

## Тема 10.1. “Формулювання питань анкети”

Лукіна Т.О.

### ЯК СФОРМУЛЮВАТИ ПИТАННЯ АНКЕТИ

*Закриті* – це такі питання анкети, коли в анкеті наводиться декілька варіантів відповіді. Респондент має підкреслити або обвести кружечком обраний варіант або код відповіді. Такі питання зручні для майбутнього машинного опрацювання анкет та статистичної обробки результатів. Недоліком є те, що не можна гарантувати повний перелік можливих варіантів відповідей, тому опитуваний не зможе дати відповідь, або ж обере інший варіант, який не буде повністю відповідати реальній ситуації. Закриті запитання краще не давати на початковій стадії дослідження, коли проблема ще уточнюється, з'ясовуються додаткові фактори, особливості тощо.

Для підвищення інформативності такого запитання його краще сформулювати у *напівзакритій формі*, доповнивши перелік варіантів відповіді рядком «Інші (вказати, які саме)».

*Відкриті відповіді* не передбачають жодних варіантів відповіді в анкеті. Корисність цих запитань у тому, що вони не нав'язують якійсь варіант відповіді респонденту, не обмежують його можливостей, не містять різного роду підказок і надають багату за змістом, проте, вони й набагато складніші в опрацюванні та мають певні обмеження у застосуванні. Наприклад, відкриті питання недоцільно застосовувати при опитуванні молодших школярів, які ще не вміють формулювати й писати речення. Дослідник, який не врахував ці обставини, бажаючи здобути якомога більше інформації, скоріш за все взагалі залишаться без відповіді на ці питання.

Вибір форми питань залежить від багатьох чинників: ступеня обізнаності дослідника з проблемою та всіма можливими ситуаціями, стадії (етапу) вивчення проблеми, на якому проводиться це опитування, його мети, характеристик респондентів (їхніх особливостей, можливостей тощо). Тому кваліфіковано складена анкета зазвичай містить питання різних форм одночасно.

*Пряме запитання* дає можливість отримати пряму інформацію від респондента на питання і як правило сформульовані в особистій формі. *Опосередковане запитання* сформульоване таким чином, що дає змогу опитуваному висловити свою думку з позиції певної групи, колективу. Часто потрібна інформація отримується за допомогою не одного, а серії питань. Така форма частіше використовується, коли питання торкаються особистого життя респондента, ставлення до певних негативних явищ тощо. При цьому питають не про те, як безпосередньо сам респондент буде поводитися у тій чи іншій ситуації, а як ставляться до цієї ситуації чи явища інші його знайомі, друзі.

*Дихотомічні питання* носять взаємовиключаючий характер і можуть подаватися двома основними способами: а) так, що правильною може бути тільки один з альтернативних варіантів відповіді “так – ні”, б) так, що правильним може бути тільки один з кількох варіантів відповідей. Ці питання використовуються,

коли є потреба зібрати дані про певні факти, дії. Якщо використовується відповідь «так-ні», то сума відповідей на це запитання всіх респондентів має дорівнювати 100%, тому що третього не дано. Наприклад, питання з вибором альтернативних варіантів відповіді: “Чи відвідуєте Ви міську (районну) дитячу бібліотеку?” Відповіді: “Так” – “ні”.

Питання, що передбачає вибір тільки одного варіанта з кількох запропонованих: “У якому загальноосвітньому навчальному закладі Ви навчаєтеся?” :

ЗНЗ I-II ступеня навчання	
ЗНЗ I-III ступеня навчання	
Гімназія	
Ліцей	
Коледж	

*Поліваріантні питання* (питання типу “меню”) передбачають простий вибір одночасно кількох варіантів відповідей або ж вибір з попередньо проведеним рангуванням обраних варіантів.

Наприклад, “Які гуртки (секції) Ви відвідуєте?”

Художній		Географічний	
Музичний		Іноземної мови	
Спортивний		Літературний	
Математичний		Журналістський	
Історико-краєзнавчий		Інший (який саме)	
Астрономічний			

Інша форма подання поліваріантного питання передбачає розташування у певному порядку запропонованих варіантів відповіді. Наприклад, “Відмітьте у порядку зменшення важливості наступні причини, що примушують Вас поглиблено вивчати даний навчальний предмет ”

№	Причини	
1.	Цікавий для мене	
2.	Іншого профілю навчання у цій школі немає	
3.	Соромлюся однокласників, їхньої оцінки мене	
4.	Хочу бути першим у класі за успішністю	
5.	Подобається вчитель	
6.	Примушують батьки	
7.	Планую вступати до ВНЗ на таку спеціальність	

*Шкальні питання* можуть бути подані у вигляді звичайного запитання з варіантами відповідей, у вигляді рядкової розгортки, а також у табличному вигляді.

Наприклад, “Як часто Ви проводите тестування у класі?”

- проводи(в)ла систематично;
- проводи(в)ла епізодично;
- не проводи(в)ла взагалі.

Або в іншій формі - із застосуванням шкали: “Як часто Ви проводите тестування у класі?”

*абсолютно*

*надзвичайно*

*не результативна*

*результативна*

1

2

3

4

5

Кількість балів може бути різною: 5, 10. Головне, щоб вона була звичною та зрозумілою для респондента.

*Таблична форма.* Її характерна ознака у тому, що респонденту потрібно оцінити кожне із заведених тверджень. Наприклад, наведений вище приклад поліваріантного питання можна подати у табличній формі, а саме: “Як ви оцінюєте причини, що змушують Вас поглиблено вивчати даний навчальний предмет (обведіть, будь-ласка, кружечком у кожному рядку цифру, що відповідає обраній Вами відповіді) ”.

<i>Твердження</i>	<i>Так</i>	<i>Майже завжди</i>	<i>Інколи</i>	<i>Ні</i>
Цікавий для мене	3	2	1	0
Іншого профілю навчання у цій школі немає	3	2	1	0
Соромлюся однокласників, їхньої оцінки мене	3	2	1	0
Хочу бути першим у класі за успішністю	3	2	1	0
Подобається вчитель	3	2	1	0
Примушують батьки	3	2	1	0
Планую вступати до ВНЗ на таку спеціальність	3	2	1	0

Запитання, що подані у такій формі, зручні для дослідника, проте, бажано, щоб їх кількість у структурі анкети не переважала, оскільки не всім респондентам з ними легко працювати.

*Питання-діалоги* складаються з протилежних висловлювань уявних осіб. Завдання респондента полягає у тому, щоб погодитися з твердженням одного з співрозмовників. Для надання більшої наочності та імітування “справжності” розмови такі питання часто супроводжуються малюнками, які зображують цих умовних співрозмовників.

*Питання-ілюстрації* обов’язково містять певний малюнок, що унаочнює відповідну ситуацію. При використанні таких питань-ілюстрацій потрібно зважати на стать респондента і відповідно малювати зображення жінки-співрозмовниці, якщо анкета пропонується жінкам і навпаки.

Головне призначення *функціональних питань* полягає в упорядкуванні самого ходу анкетування, спрямування його у потрібне русло. *Функціонально-психологічні питання* мають суто психологічне призначення і ставляться з метою

зняття психологічної, емоційної напруги, небажаних установок ставлення до опитування респондента, для переходу від однієї теми до іншої, підтримки інтересу до анкети.

*Питання-фільтри* використовують у тому випадку, коли потрібно отримати дані, що характеризують лише їх певну частину, які мають певні особливості, характерні риси тощо. У таких питаннях *обов'язково є посилання на перехід до певного номера запитання анкети, у разі, якщо даний респондент не має такої властивості (звички, думки та інше).* Наприклад, питання № 4 “Чи займаєтеся Ви спортом? (якщо “ні”, то переходьте до питання 10)”:

- так \_\_\_\_;
- ні \_\_\_\_.

Ці питання призначені для того, щоб відсіяти тих, хто не має жодного відношення до певної проблеми, ситуації, хто не може висловлювати свою думку стосовно конкретних подій, оскільки не є їх учасником.

*Контрольні питання* призначені для поліпшення якості отримуваної інформації та спрямовані перевірку її достовірності. Вони дають можливість перевірити стійкість та несуперечливість відповідей респондентів.

Остання група питань, що відрізняються за змістом – питання про факти, питання про знання та питання про внутрішніх станах<sup>1</sup>. Головне призначення *питань про факти* полягає у збиранні даних про певні факти об'єктивної реальності, які можна безпосередньо спостерігати або ж вимірювати. До цієї групи питань належать питання з «паспортички». Особливо варто відзначити *питання про внутрішній стан* (або думки, ставлення людей, самооцінку та оцінку інших тощо). Це питання найскладніші для респондентів і дають найменш достовірну інформацію, саме для перевірки чого й застосовують описані вище питання-фільтри, контрольні запитання, питання-діалоги тощо.

Не можна допускати того, щоб питання або варіанти відповідей в анкеті містили думки, установки, цінності дослідника та схиляли респондента до тієї чи іншої відповіді, ображали почуття опитуваного або ж засуджували його поведінку (діяльність). Якщо респондент не може дати точної відповіді (забув певні деталі, розгубився тощо), запитання мають містити відповідні можливості ухилення від конкретної відповіді шляхом вибору варіантів “не знаю”, “не пам'ятаю”, “важко відповісти”. Цей підхід менш інформативний, проте, він підвищує достовірність відповіді.

Головне, щоб всі поняття однаково сприймалися всіма респондентами. Наприклад, на питання “Як часто Ви відвідуєте спортивну секцію?” не варто пропонувати відповіді “часто” – “не часто”, тому що для кожної людини поняття “часто” означає різну інтенсивність – кожен день, раз на тиждень, місяць, на рік. Тому варто сформулювати варіанти відповідей у більш конкретних виразах, на кшталт, “раз на тиждень”, “2-3 рази на тиждень”, “раз на місяць”, “2-3 рази на місяць”.

---

<sup>1</sup> Про ці типи питань можна докладно прочитати у навчальному посібнику Новикової С.С. Введение в прикладную социологию. Анкетирование. – М.:СпортАкадемПресс, 2000. – С. 90 - 91.

Перевірка композиції анкети фактично означає перевірку дотримання її загальної структури, про йшлося вище. Виконання вимоги щодо розташування складних і простих питань, “паспортички”, вміщення питань-буферів при переході від одного блоку запитань до іншого, недопущення скупчення однотипних запитань анкети, а також послідовного розташування основних та контрольних питань тощо, – усе це сприятиме поліпшенню якості анкети як вимірникового інструментарію та підвищенню достовірності та об’єктивності отриманої інформації.

І, нарешті, перевірка графічного оформлення анкети передбачає дотримання певних правил її оформлення. Безсумнівно, не можна допустити, щоб текст анкети був погано, “сліпо” надрукований. Для підвищення наочності та спрощення роботи респондента з анкетною, вчені рекомендують друкувати текст питання та можливі варіанти відповіді на нього різним шрифтом; при наявності змістових запитань пояснення до них також набирають іншим кеглем, щоб привернути до них увагу. Якщо пропонуються відкриті або напівзакриті запитання, то вони мають містити достатньо чистих рядків для відповіді. Варто пам’ятати, що на те, яка з альтернативних відповідей буде обрана впливає довжина її формулювання, отже, всі варіанти відповідей мають бути урівноважені.

Проте, така перевірка зовнішнього вигляду анкети не є гарантією успішного анкетування. Для більш точної перевірки якості інструментарію потрібно провести пілотне (пробне) анкетування невеликої кількості осіб. Розподіл відповідей, їх зауваження щодо формулювань, розташування питань та варіантів відповідей дає можливість скоригувати анкету, виключивши малоінформативні запитання, спростити складні, уточнити повноту запропонованих варіантів.

Розробка професійної анкети є складною, копіткою і тривалою роботою, що потребує спеціальних знань і навичок, а також проведення пробних опитувань, що мають на меті удосконалення формулювань анкетних запитань, уточнення варіантів відповідей, послідовності постановки питань тощо<sup>2</sup>. Кінцевим результатом такої діяльності фахівців є отримання анкети, яка змогла б виконувати функцію *вимірника*, тобто *інструменту*, за допомогою якого збирається потрібна досліднику інформація і яка дійсно відповідає всім вимогам якості такого роду *інструментарію*, забезпечує чіткі, повні відповіді респондента, дає змогу вивчити саме ті аспекти, проблеми, що складають суть конкретного моніторингового дослідження.

---

<sup>2</sup> Опис етапів розробки анкети наведено у посібнику «Практикум по прикладной социологии» / Под ред. Б.В.Князева, Н.И.Дряхлова. В.Я.Нечаева. – М.: Изд-во МГУ, 1987. – С.154 -166.