для разных типов анкетного опроса.

**Примечания:**

1. Надо противостоять «[синдрому](http://click01.begun.ru/click.jsp?url=51ai6k9ISUjaCTLlwkakxYJLx-aGkZ9YF0*VgsogyJh0RanQlwbjMbd4snWBVfzxmo-a1H89bvvsRGbF1Qhn5BC*vAbK1aKRNpcLoJJ1zCtOzAH09XuA2V-*jYeur8GYFaTlGYnnVtu-TaL7U8*uWGJzef8*2rqKRT5HcM3djRJokZS9wg2lvgiaFp14LlBypzaFscbob-ZM*EoCTCbSXPcfsFG54QfxG7XMbCyL-lOybb6cO5xXlbXr6LDvGkpWCDAQaYdaJgDxf*BX-y83A-KjA*HTldfpQGUN7tagGCrjNQeS) жадности» и не ставить лишних вопросов, без которых можно обойтись. В то же время переупрощение проблемы, постановка ограниченного числа вопросов дает возможность интерпретировать полученные результаты в желаемом направлении.

2. Анкета не должна быть большой и утомительной (не более 20-25 вопросов).

 3. Следует ограничивать количество открытых вопросов (где требуется вписать свой вариант ответа). Объяснение простое - у всех мало времени, поэтому, либо ответ будет логичным, но бессмысленным (например: "Почему Вы выбрали именно это творческое объединение?" - "Захотел"), либо ответа не будет вообще.

 4. Опрашиваемый должен просто читать вопросы и обводить подходящие варианты ответов. Это позволит сэкономить время и получить ответы на большинство вопросов. При перечислении вариантов ответов постараться перечислить все возможные, но также избегать бессмысленных.

 5. Важно подчеркнуть необходимость соблюдения правила системности анкеты. Это нужно, чтобы использовать в научных целях информацию не только по отдельным вопросам, но и ту, которая обнаруживается при осмыслении всех вопросов как взаимодействующих структур, а всех ответов на них как взаимодействующих элементов.

1. [↑](#footnote-ref-1)
2. [↑](#footnote-ref-2)
3. [↑](#footnote-ref-3)