

# **Методические рекомендации по проведению анкетирования в библиотеке**

Шакула А.П.,  
директор научной библиотеки  
Мариупольского государственного университета

**Анкетирование** – вид социологического исследования, комплекс последовательных методологических и методических средств, направленных на получение достоверных данных о процессах или явлениях, происходящих в библиотечной практике.

**Социологическое исследование** – одно из направлений научно-исследовательской деятельности библиотеки.

**Научно-исследовательская деятельность**

```
graph TD; A[Научно-исследовательская деятельность] --> B[Социологическое исследование]; B --> C[наблюдение]; B --> D[изучение документальных источников]; B --> E[эксперимент]; B --> F[опрос];
```

**Социологическое исследование**

**наблюдение**

**изучение  
документальных  
источников**

**эксперимент**

**опрос**

# Виды опроса

```
graph TD; A[Виды опроса] --> B[анкетирование]; A --> C[интервью]
```

анкетирование

интервью

## Формы анкетирования

```
graph TD; A[Формы анкетирования] --- B[прямое]; A --- C[заочное]; A --- D[виртуальное];
```

прямое

заочное

виртуальное

## **Чем удобно анкетирование?**

Позволяет при незначительных материальных затратах и относительно несложной организации получить значительный объем необходимой информации.

## **Что надо учитывать?**

Анкетирование отражает лишь субъективные представления и мнения респондентов, не всегда отражающих реальную картину, к тому же из-за феномена «социальной желательности» ответы респондентов не всегда искренни. Не существует универсального метода, позволяющего получить на 100% достоверную и объективную информацию.

# Программа проведения анкетирования

## Теоретический этап:

- определение и формулировка проблемы исследования;
- формулирование целей и задач;
- определение выборочной совокупности;
- определение отведенного на анкетирование времени;
- уточнение основных понятий.

## Практический этап (эмпирический):

- разработка анкеты;
- кодирование вопросов;
- пилотажное анкетирование;
- проведение анкетирования;
- проверка анкет, обработка и анализ данных;
- отчет и рекомендации.

# Основные цели анкетирования в библиотеке

---

- 1 определение состояния интересующего направления деятельности, процесса, отношений и т.д.;
- 2 определение круга основных мероприятий, которые позволят улучшить организацию работы библиотеки по интересующему вопросу, процессу, отношениям и т.д.;
- 3 установление причин, отрицательно сказывающихся на организации работы библиотеки по интересующему вопросу, процессу, отношениям и т.д.

**Задача анкетирования** – совокупность установок, направленных на анализ и решение исследуемого вопроса.

**Объект** – реальные группы, библиотечные сотрудники, но это могут быть и любые процессы, явления или отношения.

**Предмет** – непосредственно то, что подвергается исследованию.

## Примерное распределение времени на организацию анкетирования

---

- 🕒 теоретический этап + разработка анкеты – 30% всего времени, отведенного на анкетирование;
- 🕒 сбор информации (непосредственное анкетирование) – 20% отведенного времени;
- 🕒 обработка, анализ данных (оформление, в случае необходимости, промежуточного отчета) – 40% отведенного времени;
- 🕒 оформление итогового отчета – 10% отведенного времени

# Характер проведения анкетирования

```
graph TD; A[Характер проведения анкетирования] --> B[СПЛОШНОЙ]; A --> C[выборочный]
```

СПЛОШНОЙ

выборочный

## Основные методы формирования выборочной совокупности:

---

- **механический**, или случайный (из генеральной совокупности через равные промежутки отбирается запланированное количество респондентов);
- **серийной выборки** (генеральная совокупность делится на однородные части, из которых пропорционально отбираются единицы для обследования; напр., 15% респондентов из каждой части);
- **гнездовой выборки** (единицами отбора являются не отдельные респонденты, а группы с последующим сплошным их анкетированием);
- **основного массива** (анкетировается 60-70% генеральной совокупности респондентов).
- **квотной выборки** (при наличии большой генеральной совокупности учитываются не менее 4 признаков, такие как пол, возраст, образование и др.)

---

Математическая формула расчета объема выборочной совокупности см. Паніна Н. В. Технологія соціологічного дослідження: курс лекцій / Н. В. Паніна. – К., 2007

# Структура анкеты

вступительная часть

содержательная часть

заключительная часть

# Вступительная часть

---

-  обращение к респонденту;
-  название темы исследования, кто его проводит и каковы его цели;
-  краткая инструкция по заполнению анкеты;
-  указывается анонимность опроса или конфиденциальность сведений о респонденте;
-  выражается благодарность за участие в анкетировании.

## Содержательная часть

```
graph TD; A[Содержательная часть] --- B[первый блок  
(простые вопросы)]; A --- C[второй блок  
(сложные вопросы)]; A --- D[третий блок  
(контрольные вопросы)];
```

**первый блок**  
(простые  
вопросы)

**второй блок**  
(сложные  
вопросы)

**третий блок**  
(контрольные  
вопросы)

**Первый блок** содержит простые вопросы, призванные установить контакт с респондентом, помочь ему психологически включиться в процесс опроса.

**Второй блок** содержит сложные вопросы, требующие размышления, анализа и сосредоточенности; в ответах на эти вопросы содержится суть исследования, собрана основная информация.

**Третий блок** содержит контрольные вопросы, предназначенные для уточнения полученной предыдущей информации, а также достаточно простые заключительные вопросы, снимающие психологическую нагрузку у респондентов.

## Заключительная часть

---

 «паспортичка» респондента;

---

 вопросы, раскрывающие другие характеристики респондента (социальные, образовательные, профессиональные и др.).

## Виды вопросов

---

 открытый (ответ дается в свободной форме);

---

 закрытый (варианты ответов предлагаются);

---

 полузакрытый (состоит из комбинаций открытых и закрытых вопросов).

## Преимущества открытых вопросов

---

- ☺ дает возможность самостоятельно и в удобной для респондента словесной форме ответить на поставленный вопрос и тем самым получить его действительное мнение;
- ☺ дает возможность выявить многообразие мнений респондентов, позволяющих рассмотреть изучаемый вопрос в разнообразных аспектах.

## Недостатки открытых вопросов

---

- ☹ зачастую респонденты отказываются отвечать на открытые вопросы, так как они требуют умственного напряжения и временных затрат;
- ☹ сложно проводить анализ не структурированных ответов.

## Преимущества закрытых вопросов

---

- 👉 ответ на вопрос от респондентов не требует много времени;
- 👉 они более надежны;
- 👉 анализ структурированных ответов не такой сложный и трудоемкий.

## Недостатки закрытых вопросов

---

- 👉 не всегда возможно предвидеть и отразить в анкете все варианты ответов;
- 👉 исследователь, по сути, навязывает респонденту свое мнение;
- 👉 респондент вынужден мыслить в уже заданном направлении.

## Правила составления закрытых вопросов

---

- ✍️ вопросы должны быть короткими сформулированы простым и доступным языком;
- ✍️ структура вопроса должна быть однозначной и не объединять несколько разных вопросов;
- ✍️ перечень вариантов ответа должен отражать все возможные варианты ответа
- ✍️ первыми располагают наименее возможные варианты ответа, так как респонденты склонны выбирать первые варианты;
- ✍️ там, где это обоснованно, включать такие варианты ответов, как «не имею определенного мнения», «не знаю», «трудно сказать» и др.



## Полузакрытые вопросы

---

Позволяют респондентам не только выбрать ответ из предложенных, но и в свободной форме выразить свое мнение, для чего в конце перечня ответов оставляется свободное место.



# Правила распределения вопросов

---

простые → последовательное  
увеличение сложности → небольшой  
спад сложности → наиболее сложные  
→ резкое снижение сложности

# Формы размещения вопросов

---

линейная;

1 \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

2 \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

в виде таблицы

<b>Вопрос</b>	<b>Вопрос</b>	<b>Вопрос</b>
<b>Ответ</b>	_____	_____
<b>Ответ</b>	_____	_____

в виде шкалы

1 2 3 4 5 6

## Кодирование анкеты

---

Необходимо для дальнейшей обработки на компьютере полученной в результате анкетирования информации.

### Основные виды кодов:

- двузначные (01, 02, 03, ... );
- трехзначные (001, 002, 003, ... ).

Первый вопрос получает код 01 (или 001), все варианты ответов на него кодируются следующими цифрами:

1. (001) Вопрос  
(002) ответ  
(003) ответ
2. (004) Вопрос  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

Основной принцип кодирования – все без исключения вопросы и ответы, включая ответы на открытые вопросы, должны иметь свой код. Если анкета составлена в виде таблицы, код присваивается каждой позиции.

## Пилотажный опрос (апробация анкеты)

---

**Цель** – определение соответствия анкеты задачам исследования, выявление недостатков и их устранение.

### Дает ответы на вопросы:

- отвечает ли требованиям языковой уровень анкеты?
- понятны ли респондентам вопросы и предложенные варианты ответов?
- не слишком ли много вариантов ответов на вопросы?
- не возникает ли у респондентов ощущений дискомфорта и усталости?

## Этапы обработки анкет и анализ результатов анкетирования

---

-  проверка анкет (выявление испорченных, незаполненных и т.д.);
-  фиксация результатов проверки в ведомости (общее количество анкет, количество непригодных, количество пригодных для дальнейшей обработки);
-  компьютерный подсчет ответов ;
-  размещение результатов подсчета в сводной таблице
-  подсчет средних показателей;
-  анализ полученных результатов.

# Отчет

---

Главный итоговый документ, включающий содержательную информацию, полученную в результате анкетирования.

## Структура отчета:

### 1 часть:

- название библиотеки, отдела библиотеки, которые проводили анкетирование;
- тема анкетирования;
- цель, задача, предмет, объект анкетирования;
- сроки проведения анкетирования;
- обоснование выборочной совокупности;
- определение погрешностей выборки.

### 2 часть:

- анализ полученной информации;
- изложение наиболее интересных результатов анкетирования;
- выводы;
- рекомендации.

## Требования к информации в отчете

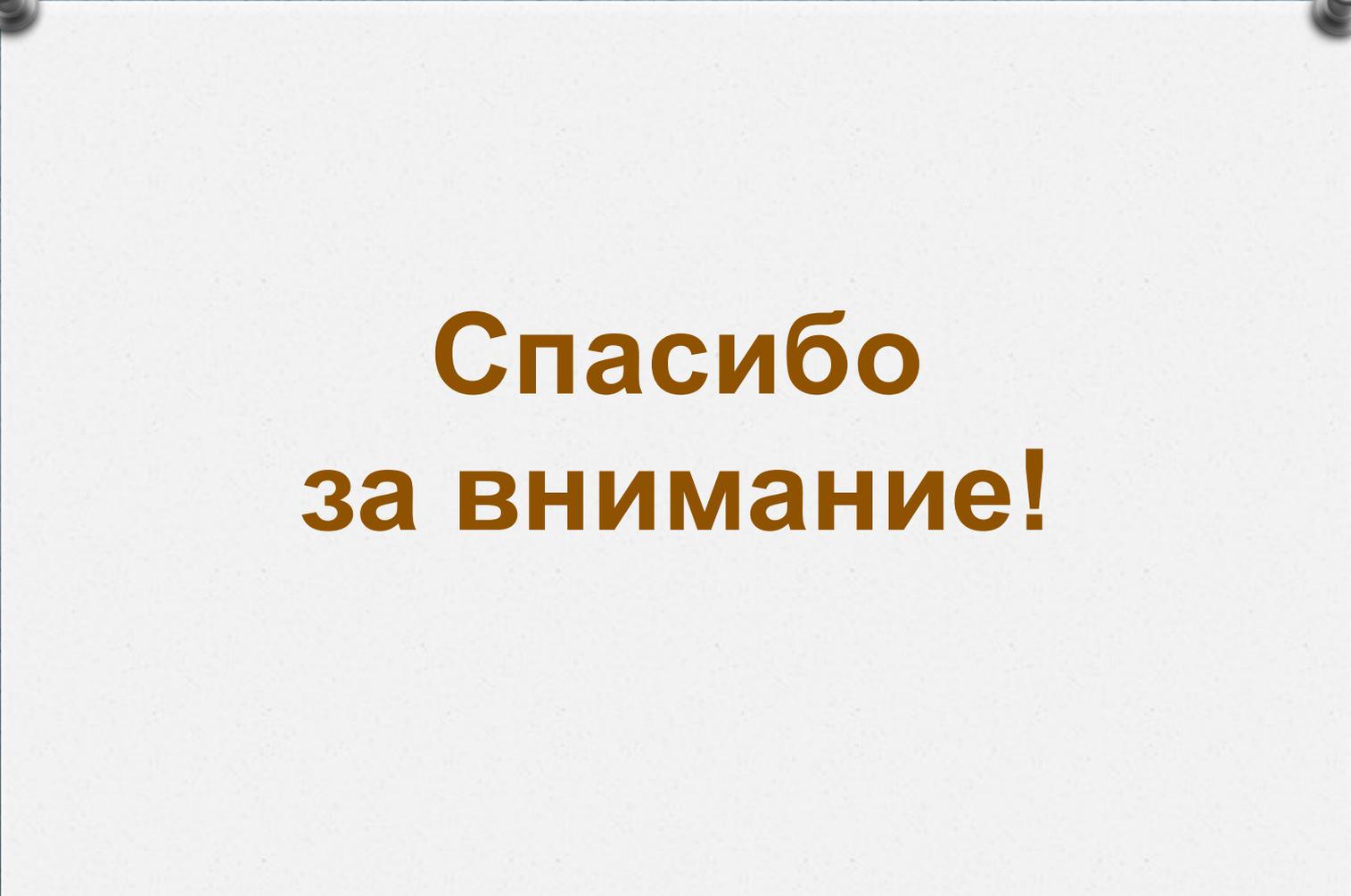
---

-  **выводы и рекомендации основываются только на анализе информации, полученной в результате анкетирования;**
-  **изложение информации должно носить строго непредвзятый характер;**
-  **недопустимы суждения, связанные с личными идеологическими убеждениями, жизненным опытом и т.д.;**
-  **рекомендации должны выполнять прогностические, разъяснительные функции;**
-  **рекомендации не должны носить характера директив и однозначных решений.**

## Список рекомендуемой литературы

---

1. Исаев Б. А. Социология : краткий курс / Б. А. Исаев. – Санкт-Петербург : Питер Пресс, 2010. – 224 с.
2. Использование методов социологического исследования в практике работы библиотеки : сборник научно-методических материалов по итогам зональных семинаров в библиотеках Ставропольского края / сост. Г. М. Павлова ; ред. Ю. В. Ни-колаев ; отв. за вып. З. Ф. Долина ; Ставропольская гос. крае-вая универсальная научная библиотека им. М. Ю. Лермон-това. – Ставрополь, 2009. – 56 с. – Режим доступа: [http://www.ekimovka.ru/files/sociolog/ispolzov\\_metodov.pdf](http://www.ekimovka.ru/files/sociolog/ispolzov_metodov.pdf).
3. Самохина М. М. Социолог в библиотеке, или Библиотекарь как социолог : практическое пособие для тех, кто хочет и любит исследовать / М. М. Самохина. – Москва : Российская гос. юношеская библиотека, 2008. – Режим доступа: <http://www.library.ru/1/sociolog/docs/samokhina.pdf>.
4. Селиванова Т. Ф. Опыт проведения социологических исследо-ваний библиотеками Чувашской Республики / Т. Ф. Селива-нова // Чтение в библиотеках России. – Вып. 7 : Исследо-вательские проекты библиотек по чтению. – Санкт-Петербург, 2007. – С. 70–78.
5. Слющинський Б. В. Соціологія : навчально-методичний по-сібник для студентів ВНЗ / Б. В. Слющинський, П. М. Іванов. – Маріуполь : ДВНЗ «ПДТУ», 2011. – 148 с.
6. Васильев И. Г. Социологические исследования в библиоте-ках : практическое пособие / И. Г. Васильев, М. Е. Илле, Д. К. Равинский. – Санкт-Петербург : Профессия, 2002. – 176 с. – (Библиотечный практикум). – Режим доступа: <http://works.doklad.ru/view/UiTLzcNf8mw/all.html>.



**Спасибо  
за внимание!**