

**Лукіна Тетяна Олександрівна,**

доктор наук з державного управління, кандидат педагогічних наук, професор, професор кафедри управління освітою Національної академії державного управління при Президентові України, головний науковий співробітник АПН України

**ТЕХНОЛОГІЯ РОЗРОБКИ АНКЕТ  
ДЛЯ МОНІТОРИНГОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ ОСВІТНІХ ПРОБЛЕМ**  
*Методичний посібник*

**Анотація**

Методичний посібник призначений для працівників системи освіти, які займаються проблемами розробки інструментарію для проведення моніторингових досліджень освітніх проблем. У посібнику розкрито сутність методу опитування як методу збору первинної інформації, описано методику розробки анкети, наведено основні помилки при складанні анкет та матеріали для практичного опрацювання.

**Ключові слова:** анкетування, анкета, дефекти анкет, запитання анкети.

**ЗМІСТ**

Основні поняття теми

Метод опитування у моніторингових дослідженнях: види, можливості, правила використання

Структура анкети.

Основні недоліки анкет

Шкалювання. Види шкал.

Основні дефекти анкет та помилки при їх складанні.

Практикум

Список літератури

## ***Основні поняття теми***

***Анкета*** (з франц. *enquête* – список запитань) – поширений з ХІХ ст. вид діагностичних та дослідницьких методик, відомих як серії тематично пов'язаних питань, певним чином упорядкованих, відкритого або закритого типу, що містять питання демографічного характеру, наприклад, вік, професія, рівень освіти респондента тощо - так звана “паспортичка” - та звертання до респондента.

***Анкетування*** – метод масового збору матеріалу за допомогою спеціально розроблених опитувальників, що називаються анкетами. Це різновид опитування, який передбачає заповнення респондентом власноруч спеціального бланку із запитаннями анкети, яка також містить інформацію соціально-демографічного характеру про респондента.

***Види опитування:*** анкетування та інтерв'ювання.

***Вступна частина анкети*** відіграє значну роль в результативності та інформативності опитування має сформулювати загальне позитивне ставлення респондента до процедури анкетування, його психічний настрій, серйозність та добросовісність.

***Основна частина анкети*** – це найбільш інформативна частина анкети для дослідника, надає змістовну інформацію, яка потім аналізується та інтерпретується, виступає основою для формулювання дослідником (аналітиком, експертом) тих чи інших висновків і рекомендацій.

***“Паспортичка”*** - структурна частина анкети, яка містить питання щодо професії, освіти, віку, статі, соціального походження, сімейного стану, місця проживання тощо.

***Структура анкети:*** вступна, основна частини та “паспортичка”.

***Шкалювання*** – присвоєння балів або інших цифрових показників досліджуваним характеристикам.

***Шкалювання*** допомагає визначити вищу та нижчу ступені досліджуваного явища, дає можливість виявити інтенсивність явищ і процесів,

дозволяє чисельно віддзеркалити (квантифікувати) якісні дані за допомогою ступенів шкали.

***Метод опитування у моніторингових дослідженнях: види, можливості, правила використання.***

*Опитування* - найбільш популярний метод збору інформації, який дає можливість отримувати надійну інформацію, що піддається статистичній обробці. За способом проведення опитувань вони поділяються на *анкетування*, що передбачає заповнення респондентом власноруч спеціального бланку із запитаннями анкети, та *інтерв'ювання*, у ході якого респондент відповідає на запитання усно, а *інтерв'юєр* фіксує ці відповіді.

Виступати в ролі респондента можуть різні групи людей залежно від цілей конкретного опитування. Наприклад, відповіді можуть надавати учні, їхні батьки, учителі, окремі групи вчителів (предметними, класні керівники), адміністрація ЗНЗ, представники органів управління освіти, члени громадських організацій, представники органів громадського самоврядування (члени піклувальної ради ЗНЗ, ради ЗНЗ) та інші.

Розглянемо більш докладно *анкетування*. Дослідники виокремлюють декілька видів анкетування у залежності від того, за якими основними ознаками вони групуються. Найбільш повне уявлення про різні види анкетування можна отримати з такої схеми (див. рис. 1.1) :

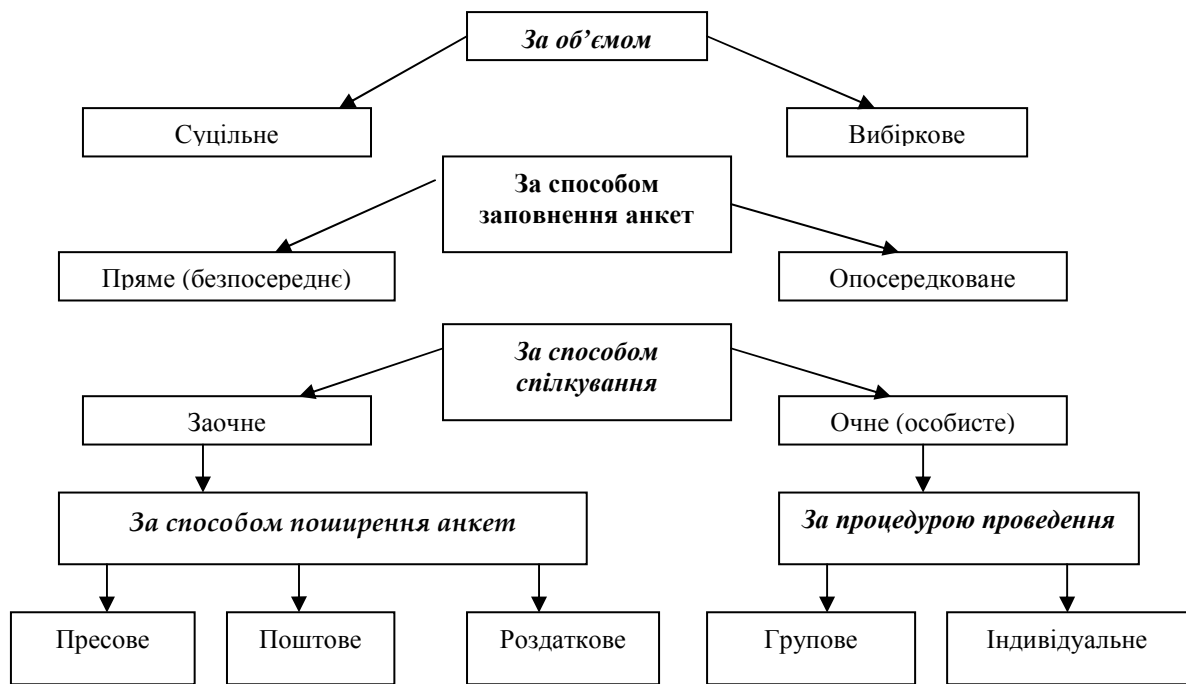


Рис. 1.1. Класифікація видів анкетування (за Готліб) [3, с. 70].

Основні види анкетування розрізняються об'ємом учасників, способом заповнення анкет та способом спілкування під час збору інформації. Якщо анкетування передбачає опитати всіх без винятку учасників певного процесу, або всю соціальну групу, колектив тощо, то таке анкетування називається *суцільним*. Воно частіше використовується у тих випадках, коли маємо справу з невеликими кількостями людей .

*Пряме анкетування* передбачає записування відповідей анкети власноруч самими опитуваними особами, а опосередковане – якщо ці відповіді записує анкетер. Цей випадок використовується у тому разі, коли самому респонденту це зробити важко або неможливо через травму, поганий зір, вік тощо.

*Особисте* анкетування передбачає безпосереднє спілкування анкетера з респондентом, а анкета заповнюється у присутності дослідника. Такий спосіб анкетування найбільш зручний та інформативний, він дає можливість анкетеру проконтролювати правильність та повноту заповнення анкет, їх

стовідсоткове повертання, надати у разі потреби додаткову консультацію опитуваному.

Дуже схожі на особисте також *групове* та *індивідуальне* анкетування, які також потребують безпосереднього спілкування дослідника з респондентами. Під час проведення *групового* анкетування, що найбільш поширено при опитуванні школярів, їхніх батьків, студентів, працівників одного навчального закладу, учасників збирають у певний час в одному приміщенні у групи до 20 осіб, з кожною з яких працює один анкетер. Таке анкетування дає змогу проконтролювати процедуру збору інформації, а також заощадити час і кошти. Якщо ж немає можливості зібрати респондентів в одному місті, опитування здійснюється по чергово з кожним *індивідуально*.

При використанні *заочного* анкетування анкетер залишає опитувальний лист респонденту і він заповнює його у відсутності дослідника. Наприклад, анкетер передає з учнями анкети для батьків. Цей вид анкетування не дає гарантії в отриманні достовірної особистісної інформації від респондента.

*Пресове* анкетування передбачає опублікування тексту анкет на сторінках журналів та газет з проханням надіслати заповнені анкети за адресою. При *поштовому* анкетуванні анкети надсилаються поштою певній групі осіб, обраних вибірково, з проханням дати відповіді та повернути їх поштою. Ці способи анкетування досить неефективні, тому що повертається у середньому близько 5% анкет, отже, говорити про репрезентативність, інформативність та об'єктивність такого опитування не доводиться.

*Роздаткове* анкетування нагадує заочне, оскільки анкетер вручає анкети кожному учаснику, пояснює мету дослідження та завдання, консультує щодо техніки заповнення анкет і домовляється з опитуваним про термін та спосіб їх повернення. Недоліки такого способу анкетування аналогічні описаним вище.

При використанні заочного анкетування анкетер залишає опитувальник респонденту і він заповнює його у відсутності дослідника. Це значно гірше у порівнянні з описаними вище способами анкетування, оскільки не можна бути впевненим у тому, що респондент, заповнюючи анкету, не спілкувався з оточуючими, отже, зафіксовані відповіді можуть не відбивати його особистої думки, ставлення до конкретних подій тощо.

Незважаючи на зазначені вище недоліки, анкетування як метод збору первинної інформації при моніторингових дослідженнях, оцінюванні діяльності ЗНЗ здобув дуже широкого поширення особливо в останні роки у зв'язку з активізацією громадянських процесів в усьому світі, проведенням великої кількості досліджень громадської думки тощо.

*Перевагами анкетування є:*

- незалежність відповідей респондента від особистості *анкетера*, його світосприйняття, ціннісних орієнтацій тощо;
- достатність часу в респондента для обмірковування запитання та формулювання (вибору) відповіді;
- використання чітко розробленої анкети як інструмента, який має відповідні якісні характеристики, що зменшує вплив на результат через недостатність досвіду анкетера;
- попередня продуманість, виваженість запитань, які формулюються в анкеті (за умови її якісного розроблення);
- досить широкий спектр питань, необмеженість у часі як, наприклад, при інтерв'юванні;
- можливість стандартизації процедури збору даних та їх наступної статистичної обробки, що дає змогу використовувати цю інформацію для вироблення управлінських рішень та формулювання виважених висновків (за умови дотримання всіх правил формування вибірки респондентів, проведення процедури анкетування та якості самої анкети як інструмента).

Різні види анкетування дають можливість отримати інформацію різного ступеня надійності й достовірності, що є природним зважаючи на особливості процедур анкетування у різних випадках. Зрозуміло, що анкетування, яке проводиться досвідченим анкетером у його присутності після короткого інструктажу респондент(а)ів, а анкета збирається дослідником власноруч і перевіряється її заповнення (тобто анкетування пряме, особисте та індивідуальне) (див. рис.1.1) має значно вищі якісні характеристики і може застосовуватися при кількісних дослідженнях певної ситуації або явища.

Проте, анкетуванню властиві і деякі *загальні недоліки*, а саме:

- неможливість гнучкого реагування на процес отримання інформації, переведення його інший бік, на більш цікаві, актуальні для дослідника аспекти;
- повернення незаповнених або заповнених частково анкету разі використання поштового анкетування або ж через неухважність анкетера;
- існування певних обмежень у застосування окремих видів анкетування, що знижує достовірність отриманих даних (наприклад, заповнення анкетних листів анкетерами за відповідями респондентів – дітей, хворих осіб тощо, заповнення анкет іншими особами при пощтовому або пресовому анкетуванні та деякі інші.

Розглянемо технологію проведення анкетування.

Проведення опитування, як і будь-якого іншого методу дослідження, передбачає необхідність чіткого й послідовного дотримання всіх необхідних процедур і етапів. Стандартний алгоритм проведення анкетування у навчальному закладі складається з таких етапів:

*I етап.* Розробка документів (положення, правила) про порядок анкетування в навчальному закладі, у якому чітко сформульована мета дослідження, визначені робоча група та відповідальні особи за розробку

анкет, встановлено порядок проведення експертизи, апробації анкети, графік анкетування, обробки результатів.

*II етап.* Розробка анкет (підготовка першого варіанта анкети, проведення семантичної експертизи, ранжирування питань анкети, визначення їх вагових коефіцієнтів, її апробація, коригування анкети).

*III етап.* Вибір шкали для обробки результатів анкетування. З цією метою доцільно провести оцінювання одного й того самого об'єкта в різних шкалах з різним кроком (у різну кількість балів  $t = 1, 2, 5$  тощо). Потім обирається та з них, яка дає найменше значення дисперсії, тобто розсіювання даних. Експериментальні перевірки показують, що при оцінюванні певних якісних характеристик педагогів, учнів, тобто особистостей варто застосовувати 10-бальну шкалу, у якій 9-10 балів відповідає ситуації, коли та чи інша якість проявляється завжди, 8-9 балів – проявляється в основному тощо.

*IV етап.* Проведення самого анкетування та збір даних.

*V етап.* Обробка результатів анкетування методами математичної статистики, узагальнення інформації, формулювання висновків, побудова прогнозів та рекомендацій.

Характерними помилками, що допускаються при анкетуванні є:

- застосування в опитуванні анкети, яка розроблялась і використовувалась в іншому дослідженні, нехай навіть дуже близьким за темою;
- відсутність правильно сформованої вибірки респондентів, що призводить до різноманітних зміщень у структурі узагальнених відповідей, а отже й, до зменшення достовірності та статистичною значущості результатів анкетування;
- неухважність анкетера до заповнення анкет респондентами у результаті чого велика кількість питань залишається без відповіді, що призводить до неможливості статистичної обробки та інтерпретації результатів.



При проведенні анкетування, як і будь-якого іншого виду збору первинної інформації, дослідник (у даному випадку анкетер) повинен пам'ятати про необхідність дотримання певних загальних правил поведінки. Насамперед, варто нагадати, що людина (респондент) *має право не погодитись* відповідати на запитання. Отже, від анкетера залежить створити доброзичливе ставлення до його самого, до процедури анкетування та переконати (умовити, роз'яснити) людину у важливості її участі в анкетуванні. У разі, якщо анкетер безпосередньо бере участь у проведенні опитування, тобто передбачається пряме або опосередковане, особисте, роздаткове, індивідуальне або групове анкетування (див. рис.1.1), він має обов'язково назвати себе та організацію, яка проводить дослідження, роз'яснити мету анкетування, запитати про наявність вільного часу в респондента на заповнення анкети та умови анкетування. Ні в якому разі анкетеру не дозволяється впливати на думку респондента безпосередньо або опосередковано, даючи оцінки важливості деяких подій, які пов'язані із конкретним дослідженням (оцінюванням), висловлюючи власне ставлення до певних подій, завдань, груп людей, їхньої поведінки тощо. Такі дії можуть суттєво вплинути на результати опитування та змінити відповіді під впливом різних обставин (наприклад, респондент не має чіткої власної позиції, тому вибере відповіді в угоду анкетеру; через страх, що його відверта відповідь вплине на подальшу долю тощо).

### ***Структура анкети***

*Анкета* (з франц. *enquete* – список запитань) – поширений з XIX ст. вид діагностичних та дослідницьких методик, поширених як серії тематично пов'язаних питань, певним чином упорядкованих, відкритого або закритого типу, що включають питання демографічного характеру (так звана «паспортичка») та звертання до респондента. Професійно складена анкета розробляється на основі попередньо розробленого конструкта, що моделює діагностовано явище, суттєві ознаки та форми поведінки опитуваного.

Анкета – одне ціле, а не сума запитань, що відбивають певні властивості та вміщуються до анкети за бажанням дослідника.

Анкета складається з трьох основних частин: вступна, основна частина та «паспортичка» [12]. Надзвичайно велика роль у майбутній результативності опитування відводиться *вступній частині*, оскільки вона має сформувати загальне ставлення респондента до процедури анкетування, його психічний настрій, серйозність та добросовісність. Основне призначення вступної частини полягає у тому, щоб побудити бажання у людини надавати відповіді. Найчастіше вона розташовується на титульному листі анкети, є лаконічною і містить вступ, у якому зазначається організація, що проводить опитування, його мета й завдання, розкривається важливість розв'язання досліджуваної проблеми та ролі респондента, вказуються правила заповнення анкети та висловлюється вдячність опитуваному за участь у дослідженні. Особливо потрібно відзначити аспект *анонімності* анкети, а точніше думок респондента та іншої інформації, яку він повідомляє. Потрібно гарантувати опитуваному те, що ці відомості, особливо приватного, конфіденційного характеру, не будуть доступними іншим без його на це згоди.

*Основна частина* – це найбільш важлива, найбільш інформативна частина анкети для дослідника, тому що саме вона надає змістову інформацію, яка потім аналізується та інтерпретується, тобто вона виступає основою для формулювання тих чи інших висновків. Основна частина умовно поділяється на три складові: спочатку формулюються так звані контактні питання, вони нескладні, просто сформульовані. Їх основне призначення полягає у тому, щоб зацікавити респондента, включити його у проблему, дати можливість апробувати на собі техніку заповнення анкети. Питання поступово ускладнюються, але опитуваний вже підготовлений до цього. Другу групу питань складають основні – найбільш складні питання. Зміст цих питань відповідає меті й завданням дослідження і надає досліднику ключову інформацію щодо досліджуваної проблеми. Якщо необхідно

розв'язати кілька завдань, то спочатку формулюються групи запитань до кожного завдання, але в анкету вони можуть вміщуватися або блочно, або ж переміщуватися із запитаннями інших блоків, проте, розташовуватися мають обов'язково лише у середині основної частини.

Закінчується основна частина анкети *заключними питаннями*. Варто зазначити один недолік анкети, що з'являється при такому розташуванні питань за рівнем складності. Оскільки всі питання логічно пов'язані між собою і тема поступово звужується для розгляду, то виникає взаємний вплив попередніх питань на наступні, що поступово викривляє загальну картину. Такий вплив питань має назву *ефекту випромінювання* бо *ефекту луни*.

І, нарешті, «паспортичка», яка містить питання щодо професії, освіти, віку, статі, соціального походження, сімейного стану, місця проживання тощо. Кількість і характер цієї інформації залежить від мети та призначення конкретного дослідження. Скласти «паспортичку» не так просто, як здається на перший погляд. Ця інформація має велике значення під час аналізу результатів дослідження для виявлення певних закономірностей, характерних тенденцій і взаємозв'язків між виявленими відповідями (думками, поведінкою тощо) і, наприклад, місцем проживання людей або їх віросповіданням, віком чи характером діяльності. Саме тому список питань, градація (класи) на певні групи має бути чітко продуманими. Наприклад, при вивченні у конкретному ЗНЗ навчальних інтересів та планів на подальше навчання учнів різних вікових категорій можна включити віковий інтервал від 12 до 15 або до 14 чи 16 років. Попередньо потрібно з'ясувати, яка мета стоїть перед цим розподілом, які аспекти цікавлять аналітиків, що має бути проаналізоване, виявлене (зв'язок між якими факторами)? Якщо вибрати 15 років – це межа віку, коли підліток закінчує 9 класів, тобто основну школу, може переходити до навчання у професійно-технічні навчальні заклади, коледжі або ж продовжувати учитися у ЗНЗ. Якщо ж вибрати 14 років, то він буде надавати інформацію про свої досить віддалені плани, якщо ж обрати 16

років, о у такому випадку учень вже здійснив свій перший вибір і мова йтиме про навчання у подальшому – після закінчення школи.

Вчені не дійшли згоди щодо місця розташування «паспортички» - на початку або наприкінці анкети. Є вагомі аргументи стосовно недоречності обох варіантів. Проте, частіше її розміщують наприкінці анкети, оскільки починати анкету із з'ясування особистісних даних неетично і недоцільно: питання можуть насторожити респондента, викликати сумнів стосовно анонімності анкетування, відбити бажання відповідати на запитання або давати відверті відповіді.

### ***Основні недоліки анкет***

Основними *недоліками анкет та помилками* при їх складанні виступають:

- порушення загальної структури анкети;
- відсутність чітких цілей та завдань конкретного анкетування, що ускладнює процес формулювання запитань, а у наступному – й процес інтерпретації результатів, унеможлиблює формулювання висновків та рекомендацій;
- громіздкість анкети: велика кількість запитань, довгих формулювань, що забирає багато часу на відповіді і може призвести до формального заповнення анкети (навмання) респондентом або ж відмови;
- непродуманість порядку розташування запитань в анкеті, що проявляється у суттєвих змінах відповідей на запитання при зміні послідовності їх подання;
- некоректність, невалідність анкети (неповнота опису різних ситуацій при складанні закритих запитань анкети, коли людина не може вибрати підходящий варіант);
- недотримання основних правил (принципів) використання основних *типів шкал* при проведенні якісного оцінювання певних властивостей об'єктів і явищ, що може проявлятися, у змішуванні різних шкал (наприклад,

номінальної та порядкової), вміщення у варіанти відповідей подібні або суперечливих тверджень тощо;

- дуже часто використанні в анкеті малоінформативних варіантів відповідей «не знаю» або «важко відповісти». Такі варіанти відповідей при складанні анкет бажано не допускати взагалі (не пропонувати респондентам) або ж мінімізувати їх кількість.

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 [13, с.154 -166]. 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. Тому небажано використовувати саморобні анкети, оскільки це може призвести до викривлення загальної картини та вироблення хибних висновків і управлінських рішень.

Як сформулювати питання анкети? Для того, щоб відповісти на це запитання, розглянемо спочатку, які питання можуть входити до складу анкет. Існує багато різновидів анкетних питань і не всі вони мають запитальну форму. Застосування тієї чи іншої форми запитання визначається характером конкретного дослідження, категоріями учасників, досвідом попередніх досліджень тощо. Вчені по-різному класифікують питання анкет [12, с.77-91] (див. рис. 1.2.):

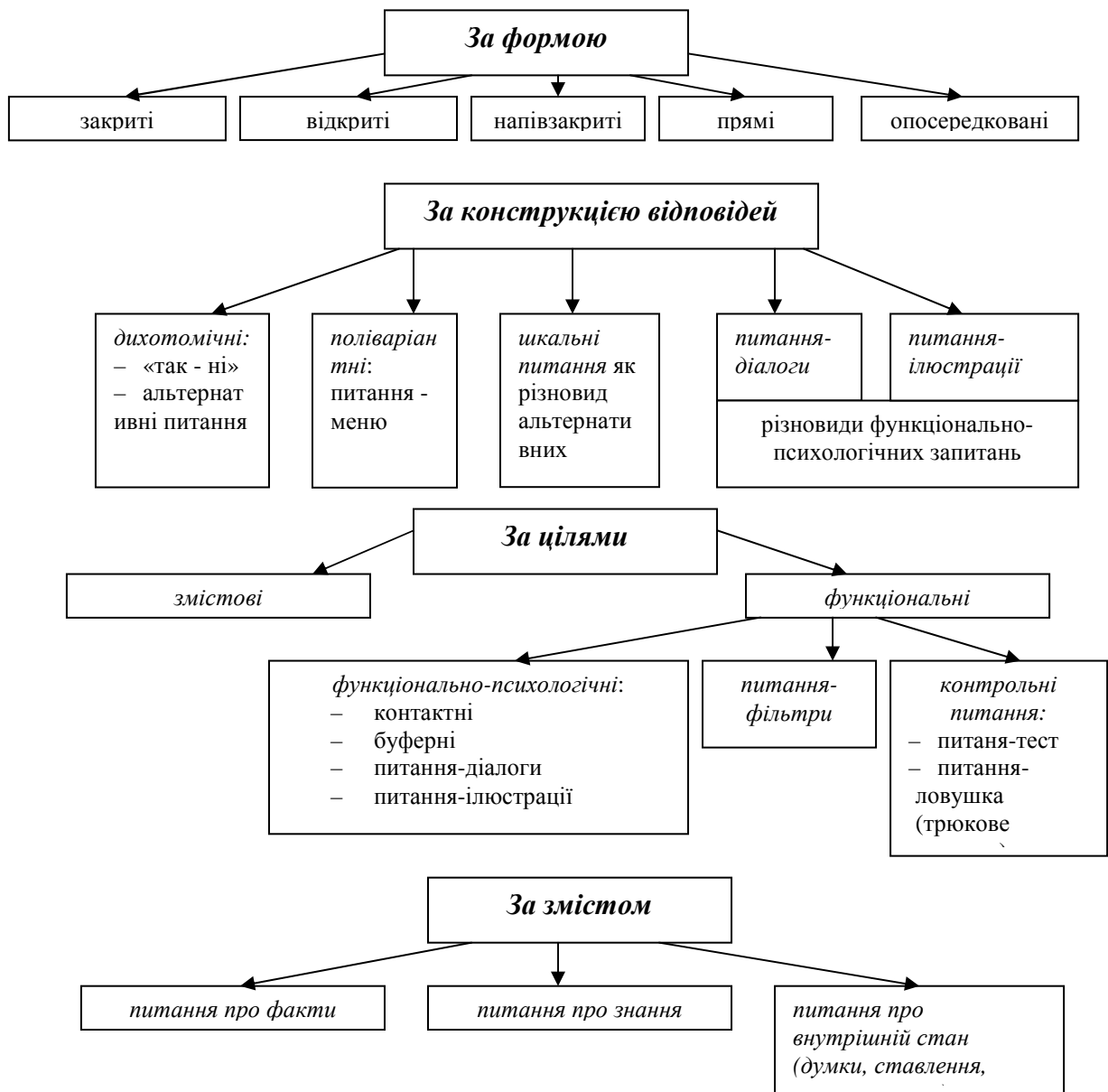


Рис. 1.2. Класифікація питань анкети (наведено за посібником Новикової С.С. [12, с. 103]).

Розглянемо коротко різні типи питань, їх особливості та призначення.

*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, проте є також і недоліки. Одним з них 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.

Наприклад, питання :

*«Які позашкільні заходи, спрямовані на популяризацію досвіду роботи педагогів Вашого ЗНЗ Ви проводили?»*

- Реклама (оголошення) у ЗМІ.*
- Публікація популярних статей у молодіжній пресі.*
- Виступи на засіданнях методкабінетів районних (міських) управлінь освіти.*
- Проведення педагогічних семінарів.*
- Проведення науково-педагогічних конференцій.*
- Публікація статей у педагогічній пресі (газетах, журналах).*
- Проведення у ЗНЗ Днів відкритих дверей.*
- Організація свят, присвячених здоровому способу життя тощо.*
- Організація агітбригад.*
- Через адміністрацію інших ЗНЗ району, міста, області»*

не дає впевненості, що наведені всі можливі заходи. Для того, щоб поліпшити його інформативність можна порекомендувати у такій ситуації застосувати *напівзакрите запитання*, доповнивши зазначений перелік рядком «Інші (вказати, які саме)», який передбачає, у разі потреби відкрити відповідь респондента. Рядок «Інше» замість абсолютно неінформативного «Не можу відповісти» або «Не знаю» набагато доцільніше.

І, нарешті, *відкриті відповіді* не передбачають жодних варіантів відповіді в анкеті, респондент самостійно формулює коротку відповідь. Наприклад, «За яким критеріями Ви оцінюєте ефективність роботи адміністрації Вашого ЗНЗ?»

Корисність цих запитань у тому, що вони не нав'язують якійсь варіант відповіді респонденту, не містять різного роду підказок. Опитуваний має можливість висловити власну думку з усіма подробицями, особливо, якщо ця тема йому добре знайома і цікава, тому такі відповіді надають надзвичайно багату за змістом інформацію на відміну від закритих запитань, проте, вони й набагато складніші в опрацюванні. Однак, відкриті питання мають і недоліки. Наприклад, опитування відбувається серед молодших школярів і вони ще не вміють толком формулювати й писати речення; людині важко сформулювати власну думку, в неї є проблеми з письмовою мовою, вона

соромиться своїх орфографічних та граматичних помилок тощо. Варто пам'ятати, що запропоновані таким респондентам відкриті запитання скоріш за все взагалі залишаться без відповіді.

Отже, вибір форми питань залежить від багатьох чинників: ступеня обізнаності дослідника з проблемою та всіма можливими ситуаціями, на якій стадії вивчення проблеми проводиться це опитування та яка його мета, хто респонденти та які їхні можливості. Тому кваліфіковано складена анкета зазвичай містить питання напівзакритої, закритої та відкритої форми одночасно, причому останні, у свою чергу, можуть бути сформульовані у прямій або опосередкованій формі.

*Пряме запитання* дає можливість отримати пряму інформацію від респондента на питання і як правило сформульовані в особистій формі. Наприклад, «Чи пройшли Ви спеціальне навчання тренера у межах програми?»

*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, інтимних питань, 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, колеги, друзі.

Дихотомічні питання носять взаємовиключаючий характер і можуть передбачати варіанти відповіді «так – ні» або вибір одного з конкретно зазначених. 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%, оскільки третього не дано.



Наприклад, «Чи доводилося Вам брати участь у художній самодіяльності ЗНЗ?»

- Так  
 Ні.

Питання у форматі «Який Ваш педагогічний стаж?»

До 3 років	
3-5 років	
5-10 років	
10-20 років	
Більше 20 років	
Не мають пед. стажу	

Передбачають вибір одного з наведених варіантів відповідей. Ці відповіді носять взаємовиключаючий характер, отже запитання є альтернативним, оскільки не можна одночасно відмітити два варіанти.

Виокремлюють також і *поліваріантні питання* або питання типу «меню», що передбачають простий вибір одночасно кількох варіантів відповідей або ж вибір з попередньо проведеним ранжируванням обраних варіантів.

Наприклад, «У яких фахівцях молодіжний центр, у якому Ви працюєте, відчуває потребу?»

№	Спеціальність	
1.	Соціолог	
2.	Психолог	
3.	Соціальний психолог	
4.	Педагог	
5.	Майстер трудового навчання	
6.	Програміст	
7.	Інші (вказати, які саме)	

Або «Відмітьте у порядку зменшення важливості наступні завдання, що має вирішувати ЗНЗ:

№	Завдання центрів	
1.	Організовувати дозвілля учнів	
2.	Проводити виховну, роз'яснювальну роботу щодо шкідливості наркоманії, тютюнопаління, алкоголізму тощо	
3.	Сприяти профорієнтаційної роботи серед учнів	
4.	Сприяти розвитку здібностей учнів та хобі	
5.	Здійснювати навчання конкретному виду діяльності	
6.	Поліпшувати обізнаність учнів у питаннях збереження власного здоров'я	
7.	Поліпшувати обізнаність учнів у питаннях соціальної та економічної безпеки	

Особливе місце займають так звані шкальні питання, які можуть бути подані у вигляді звичайного запитання з варіантами відповідей, у вигляді рядкової розгортки, та в табличному вигляді.

Наприклад, «Чи проводили Ви спеціальні заходи щодо ознайомлення учнів із правилами збереження власного здоров'я?»

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

Або «Наскільки результативною була профорієнтаційна робота з учнями 8 класів? (відмітьте по шкалі рівня результативності).

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.

I, нарешті, таблична форма: «Чи згодні Ви з твердженнями, що характеризують головне призначення ЗНЗ?» (обведіть, будь-ласка, кружечком у кожному рядку цифру, що відповідає обраній Вами відповіді).

<b>Твердження</b>	<b>Так</b>	<b>Майже завжди</b>	<b>Інколи</b>	<b>Ні</b>
Організувати дозвілля учнів	3	2	1	0
Проводити виховну, роз'яснювальну роботуи щодо шкідливості наркоманії, тютюнопаління, алкоголізму тощо	3	2	1	0
Сприяти профорієнтаційної роботи серед учнів	3	2	1	0
Сприяти розвитку здібностей учнів та хобі	3	2	1	0
Здійснювати навчання конкретному виду діяльності	3	2	1	0
Поліпшувати обізнаність учнів у питаннях збереження власного здоров'я	3	2	1	0
Поліпшувати обізнаність учнів у питаннях соціальної та економічної безпеки	3	2	1	0

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

Розрізняють ще два види питань, що належать до класу функціонально-психологічних питань: питання-діалоги та питання-ілюстрації.

*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. Психологи стверджують, що при використанні таких питань-ілюстрацій потрібно зважати на стать

респондента і відповідно малювати зображення жінки-співрозмовниці, якщо анкета пропонується жінкам і навпаки.

Наступний тип питань – функціональні. Головне призначення *функціональних* питань полягає в упорядкуванні самого ходу анкетування, спрямування його у потрібне русло. *Функціонально-психологічні*, як один з видів таких питань, 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 не всіх учасників анкетування, а 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 № 2

«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. Питання-фільтри полегшують наступну роботу досліднику і спрощують. Скорочують час роботи над анкетною респонденту.

Дещо аналогічне значення мають також і *контрольні питання*, які 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 [12, с. 90-91].

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.

### ***Шкалювання. Види шкал***

Розглянемо типи шкал, що використовуються при складанні анкет і оцінюванні.

Наприкінці 30-х рр. ХХ ст. американський психолог С.Стівенс для вимірювання соціальних ознак, властивостей, що не мають спеціальних одиниць вимірювання (наприклад, задоволеність роботою, ставлення до когось або чогось тощо), запропонував класифікацію *шкал* (див. рис. 1.3).

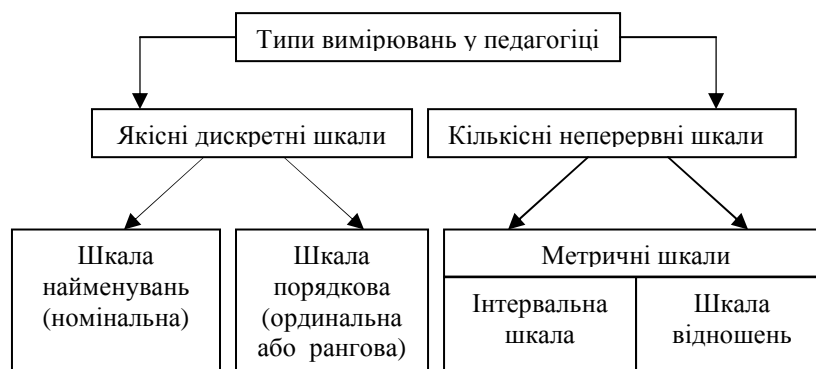


Рис. 1.3. Класифікація шкал за С.Стівенсом.

Кожна з цих шкал визначає певний *рівень вимірювання* об'єкту соціологічного дослідження, який, у свою чергу, визначається *типом відношень* між об'єктами (елементами), що залежить від природи їх властивостей або мети впорядкування цих об'єктів та *кількістю можливих операцій з числами*, які складають відповідну шкалу.

Наприклад, при дослідженні навчальних інтересів учнів ми встановлюємо їх межі: дуже великий інтерес – дуже слабкий інтерес. Між цими межами визначається ряд ступенів. В результаті складається наступна шкала навчальних інтересів: дуже великий інтерес (1); великий інтерес (2); середній (3); слабкий (4); дуже слабкий (5). Рекомендується вводити також екстремальні позначення крайніх меж шкали.

*Шкала* – це засіб фіксації результатів вимірювання властивостей об'єктів шляхом впорядкування їх в певну числову систему, в якій відношення між окремими результатами виражене у відповідних числах. В процесі впорядкування кожному елементу вибірки ставиться у відповідність певний бал (так званий *шкальний індекс*), що визначає положення даного результату на шкалі.

*Шкалювання* – це операція впорядкування початкових емпіричних даних шляхом перекладу їх в шкальні оцінки. Шкала дає можливість упорядкувати спостережувані явища, при цьому кожне з них одержує кількісну оцінку (тобто *квантифіцирується*). Шкалювання допомагає визначити нижчий та вищий ступені досліджуваного явища.

Запропонована С.Стівенсом класифікація шкал по нині використовується у психолого-педагогічних дослідженнях, у тому числі й при проведенні моніторингу та оцінюванні діяльності ЗНЗ.

Згідно з цією класифікацією розрізняють чотири основні числові системи (або шкали чи способи вимірювання), що називають *вимірювальними шкалами* – *номінальна, порядкова, інтервальна і шкала відношень* [3, с. 53-66].

1. *Номінальна шкала* (шкала найменувань, назв), яку правильніше було б вважати класифікацією, а не вимірюванням, ділить всі об'єкти на групи за якою-небудь ознакою (відмінністю). Вона забезпечує найнижчий рівень вимірювань. Цим ознакам привласнюються певні числа (код), що створює зручності при подальшій обробці експериментальних даних. Ніякого кількісного співвідношення між об'єктами в номінальній шкалі немає. Така

шкала може бути використана при вимірюванні таких ознак вибіркової сукупності як, наприклад, стать, рівень освіти, вікова категорія батьків учнів певної вікової категорії, класу, паралелі тощо. Усередині кожної з виділених груп всі елементи (індивіди) знаходяться у відношенні рівності між собою по основній властивості, але кожна з груп знаходиться у відношенні нерівності по відношенню до інших. Застосування *шкали найменувань* дає можливість застосовувати деякі статистичні процедури: знаходження частоти розподілу ознаки, визначення середньої тенденції за *модальною частотою*, обчислення певних *коефіцієнтів кореляції* (тобто взаємозв'язку) між ознаками – коефіцієнтів Пірсона, Крамера та ін.

Наприклад: а) учні класу діляться на дві категорії та позначаються: дівчатка – 01, хлопчики – 02; б) групи порушників дисципліни та їх позначення (кодування): на уроці – 1, на вулиці – 2, удома – 3; в) в процесі перевірки відповідності підготовки випускників шкіл вимогам державного освітнього стандарту з'являється група атестованих – 1 та не атестованих учнів – 2.

2. *Шкала порядку (порядкова, рангова, ординальна)* призначена для вимірювання (позначення) ступеня відмінності якої-небудь ознаки або властивості у різних об'єктів. *Порядкова шкала* забезпечує більш високий рівень вимірювання об'єктів, розширює можливості проведення статистичних процедур, тому що окрім статистичних обрахунків, що властиві порядковій шкалі, можна обчислити *медіану*, *квартилі* для вивчення центральних тенденцій, розрахувати коефіцієнти рангової кореляції Спірмена і Кендалла для визначення тісноти зв'язку між ознаками. Найяскравішим прикладом порядкової шкали була 5-бальна система оцінки знань, умінь і навичок або компетентностей учнів (зараз 12-бальна). Для неї розроблені критерії та різні методи вимірювання. Значно важче застосовувати порядкову шкалу для кількісних оцінок інших якостей особи (наприклад, у виховному процесі). У разі застосування *порядкової шкали* об'єкти упорядковуються відповідно до ступеня вираженості (прояву) певної їх властивості або ознаки.

Тепер ці виділені групи не тільки не рівні одна одній, а й розташовуються за мірою збільшення (або зменшення) прояву певної властивості досліджуваного об'єкта.

Різновиди порядкового шкалювання (вимірювання):

- ранжування (у рядок)
- групування (ранжирування по групах)
- парне порівняння
- метод рейтингу
- метод полярних профілів.

*Ранжирування.* Об'єкти, що вивчаються, розташовуються в рядок (упорядковуються) за ступенем вираженості певної якості. Перше місце в цьому рядку займає об'єкт з найбільш високим рівнем даної якості, йому привласнюється найвищий бал (числове значення вибирається довільно). Потім кожному об'єкту цього ряду привласнюються нижчі оцінки, відповідні займаним місцям.

*Групування* всієї сукупності об'єктів спостереження в декілька рангів, що достатньо чітко відрізняються один від одного за ступенем прояву вимірюваної ознаки. Приклад: студенти групи згідно з 5-бальною системою оцінки знань, умінь і навичок діляться на відмінників, хорошистов тощо.

*Парне порівняння.* Учні порівнюються один з одним (кожен з кожним) за певною ознакою, якістю. Якщо вони однакові, то кожен одержує по балу. Якщо у одного цієї якості більше, ніж у іншого, перший одержує два бали, другий – 0 (як під час спортивних іграх за круговою системою). Підсумовуючи одержані кожним учнем бали, одержуємо кількісний вираз рівня розвитку даної якості у кожного учня (його ранг).

*Рейтинг.* У цьому прийомі оцінка об'єкту проводиться шляхом усереднювання оцінних думок групою компетентних експертів. Маючи загальні критерії оцінки (у порядковій шкалі, в балах), експерти незалежно один від одного (в усній або письмовій формі) виносять свої думки.



Усереднений результат експертної оцінки є достатньо об'єктивним і називається рейтингом.

*Метод полярних профілів.* Цей прийом припускає застосування для оцінки умовної шкали, крайніми точками якої є протилежні значення ознаки (наприклад, добрий – злий, теплий – холодний тощо). Проміжок між полюсами ділиться на довільну кількість частин (балів). Наприклад, оцінка ступеня довіри кандидату на виборну посаду (впровадження самоврядування у ЗНЗ) дається за полярною шкалою:

(Довіряю повністю)      10 – 9 – 8 – 7 – 6 – 5 – 4 – 3 – 2 – 1      (Зовсім не довіряю).

Більш високий рівень вимірювання і можливість оцінити те, наскільки більше або менше виявляється відповідної властивості, ознаки у вибірковій сукупності, а отже й, у реального об'єкта, забезпечують шкали інтервалів та відношень. Іноді їх називають метричними шкалами (від лат. *metros* – міряю).

3. *Інтервальна шкала* – це повністю впорядкований ряд з рівним інтервалами (відстанями) між об'єктами (пунктами) та відомою загальною для всіх об'єктів постійною одиницею вимірювання. Ця шкала не містить чітко визначеної нульової точки – вона вибирається довільно і з неї починається відлік. На відміну від номінальної та порядкової шкал, в інтервальній з'являється одиниця вимірювання, що можливо тільки для шкали *рівних*, а не просто впорядкованих інтервалів. Прикладами таких шкал можуть бути температурні шкали, шкали стандартизованого тестування інтелекту. Інтервальна шкала – кількісна. У ній можливі всі арифметичні дії над числами, окрім операції ділення. Таким чином, в інтервальній шкалі не можна визначити в скільки разів один об'єкт більше або менше іншого. Наприклад, якщо учень відповів правильно на 10 завдань, то це не означає, що він знає удвічі більше учня, який що відповів на 5 завдань цього тесту.

4. *Шкала відношень* відрізняється від інтервальної тільки тим, що має експериментально встановлену нульову точку, тобто точку початку відліку.

Нульова точка вказує на повну відсутність вимірюваної властивості. До них належать всі кількісні дані, що одержуються шляхом обчислення кількості об'єктів певної множини (учнів, уроків комп'ютерів тощо).

Застосування шкали відношень має можливість застосовувати різноманітні складні статистичні процедури, визначати у числовому виразі відношення між шкальними значеннями, розраховувати середні значення ознак та мір їх розсіювання (дисперсію, середнє квадратичне відхилення, математичне очікування), порівнювати міру прояву кожної з властивостей певного об'єкту тощо. Незважаючи на широкі можливості для обробки результатів, що дають метричні шкали, вони у соціологічних дослідженнях практично не використовуються. Головна складність у використанні цих типів шкал пов'язана з обґрунтуванням рівності інтервалів між шкальними значеннями та вибір нуля.

У зведеній таблиці 1.1 наведена інформація про те, які математичні процедури можна здійснювати та які величини отримати, використовуючи різні рівні вимірювання (шкали).

*Таблиця 1.1.*

### **Застосування шкал при оцінюванні**

<b>Типи шкал</b>	<b>Математичні і статистичні величини, обчислення яких допустимо на даному рівні</b>	<b>Застосування</b>
Номінальна	Мода, процентні частоти, доли, кореляція	зараховано - незараховано
Порядкова	Мода, медіана, квартилі, коефіцієнт кореляції, дисперсійний аналіз	оцінки за 4-бальною системою ("2", "3", "4", "5")
Інтервальна	Мода, медіана, квартилі, коефіцієнт кореляції, рангові критерії, середня, дисперсія, стандартне відхилення, коефіцієнт кореляції	тести успішності, що використовуються у США
Шкала відношень	Усі математичні операції, всі методи математичної статистики	для вимірювання фізичних величин (довжини, маси, ваги тощо)

З цієї таблиці видно, що перехід від одного рівня до іншого супроводжується розширенням класу допустимих математико-статистичних операцій. Найкращою з погляду на математичні обчислювальні можливості є шкала відношень, проте на сьогодні її вдалося реалізувати тільки в рамках фізичних вимірювань.

### **Приклади застосування шкал**

№1. Для вимірювання статі учасників анкетування в навчальному закладі номінальна шкала буде виглядати таким чином:

- 1 – жіноча;
- 2 – чоловіча.

№ 2. При дослідженні частоти звертання слухачів до новітніх наукових розробок, які стосуються сфери його професійної діяльності, можливі такі порядкові шкали.

<b>1 варіант:</b>	<b>2 варіант:</b>
1. - систематично звертаюся 2. - іноді звертаюся 3. - ніколи не звертаюся	1. - систематично 1 раз на півроку 2. - 1 раз на рік 3. - іноді звертаюся за потребою 4. - 1 раз на кілька років 5. - ніколи не звертаюся

### ***Основні дефекти анкет та помилки при їх складанні***

- порушення загальної структури анкети;
- відсутність чітких цілей та завдань конкретного анкетування
- громіздкість анкети, що може призвести до формального заповнення анкети респондентом або ж відмови;

- непередуманість порядку розташування запитань в анкеті, що проявляється у суттєвих змінах відповідей на запитання при зміні послідовності їх подання;
- вплив на думку респондента через формулювання запитань та відповідей;
- перенесення частини питання на іншу сторінку;
- неповний опис різних ситуації при складанні закритих запитань анкети, тоді людина не може вибрати найбільш підходящий варіант;
- порушення основних правил використання типів шкал, що може проявлятися у змішуванні різних шкал (наприклад, номінальної та порядкової), вміщення у варіанти відповідей подібні або суперечливих тверджень тощо;
- відсутність поміток для переходу на інше питання, якщо воно стосується не всіх респондентів (порушення правил складання питань-фільтрів);
- часте використання в анкеті варіантів відповідей “не знаю” або “важко відповісти”.

## ПРАКТИКУМ

### Практичне завдання № 1.

#### “Експертиза якості анкети”.

*Завдання:*

1. Визначте помилки та позитивні якості кожного структурного елементу анкети, що надається викладачем.
2. Сформулюйте рекомендації щодо виправлення запропонованої анкети та заповніть форму звітності.

*Форма звітності:*

<i>Об’єкти аналізу</i>	<i>Недоліки</i>	<i>Позитивні якості</i>	<i>Рекомендації</i>
<i>Вступна частина анкети</i>			
<i>Основна частина анкети</i>			
<i>“Паспортичка”</i>			
<i>Послідовність запитань анкети</i>			
<i>Спосіб формулювання питань (види питань)</i>			
<i>Висновок</i>			

### Практичне завдання № 2.

#### Планування структури та змісту анкети

1. Пригадайте основні правила розробки анкети, звернувши увагу на типові помилки, що допускаються при складанні анкет.
2. Сформулюйте назву та кінцеву навчальну мету анкетування.

3. Визначте місце анкети у структурі моніторингового дослідження та її призначення.
4. Визначте цільову аудиторію, категорії учасників анкетування, їх кількісний та якісний склад, основні ознаки, властивості, за якими плануєте проводити поділ результатів анкетування при аналізі.
5. Заповніть форму звітності 1.
6. Складіть “паспортичку” та вступ до анкети.

*Форма звітності:*

<b><i>Назва моніторингового дослідження</i></b>	
<b><i>Мета моніторингового дослідження</i></b>	
<b><i>Місце анкетування у структурі моніторингового дослідження</i></b>	
<b><i>Призначення анкетування</i></b>	
<b><i>Мета анкетування</i></b>	
<b><i>Структура цільової аудиторії учасників анкетування (загальна кількість, характеристика за визначеними ознаками, властивостями поділу тощо)</i></b>	



### Список літератури

1. Аванесов В.С. Введение в статистические и математические методы педагогических измерений // Педагогические измерения. – 2005. – № 4. С. 91 –116.
2. Беспалько В.П. Основы теории педагогических систем. – Воронеж, 1977. – 240 с.
3. Готлиб А.С. Введение в социологическое исследование: качественные и количественные подходы. – М.: Изд-во «Флинта», 2005. – С. 70.
4. Грабарь М.И., Краснянская К.А. Применение математической статистики в педагогических исследованиях: Непараметрические методы. - М.: Педагогика, 1977. – 136с.
5. Диагностика уровня воспитанности личности школьника. Компетентностно-диагностический подход: Пособие для социальных педагогов, педагогов-психологов и воспитателей. - [http://www.agym.spbu.ru/old\\_site\\_ag/referat.htm](http://www.agym.spbu.ru/old_site_ag/referat.htm).
6. Кузнецова М.И., Кочурова Е.Э. Методика проведения педагогической диагностики и комплект диагностических материалов, определяющих готовность детей к обучению в школе . – Интернет-ресурс - [http://www.distedu.ru/mirror/\\_nach/archive.1september.ru/nsc/2002/03/1.htm](http://www.distedu.ru/mirror/_nach/archive.1september.ru/nsc/2002/03/1.htm).
7. Лукіна Т.О. Державне управління якістю загальної середньої освіти в Україні: Монографія. – К.: Вид-во НАДУ, 2004. – 298 с.
8. Лукіна Т.О. Педагогічні вимірювання й управління якістю освіти. – К., 2007.
9. Методы сбора информации в социологических исследованиях. – В 2 кн. / В.Г.Андрюенков, В.Д.Войнова, В.Г.Гайдис и др. – М.: Наука, 1990. – Кн. 2 - С. 150 – 157.
10. Михалычев Е.А. К понятийному аппарату педагогической диагностики // Педагогическая диагностика. – 2005. - №2. – С.28.



11. Михалычев Е.А. К понятийному аппарату педагогической диагностики // Педагогическая диагностика. – 2006. - № 2 . – С. 57.
12. Новикова С.С. Введение в прикладную социологию. Анкетирование. – М.: СпортАкадемПресс, 2000. – 103 с.
13. Практикум по прикладной социологии / Под ред. Б.В.Князева, Н.И.Дряхлова. В.Я.Нечаева. – М.: Изд-во МГУ, 1987. – С.154 -166.
14. Саганенко Г.И. Надежность результатов социологического исследования / Под ред. В.А.Ядова. – Л.: Наука, Лен. отдел., 1983. – 189 с.
15. Статистичний аналіз соціологічних даних / В.І. Паніотто, В.С. Максименко, Н.М. Харченко. – К. Видав. дім “КМ Академія”, 2004. – 269с.
16. Черниш Н. Соціологія: Курс лекцій. – Львів: Кальварія, 1996. – Вип. 6. – С.26.
17. Шляпентох В.Э. Проблемы репрезентативности социологической информации: Случайная и неслучайная выборки в социологии. – М.: Статистика, 1976. – 214с.

**Лукина Т.А.**

**Технология разработки анкет для мониторинговых исследований образовательных проблем: Методическое пособие**

**Аннотация**

Методическое пособие предназначено для работников системы образования, которые занимаются проблемами разработки инструментария для проведения мониторинговых исследований образовательных проблем. В пособии раскрыты сущность метода опроса как метода сбора первичной информации, описана методика разработки анкеты, приведены основные ошибки при составлении анкет и материалы для практической проработки.

**Ключевые слова:** анкетирование, анкета, дефекты анкет, вопросы анкеты.

**Lukina Tetyana**

**Technology development profiles for monitoring studies of educational issues:  
Toolkit**

Toolkit is designed for educators who deal of problem construction of tools for monitoring studies of educational problems. The manual disclosed essence of poll as a method of primary data collection, described methodology of construction questionnaire, describes the basic defects in the preparation of questionnaire, presented materials for practical study.

**Keywords:** poll, survey, questionnaire, defects questionnaires

*Лукіна Т.О. Технологія розробки анкет для моніторингових досліджень освітніх проблем: методичні рекомендації / Т.О.Лукіна . – Миколаїв: ОІППО, 2012. – 32 с.*