

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

**ВОРОНЕЖСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ**

**Кафедра социологии и политологии**

**МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ТЕМЕ**

**«СОСТАВЛЕНИЕ АНКЕТЫ  
В СОЦИОЛОГИЧЕСКОМ  
ИССЛЕДОВАНИИ»**

**ДЛЯ СТУДЕНТОВ, ИЗУЧАЮЩИХ КУРС «СОЦИОЛОГИЯ»**

**Составители – Калашникова С.М.  
Стеценко А.И.**

**ВОРОНЕЖ  
2001**

Государственный образовательный стандарт высшего профессионального образования предусматривает в курсе социологии овладение методологией, методикой и техникой проведения социологического исследования.

Социологическое исследование... Кому незнакомо сегодня это понятие. Оно на устах специалистов практически всех областей знания. Что это? Дань моде или насущное веление времени?

Сама жизнь, логика социального развития дали ответы на эти вопросы, определили истинную роль и возможности социологических исследований в обществе.

Подготовка социологического исследования – процесс, насыщенный разными видами работ, научными процедурами и операциями. Для проведения научного социологического исследования необходимо разработать программу (общую концепцию, теоретико-методологические предпосылки в соответствии с основными целями предпринимаемой работы) и инструментарий (систему методических и технических приемов осуществления исследования, воплощенную в соответствующих операциях и процедурах и представленную в форме разнообразных документов).

После того, как определены объект и предмет социологического исследования, установлены те их стороны и черты, которые заслуживают особого внимания, встает задача выявления количественных параметров этих сторон и черт. Для сбора социологической информации могут применяться различные методы. Одним из достаточно распространенных методов является метод опроса.

Метод опроса – не изобретение социологов. Во всех отраслях знания, где для получения информации исследователь обращается к человеку с вопросами, он имеет дело с различными модификациями этого метода.

К методу опроса исследователь обращается тогда, когда для решения поставленной задачи ему необходимо получить информацию о сфере сознания людей: об их мнениях, мотивах поведения, оценках окружающей действительности, о жизненных планах, целях, ориентациях, информированности и т.п. Во всех подобных случаях именно люди, участники изучаемых процессов, выступают в роли уникального источника информации, который не может быть заменен никаким другим. Однако методом опроса может быть получена информация и о поведении людей, различные фактологические сведения.

Социологические опросы в современном понимании этого метода стали явно использоваться в науке во второй половине XIX века, но особенно широкое распространение этот метод получил в начале XX века с развитием эмпирической (прикладной) социологии. В настоящее время он настолько широко используется в социологическом исследовании, что в какой-то мере стал даже своеобразной визитной карточкой самой этой науки. Широкая применимость опроса объясняется, во-первых, тем, что вербальная, словесная информация, регистрируемая в процессе опроса, гораздо многообразнее и богаче невербальной; во-вторых, тем, что суждения, оценки, мнения людей, которых опрашивают во время проведения данной исследовательской процедуры, никакими иными методами (наблюдением, экспериментом), кроме опроса, выяснить невозможно; в-третьих, возможностью его многократного повторения и тиражирования на различные группы людей, на

различные регионы и в различное время; в-четвертых, относительной дешевизной его проведения.

Суть метода опроса сводится к общению исследователя прямо или косвенно через его представителя (интервьюера, анкетера) с совокупностью людей (респондентов) в форме вопросно-ответного диалога. Особенность этого общения состоит в том, что оно, с одной стороны, должно отвечать строгим требованиям научной процедуры, а с другой – исходить из того, что источником информации выступают рядовые участники изучаемых процессов, осознающие эти процессы в рамках повседневного житейского опыта.

Таким образом, в опросе реализуется познавательное взаимодействие двух различных уровней общественного сознания: научного, носителем которого выступает исследователь, и обыденного, практического, носителем которого выступает опрашиваемый, респондент.

Выбор вида опроса определяется целями исследования, его организационно-экономическими возможностями, а также требованиями к достоверности и надежности искомой информации. В зависимости от того, какие условия и формы общения опосредуют связь исследователя с совокупностью опрашиваемых, различаются **две основные формы опроса: 1 – анкетирование, 2 – интервьюирование.**

**Цель** данного методического пособия – раскрыть содержание и формы работы над составлением анкеты.

- Вопросы: 1. Место анкеты в социологическом исследовании.  
2. Структура анкеты.  
3. Методические принципы конструирования вопросника.  
4. Основные типы и виды вопросов.  
5. Оценка качества методики опроса.

В конце пособия предлагается литература, которую можно использовать для более глубокого изучения темы, а также приводится пример анкеты.

## **1. МЕСТО АНКЕТЫ В СОЦИОЛОГИЧЕСКОМ ИССЛЕДОВАНИИ.**

**Анкетный опрос** (или анкетирование) – один из наиболее распространенных и оперативных методов сбора первичной социологической информации по интересующим социолога проблемам. Это объясняется разнообразием и качеством социологической информации, которую можно получить с его помощью. Анкетный опрос – важнейший источник информации о реально существующих социальных фактах, о социальной деятельности. Метод анкетного опроса основывается на высказываниях отдельных лиц и проводится с целью выявления тончайших нюансов в мнении опрашиваемых (респондентов). Важно отметить, что на характер получаемых ответов влияют следующие факторы: а) наличие возможности у респондента сформулировать собственный уникальный ответ; б) наличие предлагаемых альтернатив – “подсказок”, отвечая на которые респондент ориентируется на свое собственное мнение и пишет ответ на свободном месте.

Само название анкетного метода предполагает его **структуру**: два крайних полюса – исследователь и респондент (анкетируемый), а также звено, опосредующее их отношения, - анкета (или инструментарий).

Кроме того, выделяется процессуальная структура этого метода, то есть основные **этапы** его осуществления, к которым относятся:

- 1) **подготовительный этап** – включает разработку программы опроса, составление плана и сетевого графика работ, проектирование инструментария, его пилотажную проверку, тиражирование инструментария, составление инструкций для анкетера, респондента и других лиц, участвующих в опросе, подбор и подготовка интервьюеров, анкетеров, решение организационных проблем;
- 2) **оперативный этап** - сам процесс анкетирования, имеющий свои собственные стадии поэтапного осуществления;
- 3) **результативный этап** - обработка полученной информации.

Исходя из структуры метода, определяется его характеристика, которая включает в себя ряд требований, предъявляемых к исходным документам анкетного опроса, к анкетеру, к респонденту и к самому инструментарию (к анкете, опросному листу).

Анкетный опрос начинается с формулировки программных вопросов, с «перевода» поставленных в программе исследования проблем в вопросы, исключающие различные толкования и доступные пониманию опрашиваемых.

Проводимый опрос должен отвечать ряду требований:

- он не должен длиться более 30-40 минут, в противном случае респондент устает и последние вопросы остаются обычно без полноценных ответов;
- важно, чтобы интерес к предмету опроса не снижался, а постепенно повышался. Поэтому более сложные по содержанию (и пониманию) вопросы должны следовать за более простыми;
- первый вопрос не должен быть ни дискуссионным, ни настораживающим. Лучше всего, если он будет нейтральным;
- трудные вопросы целесообразно поместить в середине анкеты, чтобы респондент «включился» в тему;
- вопросы должны быть ясными, четкими, понятными всем без исключения опрашиваемым;
- вопросы должны отвечать требованиям логики: вначале речь должна идти об установлении того или иного факта (события), а потом уже о его оценке.

Если в анкете появляется новый раздел, то необходимо «подвести» опрашиваемого к новой теме. Обычно это делается с помощью обращения в определенной форме к респонденту, например: «А теперь просим Вас высказать свое мнение о том-то...».

Для проведения анкетного опроса необходимо разработать специальный инструментарий – анкету.

**Анкета** – (от фр. «расследование») – это упорядоченный по содержанию и форме набор вопросов и высказываний, воплощенный в виде опросного листа, вопросника. Анкета является основным средством коммуникации при проведе-

нии опроса и одним из условий получения объективно значимых результатов о различного рода опросах населения. Поэтому разработке анкеты социологи придают особое значение. Само составление анкеты считается делом чрезвычайно ответственным. Оно требует компетентности и опыта социолога, т.к. предлагаемые в анкете вопросы должны быть одинаково поняты различными социально-демографическими группами населения, а сама анкета должна соответствовать критериям достоверности, надежности и валидности (обоснованности).

Как составление анкеты, так и способы работы с ней имеют свои особые методические приемы и характеристики, соблюдение которых является необходимым условием успешной реализации этого метода, нацеленного на получение достоверной информации.

Каждое конкретное социологическое исследование требует создания особой анкеты, но все они имеют общие правила разработки, общую структуру и особенности.

Созданию анкеты предшествует длительный этап разработки программы исследований, так как в анкету закладываются гипотезы, сформулированные задачи, которые предстоит решить в ходе социологического исследования. Далее необходимо перевести язык науки на вопросы, обращенные к респондентам. Эта процедура - весьма сложная, требующая многосторонних знаний в области социологии, социальной психологии, математики, социолингвистики и т.д. Для чего необходим этот перевод? Существуют большие различия в научных терминах и быденном языке людей, поэтому разные понятия могут иметь для простых людей и ученых несовпадающие интерпретации. Иногда опрашиваемый вообще не знает значения того или иного понятия. Информация, заложенная в гипотезах, обычно носит абстрактный характер и затрудняет ответы опрашиваемых на те или иные вопросы.

Для доказательства различных гипотез требуется получить от респондентов ответы на разное количество вопросов. Кроме того, существуют трудности формулировки вопросов (и альтернатив ответов), удовлетворяющих доказательство гипотез. Следует избегать и абстрактных формулировок вопросов.

Часто респондент не может дать объективную информацию потому, что события, интересующие социолога, имеют значительную давность и опрашиваемый плохо помнит о них или происходящее не имело для человека особого значения. На ответы в анкете могут повлиять и личные отношения опрашиваемого и социолога, уровень доверия к последнему. Человек может исказить ответы в анкете по соображениям престижа или из-за некорректности задаваемых вопросов. Могут быть и другие обстоятельства, деформирующие ответы на вопросы анкеты.

Таким образом, при разработке анкеты исследования встречаются трудности, которые социолог непременно должен себе представлять. Если не учитывать особенностей формулировки вопросов в анкете, то даже при соблюдении всех остальных требований методики социологического исследования можно получить ошибочные результаты.

В процессе перевода исследовательских (программных) вопросов в анкетные цель социологического исследования становится все менее ясной. Поэтому часто возникают разногласия между социологами и заказчиками. Однако ученые-социологи считают, что чем лучше проект анкеты, тем меньше ясна тема исследования для читателя, опрашиваемых или заказчика. Но именно в этом и заключается научное мастерство социолога, желающего получить объективные ответы. Результатом оценки работы социологов должен быть не инструментарий, а отчет. Недаром говорят, что хитрым должен быть не вопросник, а интервьюер.

В итоге можно сказать, что при разработке анкеты необходимо соблюдать следующие правила:

1. Содержание анкеты должно быть подчинено теме и задачам исследования. Для этого каждый из вопросов нужно соотнести с исследовательскими задачами. Данную процедуру следует зафиксировать в рабочем варианте анкеты.
2. Язык анкеты должен быть освобожден от распространенных клише, газетных штампов и стереотипных оборотов. Он должен быть близок к разговорной речи обследуемой совокупности лиц и оперировать ситуациями, достаточно близкими и понятными респондентам. Последовательность вопросов следует строить таким образом, чтобы в течение всего процесса заполнения анкеты у респондента сохранялся интерес к ней и стимулировалось желание отвечать на вопросы.
3. При формулировках «подсказок» – избираемых вариантов ответа – нужно избегать психологического давления на респондента, навязывания ему точки зрения, наиболее удобной для исследователя. Необходимо соблюдать пропорции в подборе «положительных» и «отрицательных» суждений, обращать внимание на их расположение в самой анкете.
4. Респондент не должен решать в ходе опроса сложных задач, отнимающих у него много времени.
5. Анкета должна быть выверена во времени и построена с учетом обстоятельств, проистекающих из места проведения опроса.
6. Анкету необходимо оформлять аккуратно, в ее полиграфическом оформлении рекомендуется использовать разные шрифты, отделяющие формулировки вопросов и ответов, пояснения респондентам относительно способа заполнения анкеты.

При составлении анкеты наиболее часто встречаются такие ошибки, как обнаружение установки исследователя, неадекватность терминов и ошибка несоразмерности, состоящая в предложении выбрать одну или несколько ценностей, несопоставимых между собой. Правильно составленная анкета – важное условие успешного решения задачи социологического исследования, обеспечения его качества, надежности результатов.

Чтобы анкета могла успешно выполнить свое предназначение – дать в руки исследователя достоверную информацию, надо знать и соблюдать ряд правил и принципов ее конструирования и, прежде всего, особенности различных вопросов, из которых она состоит.

## 2. СТРУКТУРА АНКЕТЫ.

Любая анкета включает в себя три основные части: **1** – вводную (обращение), **2** – содержательную (основную), **3** – заключительную (паспортчика).

**Первая часть анкеты – обращение** - предшествует постановке вопросов и является своего рода введением. Оно должно быть кратким, понятным и четким. Это – просьба к респонденту принять участие в проводимом исследовании. Обращение знакомит опрашиваемого с темой и целью опроса, описывает характер использования результатов, ориентирует его на конкретное задание при заполнении анкеты. Во введении указывается, кто проводит исследование, обязательно подчеркивается анонимный характер ее заполнения, а также выражается благодарность за участие в анкетировании.

Например:

**Уважаемые коллеги!**

**Обращаемся к Вам с просьбой высказать свое мнение о новых формах организации труда.**

**Ваши искренние и точные ответы позволят сделать обобщения и выработать практические рекомендации по улучшению организации труда.**

**Возможные ответы в большинстве случаев приведены в анкете. Просим внимательно прочитать предложенные варианты ответов и отметить тот ответ, который соответствует Вашему мнению. Если ни один из предложенных ответов Вас не удовлетворяет, напишите свое мнение.**

**Заранее благодарим за помощь в работе.**

Опыт российских исследований показывает работоспособность краткой и точной инструкции о правилах заполнения анкеты, приводимой в обращении. Часто здесь же подчеркивается важность участия респондента в исследовании. Например: “Ваши искренние суждения помогут улучшить работу в такой-то области...”

**Вторая часть анкеты - основная** - содержит блоки вопросов к опрашиваемым. Составление содержательной части анкеты имеет особое значение, ибо от этого во многом зависит успех проводимого исследования. Здесь вопросы могут быть оформлены в виде серии идущих один за другим с отдельной нумерацией, а могут быть соединены в блоки под общим вопросом-обращением с расшифровкой каждого пункта блока и с нумерацией каждого блочного вопроса как отдельного (для удобства обработки на персональном компьютере).

**Третья часть анкеты – паспортчика.** В этом разделе представлены демографические сведения об опрашиваемых: пол, возраст, образование, место жительства, социальное положение и происхождение, стаж работы и др. Все эти сведения выявляются с целью проверки надежности информации.

### 3. МЕТОДИЧЕСКИЕ ПРИНЦИПЫ КОНСТРУИРОВАНИЯ ВОПРОСНИКА.

Поскольку опрос представляет собой процедуру, в процессе которой социолог обращается к множеству людей (респондентов) с вопросами с целью получения интересующих его сведений, важное не только практическое, но и теоретическое и методическое значение приобретает выяснение инструментальной функции вопроса. В социологическом опросе респондентов *вопрос* - это включенное в анкету или бланк интервью высказывание исследователя (чаще всего в форме вопросительного мнения), адресуемое респонденту и требующее от него более или менее содержательного ответа. В силу этого вопрос составляет запрограммированный исследователем акт взаимной коммуникации с респондентом в письменной (анкетирование) или устной (интервью) форме. А инструментальная функция вопроса в обоих случаях состоит в том, чтобы получить информацию, необходимую для решения исследовательской проблемы. В качестве основного носителя информации выступают ответы респондентов на поставленные вопросы, их вербальные реакции на вопросительные высказывания исследователя. Список подобных высказываний, при помощи которых осуществляется запланированное получение ответов по интересующей исследователя проблеме, и представляет собой вопросник.

Чтобы ответы респондентов обеспечили исследователя необходимой ему для решения исследовательской задачи информацией, исследователь должен знать: о чем именно спрашивать, как спрашивать, какие задавать вопросы, как убедиться в том, что можно верить полученным ответам. Добавив несколько других условий, как-то: кого спрашивать, где вести беседу, как обрабатывать данные и нельзя ли узнать все эти вещи, не прибегая к опросу, мы получим более или менее полное представление о возможностях этого метода.

Нет ничего более вредного и опасного для социологии, чем широко распространившееся в последнее время мнение о том, что составление программы исследования и вопросника (анкеты) – задача, доступная каждому желающему. Приступы анкетомании являются результатом запросов и деятельности дилетантов, которые, во-первых, не могут привести к желаемому результату, а, во-вторых, способны только дискредитировать социологию.

Для того чтобы убедиться в том, насколько трудоемко и какой квалификации требует проведение анкетирования, остановимся подробнее на структуре анкеты и на типах вопросов, ее составляющих.

*Содержательная* (основная) часть анкеты тоже имеет определенную внутреннюю структуру и логику, которая включает блоки - группы вопросов: 1) событийная информация – вопросы о существующей в стране ситуации, происходящих в ней событиях или о деятельности респондентов; 2) оценки респондентами тех или иных явлений социальной жизни; 3) мотивы поведения респондентов и высказываемых ими оценок; 4) данные о личности респондента.

Наименьшие трудности обычно вызывают у респондентов вопросы первого блока. Например, в ответах на вопрос, какими сторонами своей жизни удовлетво-

рены различные группы населения, респонденты не испытывают трудностей при ответах на вопросы о материальной обеспеченности, удовлетворенности уровнем заработной платы, охраной окружающей среды, медицинским обслуживанием и т.п. Более затруднительными для них иногда оказываются ответы на вопросы о том, как они оценивают уровень своего благосостояния, что больше всего осложняет их жизнь и др. Еще больше трудностей возникает при ответах на вопросы о мотивах своего поведения или своих оценок каких-либо событий и лиц, например, при ответах на вопрос, почему избрали при поступлении в вуз ту или иную специальность. Именно при ответе на вопросы третьего блока анкеты чаще всего появляются ответы типа “не знаю”, “затрудняюсь ответить”. Поэтому очень важно, чтобы при формулировке вопросов, касающихся мотивов и оценок, позиция составителя анкеты не была очевидной для респондента, иначе произойдет искажение того ответа, который мог бы высказать опрашиваемый.

Содержание вопросов, их формулировка, последовательность и взаимосвязь в структуре вопросника должны отвечать **ряду требований**.

Первое требование – вопросы должны быть необходимыми и достаточными для обеспечения эмпирической проверки гипотез исследования, для решения его познавательных задач. Это требование обеспечивается на стадии эмпирической интерпретации понятий посредством выработки набора индикаторов и соответствующего ему списка единиц искомой информации. Каждый вопрос рассматривается при этом как специфический измерительный инструмент для получения необходимой (искомой) информации. Иначе говоря, для каждого вопроса анкеты должна быть определена его познавательная задача, его искомая информация. Хотя рассчитывать на получение всей информации об объекте или предмете при помощи вопросов было бы неверным.

В доказательстве гипотезы участвует определенное число вопросов. Вопрос в анкете – один из способов социологического измерения какой-либо стороны или свойства социального явления. На первом этапе движения к формулировке вопросов основное внимание исследователя сосредоточивается на семантической интерпретации (трактовке) ключевых понятий исследования. Они определяют логику изучения проблемы, а значит, - общий объем и направленность вопросов и инструментария. Уточнение основного смысла явления дает возможность конкретизировать вопросы.

Условием точного нахождения количественных характеристик сторон и свойств явлений при помощи опроса считается обязательное проведение качественного логического “расчленения” основного понятия (его детализации) на составляющие элементы – ведущие характеристики предмета в ходе структурных операций. Это называется структурной операционализацией или поиском однозначно понимаемых эмпирических значений теоретических терминов, преследующим цель установления связей концептуального аппарата исследования с его методическим инструментарием. Основной спектр вопросов выстраивается относительно смысловых характеристик этих эмпирических значений. Такова связь вопросов с программными установками.

Для социологического измерения при помощи вопросника используются фиксируемые респондентами совокупности фактов – индикаторы. Они находят в ан-

кете свое место в виде вариантов ответов и позволяют правильно сформулировать вопросы.

Второе требование - необходимо учитывать социально-психологические особенности опрашиваемых, выступающих источником информации. Это означает, что автор анкеты должен учитывать информированность опрашиваемых о предмете опроса, специфику их языка, традиций общения, представлений о престиже и чувстве собственного достоинства и др. С учетом данных требований связаны такие факторы качества результатов опроса, как искренность и достоверность ответов респондентов, их установка на сотрудничество с анкетерами или интервьюерами.

В практической работе при конструировании вопросника оба требования часто пересекаются и должны учитываться комплексно и во взаимосвязи.

Третье требование: системность инструмента – анкеты. Это свойство отражает рассмотрение объекта исследования как системы (состояния знания, представлений о фактах и т. д.). Чем сложнее проблема, алгоритм решения которой частично заложен в формулировках вопросов, тем насущнее комплексность вопросника. Среди системообразующих признаков вопросника можно назвать: а) целостность или наличие двух и более типов связей. Например, пространственного типа связи между основным и контрольным вопросами; функционального типа – в блоках вопросов, раскрывающих мнение респондента о чем-то содержательно однородном; б) структура (организация) системы. Этот признак лучше всего раскрывается через очередность, закономерности размещения вопросов в анкете, а также через соответствие групп вопросов наличию признаков измеряемого объекта; в) наличие уровней и иерархии уровней. Этот признак системности фиксируется в иерархии сложности задаваемых вопросов, их соподчиненности и очередности; в строении табличных форм вопросов и др.; г) управляемость. Этот признак системности предполагает подчинение всего устройства и смысла вопросника единой цели и связанных с ней задач. Необходимости составления научно-адекватной, реальной картины событий.

Содержание анкеты (характер и виды задаваемых ответов, порядок их размещения, формализация предполагаемых ответов) определяется стремлением получить наиболее достоверную информацию об изучаемом объекте. Для этого необходимо хорошо ориентироваться в той системе вопросов, на базе которых формируется содержательная часть анкеты. Формулировка вопросов – самый сложный этап составления анкеты, которому предшествует процедура эмпирического определения основных понятий исследования и отбора соответствующих эмпирических индикаторов, каждому из которых соответствует один или несколько вопросов анкеты. Приступая к разработке вопросника, социолог решает задачу – **как** сформулировать вопрос, чтобы получить искомую информацию. В этой связи большое методологическое значение имеет **типологизация** вопросов, без знания которой вообще невозможно построить квалифицированную анкету.

Как показывает практика, расхождение познавательной задачи вопроса со смысловым содержанием его формулировки для анкеты – главная ошибка, с которой приходится сталкиваться. Это обстоятельство свидетельствует о не разработанности методической операции «перевода» общих исследовательских задач сначала

на уровень частных, формулируемых в виде единиц искомой информации, а затем их «перевод» на уровень обыденных представлений опрашиваемых. Операция эта тем более важна и необходима, что эмпирические данные многозначны по своей природе и могут быть по-разному интерпретированы в различных контекстах в связи с различными познавательными задачами.

Распространенность различных видов методических ошибок нередко объясняется вполне понятным и естественным стремлением исследователя к использованию более простых и экономичных методических решений. Однако при определении содержательной пригодности формулировки вопроса приходится учитывать, что экономичность и организационная простота методического решения – далеко не достаточные критерии его оценки. Более того, экономичность исследования и качество эмпирической информации вступают в противоречие, которое в исследовательской практике встречается очень часто.

Соответствие формулировки вопроса возможностям респондента как источника информации обеспечивается не только «переводом» его познавательной задачи на уровень житейского опыта опрашиваемых.

Другими направлениями решения этой проблемы выступают такие требования, как учет компетентности, информированности респондента о предмете опроса; учет особенностей языка и культуры опрашиваемых, их аналитических возможностей. Ясно, что для обеспечения таких условий необходимы предварительная информация о состоянии сознания членов исследуемой группы относительно предмета исследования, а также данные об уровне информированности и компетентности соответствующих социальных групп. Подобные данные можно найти, обратившись в первую очередь к результатам предшествующих исследований.

Более конкретной и точной «привязке» методики опроса к особенностям «поля» будущего исследования способствует проведение пилотажных (предварительных) исследований.

#### 4. ОСНОВНЫЕ ТИПЫ И ВИДЫ ВОПРОСОВ.

Вопрос анкеты – это обращение к респонденту с целью получения от него информации по теме исследования. Вопросы анкеты отражают интерпретации исследователем основных понятий исследования.

Вопросы анкеты классифицируются по разным основаниям.

**1.** По отношению к **цели** исследования – вопросы делятся на **программно-тематические (содержательные)**, исходя из ответов на которые строятся выводы об изучаемом явлении, и на **процедурные (функциональные)**, предназначенные для оптимизации хода опроса.

Деление вопросов **по содержанию** обусловлено характером информации, которую представляет ответ на тот или иной вопрос. Информация о знаниях, умениях, установках, о фактах и отношении к ним, о нормах и мотивах поведения, об интенсивности мнения, о поведении в настоящем и прошлом является основанием деления их по содержанию. А в зависимости от предметной специфики изучаемых переменных – это вопросы о труде, досуге, политике, семье, спорте и т.д.

Вопросы о фактах. Целью этих вопросов является получение информации о социальных явлениях и процессах в различных сферах жизни общества, о состоянии дел на производстве и в учебном заведении, о поведении окружающих. Они могут касаться и личности самого респондента, когда он заполняет данные паспортчики, а также нести информацию о его действиях, поступках или их последствиях. Если в анкете появляется новый раздел, то необходимо «подвести» опрашиваемого к новой теме. Обычно это делается с помощью обращения в определенной форме к респонденту, например: «А теперь просим Вас высказать свое мнение о том-то...».

Вопросы о знаниях. Их цель состоит в раскрытии того, что и в какой мере знает, и что может изложить респондент. Как правило, это вопросы экзаменационного типа, имеющие целью выявить уровень информированности респондента и его знаний в определенной области. Такие вопросы могут содержать задания, экспериментальные и игровые ситуации, решение которых требует от опрашиваемого использования определенных навыков, знания конкретных фактов, событий, имен.

Вопросы о мнениях. Эти вопросы направлены на фиксацию фактов, пожеланий, ожиданий, планов на будущее и могут касаться любых проблем и личности самого респондента. Ответом в этом случае выступают оценочные суждения относительно тех или иных событий, основанные на индивидуальных представлениях. Через мнения выявляется отношение человека к тем или иным событиям. Например, «Как Вы думаете, что значит добиться успеха в жизни в современных условиях?» или «Как, по Вашему мнению, изменится положение Вашего предприятия в случае его приватизации?».

Вопросы о мотивах. Эти вопросы призваны выявить субъективное представление человека о мотивах своей деятельности, поступков или оценок. Например, «Если Вы собираетесь сменить место работы, то чем это вызвано?» (с возможными вариантами ответов: «неинтересная работа», «низкая зарплата», «плохие отношения с администрацией», «нет надежды на профессиональное и должностное продвижение» и т.п.) или «Почему Вы не хотите увеличения количества детей в семье?» (тоже с соответствующими подсказками). Один вопрос о мотивах не может дать подлинную картину мотивации деятельности, для этого необходим целый комплекс подобных вопросов. Как правило, именно такие вопросы вызывают наибольшие затруднения, так как, пытаясь прямолинейными вопросами выяснить истинные мотивы поведения опрашиваемых, социолог хочет решить задачу, которая не всегда по силам не только респонденту, но и самому исследователю. Дело в том, что мотивация поступков и оценок определяется не только сознанием, что можно более или менее точно выразить в словах, но и подсознательными импульсами, трудно поддающимися вербализации. Поэтому именно данный блок вопросов наталкивается на ситуацию, когда респондент не может или не хочет искренне отвечать на поставленный в анкете вопрос.

Вопросы об оценках имеют целью узнать оценку респондентами тех или иных явлений, процессов, событий. Примером могут служить часто встречающиеся в анкетах вопросы типа: «Как бы Вы оценили современную социально-экономическую ситуацию в Вашем городе?» с вариантами ответов: «ситуация

улучшается”, “ситуация ухудшается”, “ситуация стабилизируется”, “затрудняюсь ответить” и т.п. Или вопрос: “Как Вы оцениваете деятельность местных органов власти?” (тоже с вариантами ответов).

*Вопросы об отношении* респондентов к каким-либо процессам, явлениям, органам власти, партиям и т.д. Примером может служить блок вопросов: “Как Вы относитесь к частной собственности на землю? К фермерским хозяйствам? К приватизации промышленных предприятий? К привлечению в экономику страны иностранного капитала?” и т.п.

**Функциональные вопросы** решают различные задачи по управлению ходом опроса, его психологической атмосферой, логической строгостью. Основные **виды** функциональных вопросов: вопросы-фильтры, контрольные вопросы, контактные вопросы, буферные и др.

*Вопросы-фильтры.* Эти вопросы задаются для отсева некомпетентных лиц при опросе по изучаемой проблеме или же с целью выделения части респондентов из всего массива по определенному признаку.

Необходимость в вопросах этого вида возникает тогда, когда искомая информация может быть получена не от всей совокупности опрашиваемых, а только от некоторой ее части. Для того чтобы отделить носителей информации, то есть тех, кому следует задать отдельные специализированные вопросы, и задается вопрос-фильтр. Каждый такой специализированный блок вопросов открывается вопросом-фильтром, имеющим отсылку, указывающую на то, к заполнению какого вопроса следует переходить, чтобы выделить носителей необходимой информации.

Например:

32. Скажите, приходилось ли Вам лично работать сверхурочно или дополнительно, чтобы увеличить свой доход и преодолеть влияние инфляции и высоких цен.
  1. Да > (к вопросам 33 и 34)
  2. Нет > (к вопросу 35)
  3. Затрудняюсь ответить > (к вопросу 35)
33. Скажите, какую часть Вашего дохода в настоящее время составляет доход от сверхурочной или дополнительной работы? ( Выберите только один вариант)
  1. Более 75%
  2. От 50 до 75%
  3. От 25 до 49%
  4. Менее 25%
  5. Затрудняюсь ответить.
34. Скажите, сколько времени в неделю Вы тратите на сверхурочную или дополнительную работу? ( Выберите только один вариант ответа)
  1. Более 30 часов в неделю.
  2. От 20 до 30 часов.
  3. От 10 до 19 часов.
  4. Менее 10 часов в неделю.
  5. Затрудняюсь ответить.

Цель *контрольных вопросов* – выяснить устойчивость или непротиворечивость ответов респондента, которые он дает на предшествующие вопросы по той же проблеме, теме. **Например**, задается общий вопрос об удовлетворенности работой, затем полученный ответ контролируется несколькими вопросами о некоторых частных аспектах удовлетворенности рабочей ситуацией: о желании сменить работу, о желании вернуться на прежнее место работы в ситуации, когда респондент, например, оказался временно безработным и др. Совокупность полученных частных ответов рассматривают как контроль на непротиворечивость высказываний общей оценке. Применяется также процедура психологического контроля на искренность с помощью специальных тестов.

Перед исследователем, который проводит социологический опрос, постоянно стоит проблема достоверности получаемой информации. Проверка и контроль достоверности данных опроса осуществляется рядом способов. Один из них – *контрольные вопросы*. Эти вопросы служат для проверки устойчивости, правдивости и непротиворечивости ответов, определения их искренности и достоверности.

В группе вопросов на одну и ту же тему нетрудно выбрать основные и контрольные. Роль основного может играть тот вопрос, который задается в более широком смысловом диапазоне, в прямой форме.

**Например**, рабочему предлагается вопрос: «Отметьте на шкале то суждение, которое соответствует Вашему мнению: 1) работой вполне доволен; 2) скорее доволен, чем недоволен; 3) отношусь к работе безразлично; 4) скорее недоволен, чем доволен; 5) совершенно недоволен; 6) не могу сказать». Для того чтобы проконтролировать ответ, следует задать такие контрольные вопросы: «Хотели бы Вы перейти на другую работу?» (да, нет, не знаю) или «Предположим, что по каким-то причинам Вы временно не работаете. Вернулись бы Вы на свое прежнее место работы?» (да, нет, не знаю).

Контрольные вопросы обычно располагаются в анкете на некотором расстоянии как от основного, так и друг от друга.

Разновидностью контроля может быть повторный опрос с соблюдением тех же условий – на весь объем выборки (*панельный* опрос) или на 5-10% лиц, уже опрошенных ранее.

Один из самых надежных средств контроля достоверности данных анкетного опроса – сочетание нескольких методов: анкетирование и наблюдение, анкетирование и свободное интервью.

**По своей психологической функции**, определяющей отношение респондента к самому факту анкетирования и к тем вопросам, на которые ему предстоит ответить, последние делятся на *контактные* и *буферные*.

Для установления контакта с респондентом, создания у него положительной мотивации на опрос применяются так называемые *контактные вопросы*, которые прямо могут быть и не связаны с темой исследования (не обрабатываться), но позволяют отвечающему высказаться на тему, более актуальную и близкую для него, показывающую его информированность и компетентность. В практике опро-

сов эта функция чаще всего не возлагается на специальные вопросы, а выполняется «попутно» вопросами, наиболее простыми по смыслу и технике заполнения, но одновременно дающими необходимую исследователю информацию. Их цель – создать интерес к исследованию, побудить принять в нем участие. Как правило, это первый или один из первых вопросов анкеты, который по форме должен быть весьма простым и касаться самого респондента, как бы настраивать его на заинтересованное участие в анкетировании. В качестве контактных вопросов часто используют вопросы чисто событийного характера. Главная же функция этого вида вопросов – облегчение взаимодействия с респондентом во время опроса, побуждение его к наиболее полному и искреннему представлению своего мнения по существу исследуемой проблемы.

*Буферные вопросы.* Целью этого вида вопросов является переключение внимания при переходе от одного тематического блока к другому. Причем часто этот вид вопроса представляет не только собственно вопрос, но и повествовательную преамбулу к нему, где исследователь поясняет логику мысли, создавая этим симметрию общения: респонденту корректно предлагается переключиться с одной проблемы на другую и объясняется, для чего это необходимо сделать; ему предлагается подумать, вновь заострить внимание, переключиться. Вопросы этого вида, как правило, начинаются с общей формулы: «Как вы думаете?» – и далее идет описание новой проблемы.

**2. По форме** вопросы делятся на три основные группы: 1) открытые, закрытые, полужакрытые; 2) прямые и косвенные; 3) личные и безличные.

**Первая группа вопросов по форме** – *открытые, закрытые, полужакрытые* – отличается характером ответов на поставленные вопросы, степенью стандартизации ответов.

Вопрос *открытого типа* предусматривает свободную форму ответа: «Скажите, пожалуйста, что могло бы содействовать повышению Вашего интереса к работе?», то есть опрашиваемый сам формулирует свой ответ на поставленный социологом вопрос. Открытые вопросы предполагают оригинальный повествовательный ответ в виде слова, предложения или нескольких предложений. Формально эти вопросы выделяются тем, что за ними следует несколько пустых строк, которые и следует заполнить. Полученный ответ при этом носит естественный характер, дает максимум информации по теме исследования, что является весьма важным для социолога. Открытые вопросы дают респонденту возможность самостоятельно сформулировать ответ, отражающий всю неповторимость индивидуального сознания, языка, стиля, запаса информации, круга ассоциаций. Однако возникают сложности, связанные с обработкой полученных ответов, их кодировкой, что неизбежно приводит к существенному ограничению использования ЭВМ. Ответы на открытые вопросы достаточно трудоемки с точки зрения техники обработки, поэтому их используют в массовых опросах редко.

Вопрос *закрытого типа*: «Что Вам нравится в Вашей работе? Просим отметить те из перечисленных ниже вариантов, которые совпадают с Вашим

мнением: 1) разнообразная работа; 2) работа, требующая смекалки; 3) не вызывает физического переутомления; 4) хороший заработок». То есть в анкете

задается вопрос и на него предлагаются варианты ответов, из которых опрашиваемый может выбрать те, которые наиболее отвечают его установкам. Закрытый вопрос всегда предполагает наличие готовых вариантов ответов, которые социолог разрабатывает до начала опроса, основываясь на своих исходных представлениях о содержании вопроса и на данных пробного исследования, позволяющих адаптировать первоначальный вариант вопроса к социально-психологическим особенностям опрашиваемых. Закрытые вопросы – наиболее популярный вид техники сбора данных. Он привлекает исследователей экономичностью обработки, поскольку позволяет использовать предварительную кодировку всех возможных вариантов ответов. Респондент выбирает варианты ответов, совпадающие с его мнениями. Такие вопросы достаточно легко обработать, отпадает необходимость последующей интерпретации полученных ответов, но при этом есть опасность навязать свои ответы респонденту в случае предоставления недостаточно полного реестра вариантов ответов.

Вопрос *полузакрытого типа* основан на добавлении к списку ответов фразы: «Другие (моменты, причины, мотивы и т.д.). Укажите, какие именно». Здесь, наряду с набором определенных вариантов ответов в ситуации невозможности выбрать подходящий вариант из предложенного перечня, респонденту предоставляется возможность высказать свое мнение по обсуждаемой проблеме в свободной форме, то есть соединяются признаки открытого и закрытого вопросов. Вопрос как бы расшифровывается, дает возможность не только выбрать один из тех ответов, которые приводятся в анкете, но и высказать что-то свое. Например, на вопрос: «Как Вы думаете, что значит «добиться успеха в жизни?»», респонденту предлагается веер вариантов ответов: зарабатывать много денег, иметь все материальные блага (квартиру, машину и т.п.), иметь высокое положение в обществе, реализовать свои способности в чем-либо (науке, политике, спорте), жить без забот, другое (напишите)

Выбор вида вопроса зависит от характера искомой информации. Открытые вопросы применяются, например, в пробных исследованиях, когда изучаются информированность и компетентность совокупности опрашиваемых о предмете опроса, особенности их сознания и языка.

**Вторая группа вопросов по форме** – *прямые и косвенные* - используются в зависимости от отношения искомой информации к личности респондента. Если нужны исследователю данные психологически нейтральны или положительны по отношению к чувству собственного достоинства респондента или к его отношениям с другими людьми, то прямые вопросы дают достаточно достоверную информацию. Если вопрос требует от респондента критического отношения к себе, к окружающим его людям, если от него ожидается оценка негативных явлений, то возможны недостоверные ответы либо

уклонения от ответов. Тогда на помощь приходят косвенные вопросы, которые помогают преодолевать эти психологические барьеры.

*Прямой* – это вопрос как бы «в лоб», например: «Доставляет ли Вам работа моральное удовлетворение или Вы трудитесь ради денег?». Такие вопросы применяются лишь для получения информации о наличии или отсутствии факта. Прямые вопросы направлены на выражение отношения респондента – по поводу анализируемой проблемы, их оценку с его собственной позиции.

Когда речь идет о мнении или мотивах поведения, прямой вопрос следует заменить *косвенным*, например: «Если бы случилось так, что Вам снова пришлось выбирать профессию, то избрали бы Вы свою нынешнюю профессию?». При ответе на эти вопросы респондент отвечает от имени группы, в безличной форме, что позволяет ему как бы скрыть свою собственную позицию и усилить критический акцент своих высказываний. Кроме того, косвенные вопросы задаются и тогда, когда прямые вопросы не вполне удобно задавать или есть предположение, что на них не будет получено искренних ответов. Это – ситуации, касающиеся частных, интимных сторон человеческой жизни или их отношения к власти, к своему непосредственному начальству и т.д. Функции косвенных вопросов могут выполнять «проективные» вопросы. Например, респонденту предлагается закончить незавершенное предложение, придумать развязку к незавершенному описанию какого-либо события.

**Третья группа вопросов по форме** – *личные* и *безличные*. Личные вопросы задаются тогда, когда возможно получить информацию от респондента в виде высказывания от первого лица. Безличные вопросы – если респондент при ответе на вопрос опирается на собственный опыт, но сообщает о нем в безличной форме.

**3. По своей логической природе** вопросы подразделяются на:

- *основные вопросы* – это такие высказывания в опроснике, на основе ответов на которые исследователь получает большую часть интересующей его информации об исследуемом социальном объекте. На основе ответов на эти вопросы строятся выводы об изучаемом явлении. Именно такие вопросы составляют самую существенную по объему и по значимости часть анкеты, а потому ответы на них служат основным строительным материалом для выводов;
- *наводящие (вспомогательные) вопросы*. Они оказывают помощь респонденту в правильном осмыслении основного вопроса, помогают дать более точный ответ. Эти вопросы направлены также на выявление адресата основного вопроса и проверку искренности ответов.

**4. По конструктивным особенностям** вопросы могут быть:

- *шкальные*, когда ответ на вопрос дается в виде шкалы, в которой необходимо отметить тот или иной показатель. Этот вид вопросов применяется обычно при определении интенсивности интересующего исследователя признака. Например: “Сколько времени Вы тратите на просмотр телепередач в выходные дни?” – “До 30 минут”, “От одного часа до двух часов”, “Более трех часов”;

- дихотомические, когда предполагается ответ по принципу «да-нет», то есть когда ответы носят взаимоисключающий характер. Например, вопрос: “Читаете ли Вы газеты?”, предполагает только два дихотомических (противоположных) варианта ответа – либо «да», либо «нет».
- альтернативные, когда из предложенного перечня вариантов ответов нужно выбрать только один или предложить свой вариант, если это полужакрытый вопрос. Важно, чтобы предложенный перечень альтернатив был полностью исчерпывающим, а сами альтернативы должны быть перемешаны без смещения в какую-либо сторону, т.е. уравновешены;
- вопросы-меню (поливариантные), когда респонденту предлагается выбрать любое сочетание вариантов предлагаемых ответов, а в полужакрытых вопросах – дописать еще и свое мнение. Исследователь должен оговорить, какое количество вариантов ответов респондент может выбрать – неограниченное, не более 3-х или др. Например, на содержащийся в анкете вопрос “Какие источники доходов использует Ваша семья?”, респонденту предлагается следующий набор вариантов ответа: заработная плата по основному месту работы, временные подработки, совместительство, собственное дело (предпринимательство), фермерство, пенсия, стипендия, пособие, помощь родственников, дачный участок, что-то еще (напишите). Респондент может выбрать несколько, возможно и все варианты, в том числе и написать какой-либо еще вариант.
- вопросы-диалоги. В уста псевдособеседников вкладываются противоположные высказывания. От опрашиваемого требуется согласиться с одним из них. Форма диалога имеет то преимущество, что абстрактное становится более наглядным. Использование рисунков, изображающих собеседников, усиливает прожективный эффект, позволяет ввести респондента в ситуацию вопроса.

**5. По расположению вопросы** можно разделить на линейные и табличные.

*Линейное* расположение вопросов означает, что и сами вопросы, и варианты ответов на них напечатаны построчно. Например:

**Какие телепередачи Вы смотрели в прошедший выходной?**

**1 – художественные фильмы**

**2 – политические передачи**

**3 – спортивные передачи**

**4 – передачи для деловых людей**

**5 – какие еще (напишите) -----**

*Табличная форма* используется тогда, когда на несколько однотипных вопросов предлагаются одинаковые варианты ответов. Такой вариант используется для того, чтобы сэкономить место в анкете. Таблицы могут быть вертикальными и горизонтальными. Все зависит от расположения шкалы измерения. Например:

таблица 1 – горизонтальная, так как необходимо выбрать варианты ответов в каждой строке, а вопросы (1 – 4) располагаются вертикально.

Таблица 1.

**Хватает ли Вам времени?**

	<b>Хватает</b>	<b>Не хва- тает</b>	<b>Когда как</b>
<b>1. На учебу</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>
<b>2. На общественную работу</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>
<b>3. На отдых и развлечения</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>
<b>4. На занятия физкультурой</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>

Таблица 2 – пример вертикальной нумерации, так как варианты ответов расположены столбцами, а сами вопросы (1 и 2) – построчно-горизонтально. В этой таблице респондент должен отметить варианты ответов в каждой колонке, то есть оценить ситуацию в России и в своем городе.

Таблица 2.

**Какие тенденции, по Вашему мнению, характерны для социально-политической обстановки**

	<b>1. В России</b>	<b>2. В Вашем городе</b>
<b>Обстановка спокойная</b>	<b>1</b>	<b>1</b>
<b>Обстановка стабилизируется</b>	<b>2</b>	<b>2</b>
<b>Растет напряженность</b>	<b>3</b>	<b>3</b>
<b>Обстановка остроконфликтная</b>	<b>4</b>	<b>4</b>
<b>Затрудняюсь ответить</b>	<b>5</b>	<b>5</b>

Расположение измерительной (оценочной) шкалы в таблице не влияет в целом на характер ответов. Важно лишь, чтобы порядок кода изменялся всегда строго в «направлении» изменения оценок. В соответствии с этим в первой таблице порядок кодов изменяется по строке, а во второй – по столбцам.

Обычно в анкете чередуются открытые и закрытые, прямые и косвенные, личные и безличные вопросы. Важными характеристиками каждого вопроса являются: 1- степень, в которой в данном вопросе содержится некое социальное давление (или даже угроза для респондента), 2 - степень, в которой выбор тех или иных альтернатив вопроса будет означать, что респондент придерживается социально одобряемого или не одобряемого поведения. Известно, что «в принципе» нару-

шать правила дорожного движения нехорошо, употреблять наркотики тоже, а получать в школе хорошие оценки – «хорошо»; высказывать негативное отношение к главе государства в некоторые периоды времени даже опасно. Приемы нивелирования этого социального давления содержания вопроса составляют один из существенных компонентов искусства задавать вопросы.

Структура и последовательность вопросов в анкете по сути дела представляет установку социолога на развитие коммуникации с опрашиваемым: пробуждение

интереса, завоевание доверия, подтверждение уверенности опрашиваемых в своих возможностях, дальнейшее поддержание беседы. С этой точки зрения вопросы анкеты должны быть корректными и контактными, потому что благодаря правильной постановке вопросов увеличивается вероятность получения надежных сведений, повышается качество социологических данных. Для получения точной информации большое значение имеет смысловая интерпретация вопроса, которая может быть адекватной или неадекватной. В связи с этим постановка вопроса анкеты требует полного знания объекта исследования. Лингвостилистическая организация вопроса анкеты – это необходимый этап, обеспечивающий адекватные интерпретационные свойства вопроса, которые проявляются в процессе смыслового восприятия и интерпретации. Правильно сформулированный вопрос – гарантия качественного ответа. Чтобы не оказывать влияния на респондента, вопросы должны формулироваться нейтрально.

Конструкция анкеты, то есть расположение в ней вопросов, имеет важнейшее значение. Однако какого-либо единого алгоритма ее построения не существует.

Наиболее популярная композиция вопросника связана с выделением **трех фаз** в ситуации опроса: 1 – вступительной, 2 - основной, 3 – заключительной.

В начале опроса респондент может испытывать некоторый дискомфорт и даже острую настороженность в связи с непонятными целями опроса и самим фактом выбора для опроса именно его. Эти задачи решаются кратким вступлением к вопроснику, вводящим опрашиваемого в ситуацию опроса и стимулирующим его интерес к общению. Поэтому первые вопросы анкеты должны быть наиболее простыми и доступными по смыслу и технике заполнения.

От начала к середине опроса вместе с активизацией внимания и интереса респондента могут увеличиваться сложность и острота вопросов, которые запланированы в исследовании. Вторую половину опроса рекомендуется посвящать более простым вопросам, использовать психологические приемы, активизирующие внимание респондента.

Построение вопросника представляет собой построение своеобразного «сценария» ситуации опроса, логики общения исследователя с респондентом как источником необходимой информации. Поэтому вопросник есть не просто совокупность вопросов, а определенным образом организованная исследовательская ситуация. П е р в ы й шаг - подготовка ее проекта; в т о р о й - пробный опрос (*опрос-разведка*), который охватывает небольшое число лиц (20-30 человек), отобранных по основным характеристикам, которые определяются темой, целями и задачами исследования. Проба необходима для проверки плана опроса, уточнения вопросов, их формулировки и расположения. После тщательного анализа резуль-

татов пробы и исправления ошибок в анкете можно приступать к массовому опросу.

Особое внимание должно быть уделено верстке анкеты. Верстка анкеты предполагает группировку вопросов в итоговую структуру. Тут речь идет и о типографском оформлении анкеты, и о логике компонования вопросов, и их последовательности.

Сформированная система вопросов должна быть проста для заполнения и обработки. Все разделы анкеты могут иметь пояснения и выделяться особым шрифтом перед соответствующими блоками вопросов. Все блоки вопросов и сами вопросы должны быть логически связаны между собой, но логика построения анкеты может не совпадать с логикой обработки информации. При необходимости перед каждым блоком вопросов можно давать пояснения, как работать с вопросом (особенно это важно при наличии вопросов-таблиц), как отмечать выбранный вариант ответа. Все вопросы анкеты должны быть пронумерованы по порядку, варианты ответов на вопрос также нумеруются по порядку. Нумерация вопросов и вариантов ответов, как правило, связана с обработкой на персональных компьютерах, конкретными программами обработки информации, предполагающими либо “сквозную”, либо по вопросную нумерацию вариантов ответов и самих вопросов.

Категорически запрещается разрывать текст вопроса и переносить его на другую страницу. Хорошо использовать разный шрифт при печатании вопросов и ответов, при возможности использовать цветную печать. Можно использовать рисунки для оживления текста анкеты, снятия психологического утомления респондента. Иллюстративно могут быть оформлены и некоторые вопросы, что разнообразит технику заполнения анкеты, позволяет избежать монотонности восприятия текста. В любом случае анкета должна быть исполнена четким шрифтом, предусматривать достаточное место для записи ответов на открытые вопросы и четкие стрелки-указатели переходов от одних вопросов к другим при фильтрации респондентов.

Сама же последовательность вопросов может быть сформирована либо методом воронки (компоновка вопросов от наиболее простых к более сложным), либо определена методом поэтапного развертывания вопросов (пятимерный план Гэллапа). При этом необходимо помнить, что в любом случае количество вопросов в анкете лимитировано: оптимальным считается 25-30 вопросов по теме исследования.

Использование каких-либо видов вопросов в анкете определяется целями и задачами исследования, спецификой выборки и уровнем культурной и образовательной подготовки респондентов. При этом каждый вопрос должен быть задан нейтрально со стороны исследователя, не должен быть двусмысленным. Каждый поставленный вопрос должен предполагать точный ответ. Эти общие требования к постановке и формулировке самого вопроса учитываются при составлении разделов анкеты.

## **5. ОЦЕНКА КАЧЕСТВА МЕТОДИКИ ОПРОСА.**

Составление анкеты предполагает ее проверку, апробацию, уточнение. Традиционным способом получения информации о качестве разработанной методики опроса является пробное (пилотажное) исследование. В ходе его осуществляется проверка содержания анкеты, формулировок и последовательности вопросов, вариантов ответов и т.д. Определение задач пилотажа производится с помощью логического анализа инструментария исследования – вопросника. Такой анализ необходим потому, что при разработке отдельного вопроса и анкеты в целом социолог интуитивно учитывает сложный комплекс методических требований. Часть этих требований имеет противоречивый характер, поэтому для нахождения наилучшего компромиссного сочетания нужно специально рассмотреть их и подвергнуть детальному логическому анализу.

Процедура **логического анализа** вопросника состоит в соотнесении каждого вопроса анкеты с перечнем логических и методических критериев. Соответствие логическим критериям проверяется следующими вопросами:

1. Какова познавательная задача вопроса (программный вопрос)?
2. Какая информация ожидается от респондента в качестве ответа на данный вопрос?
3. Является ли ожидаемая от респондента информация обоснованным индикатором для изучаемой характеристики социального явления или процесса?
4. Однозначно ли сформулирован смысл вопроса для респондента? Нет ли в его формулировке понятий, допускающих различное истолкование?
5. Не является ли формулировка вопроса внушающей?
6. Соответствует ли техника регистрации ответов содержанию вопроса (указания на число возможных ответов; возможность уклониться от ответов; соответствие делений шкалы смыслу формулировки и т.п.)?
7. Сбалансированы ли шкалы, нет ли смещений к положительному или отрицательному полюсу шкалы?
8. Нет ли совмещения оснований в вопросах, требующих выбора варианта из предложенного списка по заданному критерию?
9. Обозначен ли адресат вопроса в тех случаях, когда вопрос предназначен не для всей совокупности опрашиваемых, а для какой-либо ее части? Не требуется ли вопрос-фильтр?

Соответствие социально-психологическим критериям проверяется следующими вопросами:

1. Выдержаны ли требования к языку опрашиваемых? Нет ли в формулировке вопроса ложных, непонятных терминов?
2. Понятны ли респонденту единицы измерения, употребляемые в вопросе?
3. Компетентны ли опрашиваемые для ответа на данный вопрос? Не следует ли включить фильтры на компетентность?
4. Не предъявляет ли вопрос непосильных требований к памяти опрашиваемого?
5. Нет ли опасности получить стереотипный ответ?
6. Не слишком ли многочисленны варианты ответов на вопрос, нет ли необходимости расчленить их на тематические блоки?
7. Не вызовет ли вопрос отрицательные эмоции у опрашиваемого?

8. Не задевает ли вопрос самолюбие респондента или интимные стороны его жизни, самосознания?

По окончании анализа все вопросы анкеты распадаются на **четыре группы**: 1- вопросы, не имеющие методических замечаний; 2 - вопросы, имеющие замечания, которые могут быть устранены без эмпирической проверки; 3 – вопросы, имеющие замечания, которые нуждаются в дополнительной эмпирической проверке; 4 – вопросы, содержащие очевидные ошибки и подлежащие исключению из анкеты.

Для тех вопросов, которые нуждаются в эмпирической проверке, в программе пилотажа разрабатываются специальные процедуры проверки. Например, разрабатываются два варианта конструкции вопроса, затем сравниваются восприятие и формулирование ответов и их содержание, полученное на одинаковых выборках или на одной выборке в двух опросах с допустимым интервалом времени. Такая проверка должна отвечать основным требованиям экспериментального исследования.

Восприятие и понимание вопроса могут проверяться с помощью дополнительных вопросов. Получив ответ, сформулированный респондентом, интервьюер просит его пояснить ответ, прокомментировать его, сообщить дополнительные сведения, которые помогают выяснить степень понимания вопроса респондентов, его искренность, информированность и др. Конечно, такие дополнительные вопросы разрабатываются заранее, в зависимости от тех методических замечаний, которые вызвал данный вопрос во время предварительного анализа. Например, если в формулировке вопроса имеются предположительно непонятные слова, то в пилотаже предлагаются дополнительные вопросы респонденту с просьбой объяснить значение этих слов. Или другой пример: если есть опасение, что респонденты могут по-разному понимать такой пункт, как «среднее специальное образование» в вопросе об уровне образования, то опрашиваемому предлагают вслед за вопросом об образовании назвать последовательно те учебные заведения, которые он окончил. Дополнительные вопросы в пилотажном варианте анкеты образуют своеобразное «интервью об интервью», которое помогает получить статистическую информацию о состоянии методических характеристик пилотируемых вопросов.

Соответствие формулировок закрытых вопросов структуре представлений и языку опрашиваемых проверяется с помощью следующей методической процедуры. Пробный опрос проводится методом интервью, в котором все закрытые вопросы задаются респонденту в открытой форме. Выслушав ответ респондента, интервьюер отмечает в анкете только те варианты ответов, которые текстуально совпадают с формулировками респондента. Если же полученный от респондента ответ не имеет аналога в формулировке, то такой ответ дословно записывается на полях анкеты. После проведения пилотажа эти записи позволяют адаптировать язык анкеты к словарному запасу и структуре представлений опрашиваемых.

Пилотаж проводится на микровыборке (до 100 человек) опытным социологом в форме интервью с фиксацией ответов респондента, его реакцией на содержание вопросов, их понимание и восприятие, а также с обязательной фиксацией време-

ни, затраченного на опрос. Все это позволяет выявить недостатки инструментария, откорректировать их и адаптировать анкету к массовой работе. Если в ходе пилотажного исследования устанавливается, что многие из опрашиваемых отвечают, что не знают или вообще оставляют вопрос без ответа, то это означает, что вопрос непонятен респонденту. Если же большинство опрашиваемых дают однотипный ответ, это означает, что вопрос имеет трафаретную форму, не нацеливает на выявление специфической информации. Когда вопрос вызывает у респондентов разнообразные комментарии и замечания, значит, он разработан недостаточно глубоко и ясно, упущены существенные моменты о спрашиваемом предмете. Отказ заполнять анкету свидетельствует о том, что она либо непонятна, либо поставлены слишком «лобовые» вопросы, либо респондент не получил соответствующей подготовки, и здесь необходимо что-то поменять.

Пилотажное исследование, таким образом, способствует обеспечению валидности анкеты (ее способности обеспечить получение необходимой информации), повышению ее надежности в качестве инструментария исследования.

Итак, мы назвали два метода получения данных о качестве вопросов анкеты: методический эксперимент и методический опрос (интервью об интервью и интервью с открытыми вопросами). Однако наиболее распространенным методом получения методической информации в пилотаже является метод наблюдения.

Самой простой организационной разновидностью пилотажа, основанного на наблюдении, является нестандартизованное наблюдение интервьюера за ситуацией опроса, за поведением респондента, за его реакцией на различные вопросы. В этом случае перед началом пробного исследования интервьюеры получают общий инструктаж, в котором даются основные направления для наблюдения. Обычно выделяются в качестве наблюдаемых переменных: а) ситуация опроса (присутствие третьих лиц, разговоры и консультации во время опроса, наличие мешающих факторов, например, шум, телефонные звонки, теле- или радиопередачи); б) психологическое состояние респондента во время опроса (отношение к опросу, к интервьюеру, внимание, утомляемость, настороженность, затруднения при ответе, дополнительные обращения за разъяснениями по отдельным вопросам и др.); в) психологическое состояние интервьюера (мнение о вопросах анкеты, установление контакта с респондентом, ощущение «остроты» отдельных вопросов, логика опроса и др.).

Формой регистрации получаемой методической информации в данном варианте пилотажа являются либо записи на полях анкеты, либо специальный документ «Дневник интервьюера». Организационная простота метода наблюдения обеспечивает его популярность в пробных исследованиях. Однако результаты будут более надежными, если наблюдение будет стандартизированным, то есть основанным на детально разработанной программе наблюдения. Это означает, что наблюдению должен предшествовать логический анализ вопросника и выделение конкретных методических характеристик, которые требуют особенно внимательного изучения, если же наблюдение ведется в нестандартизованном варианте, то оно позволяет фиксировать лишь наиболее грубые нарушения в конструкции анкеты, то есть такие методические просчеты, которые вызывают очевидные, ви-

зуально наблюдаемые смещения при формулировании ответов респондентов или при организации ситуации опроса.

Методы получения данных о качестве методики опроса применяются в различных сочетаниях в зависимости от конкретных условий, исследовательских задач и возможностей исследовательского коллектива.

Одна из наиболее эффективных разновидностей пилотажного опроса состоит в том, что для заполнения анкет приглашается группа из 3-4 респондентов и обсуждение анкеты начинается по мере ее заполнения. Задача интервьюера в этом случае - "спровоцировать" критическое обсуждение всех аспектов вопросника, выявить весь спектр возможных разногласий в интерпретации формулировок вопросов и отдельных терминов.

Пилотажные исследования – обязательный этап разработки методики опроса, так же как и любой другой методики сбора данных.

### ЛИТЕРАТУРА

- Андреева Г.М. Социальная психология. М.: МГУ, 1980. – 380 с.
- Бабосов Е.М. Прикладная социология: Учеб. пособие. – Мн.: ТетраСистемс, 2000. – С. 361-371.
- Бугенко И.А. Анкетный опрос как общение социолога с респондентом. М.: Высшая школа, 1987. – 176 с.
- Бугенко И.А. Использование новых технологий при опросах // Социологические исследования. – 2000. - № 10. – С.118-124.
- Гостковский З. О повышении достоверности опроса в социологических исследованиях // Социологические исследования. - 1976. - № 4. - С. 160-165.
- Как провести социологическое исследование. Под ред. М.К.Горшкова, Ф.Э.Шереги. - М.: Политиздат, 1990. – С. 73-88.
- Льтюньска К. Анализ адекватности ответов респондентов, полученных в углубленном пилотаже // Социологические исследования. - 1973. - № 4. - С. 152-159.
- Маркович Д. Общая социология: Учебник. 3-е изд. / Пер. с сербского. – М.: Гуманит. изд. центр ВЛАДОС, 1998. – С.90-93.
- Масленников Е.В. Что такое социологическое измерение? // Социологические исследования. – 1999. - №9. - С.143-146.
- Маслова О.М. К вопросу о проектировании социологических анкет // Социологические исследования. – 1981. - № 1. – С. 158-165.
- Методы сбора информации в социологических исследованиях. Кн. 1. – М.: Наука, 1990. – 231 с.
- Мягков А.Ю. Опросные методы сбора данных: предпочтения респондентов // Социологические исследования. – 2000. - №8. – С.98-109.
- Назарова И.Б. Качество опроса: Факторы неответов // Социологические исследования. – 1999. - №1. – С.108-114.
- Ноэль-Нойман Э. Массовые опросы. – М.: Прогресс, 1978. – 381 с.

- Основы прикладной социологии. Учебник для вузов. / Под ред. Шереги Ф.Э., Горшкова М.К. – М.: Ред.-изд.фирма “Academia”, 1995. – Т. 1. – С. 89-107.
- Рабочая книга социолога. – М.: Издательство “Наука”, 1977. – С.377-414.
- Романович Н.А. Ситуации опроса глазами респондента // Социологические исследования. – 1999. - №2. – С.123-126.
- Саганенко Г.И. Надежность результатов социологического исследования. – Л.: Наука, 1983. – 183 с.
- Социологический словарь. Сост. А.Н.Елсуков, К.В.Шульга. 2-е изд. – Мн.: Университетское, 1991. – С. 8-9, 21-23.
- Социология. Основы общей теории: Учеб. пособие / Под ред. Г.В.Осипова, Л.Н.Москвичева. – М.: Аспект Пресс, 1998. – С.395-402, 408-412.
- Социология: Учебник для вузов / Под ред. проф. В.Н.Лавриненко. – М.: Культура и спорт, ЮНИТИ. 1998. – С. 319-323.
- Социология. Учебное пособие / Под ред. А.Н.Елсукова. – Мн.: НТООО “ТетраСистемс”, 1998.- С. 477-494.
- Толстова Ю.Н. О системности социологических объектов (размышления над некоторыми публикациями) // Социологические исследования. – 2001. - №7. – С.119-131.
- Харчева В. Основы социологии. – М.: “Логос”, 1997. – С. 281-284.

## ПРИЛОЖЕНИЕ

Приведем пример анкеты на тему:

### ОТНОШЕНИЕ МОЛОДЕЖИ ВОРОНЕЖСКОЙ ОБЛАСТИ К НАРКОМАНИИ

Дорогой друг!

Просим Вас принять участие в социологическом исследовании, посвященном проблемам наркомании. Изучение характера использования наркотических веществ, отношение к этому явлению различных групп молодежи позволит оценить реальную ситуацию в нашей области.

Надеемся на Ваше понимание и заинтересованное участие в опросе. Заполнить анкету нетрудно. Отвечая на вопросы, обведите кружком номера тех ответов, которые соответствуют Вашему мнению или напишите ответ сами. Не пропускайте ни одного вопроса.

Свою фамилию указывать не надо. Результаты опроса будут использоваться в обобщенном виде.

Заранее благодарим Вас за участие в опросе!

1. СЕГОДНЯ МНОГО ГОВОРИТСЯ И ПИШЕТСЯ О ПРОБЛЕМЕ НАРКОМАНИИ В НАШЕЙ СТРАНЕ И ВО ВСЕМ МИРЕ. НАСКОЛЬКО ВАС ЛИЧНО ИНТЕРЕСУЮТ ВОПРОСЫ, СВЯЗАННЫЕ С НАРКОМАНИЕЙ?

- 1 – Очень интересуют
- 2 – Интересуют
- 3 – Мало интересуют
- 4 – Совсем не интересуют

2. КАК ВЫ СЧИТАЕТЕ, ВЫ ДОСТАТОЧНО ИНФОРМИРОВАНЫ О ПРОБЛЕМЕ НАРКОМАНИИ, ЧТОБЫ ИМЕТЬ СОБСТВЕННУЮ ТОЧКУ ЗРЕНИЯ НА ЭТУ ПРОБЛЕМУ?

- 1 – Достаточно информирован
- 2 – В основном, хотя и недостаточно информирован
- 3 – Затрудняюсь ответить
- 4 – В основном не информирован, хотя кое-что слышал
- 5 – Не информирован и не имею представления, что это такое

3. КОГО, ПО ВАШЕМУ МНЕНИЮ, НУЖНО ОТНЕСТИ К ЧИСЛУ НАРКОМАНОВ?

- 1 – Всех, кто хотя бы один раз принимал наркотики
  - 2 – Всех, кто систематически принимает наркотики
  - 3 – Только тех, кто болезненно пристрастился к наркотикам
  - 4 – Другое (укажите, что именно) -----
- 
- 5 – Затрудняюсь ответить

4. КАК ВЫ ОТНОСИТЕСЬ К ЛИЦАМ, УПОТРЕБЛЯЮЩИМ НАРКОТИЧЕСКИЕ, ТОКСИЧЕСКИЕ ВЕЩЕСТВА?

- 1 – Это больные люди и их нужно лечить
- 2 – Это люди, опасные для общества и их нужно изолировать
- 3 – Отношусь к этим людям безразлично
- 4 – Затрудняюсь ответить

5. ЕСТЬ ЛИ СРЕДИ ВАШИХ РОДСТВЕННИКОВ ЛЮДИ, УПОТРЕБЛЯЮЩИЕ НАРКОТИЧЕСКИЕ И ТОКСИЧЕСКИЕ СРЕДСТВА (КРОМЕ АЛКОГОЛЯ)?

- 1 – Есть
- 2 – Нет
- 3 – Не знаю

6. ЕСТЬ ЛИ СРЕДИ ВАШИХ ДРУЗЕЙ, ЗНАКОМЫХ ЛЮДИ, УПОТРЕБЛЯЮЩИЕ НАРКОТИЧЕСКИЕ И ТОКСИЧЕСКИЕ СРЕДСТВА (КРОМЕ АЛКОГОЛЯ)?

- 1 – Есть
- 2 – Нет
- 3 – Не знаю

ОСУЖДАЮТ ЛИ В ВАШЕМ БЛИЖАЙШЕМ ОКРУЖЕНИИ УПОТРЕБЛЕНИЕ НАРКОТИЧЕСКИХ И ТОКСИЧЕСКИХ СРЕДСТВ?

(Отметки сделайте в каждой колонке)

	7.	8.
	Родственники	Друзья, знакомые
Осуждают	1	1
Не осуждают, относятся терпимо	2	2
Одобрят, советуют	3	3
Относятся безразлично	4	4
Затрудняюсь ответить	5	5

9. ЧТО ПРЕДСТАВЛЯЕТ СОБОЙ, ПО ВАШЕМУ МНЕНИЮ, НЕМЕДИЦИНСКОЕ РАСПРОСТРАНЕНИЕ, ПРОДАЖА НАРКОТИКОВ С РУК?

- 1 – Одна из разновидностей бизнеса, не лучше и не хуже других
- 2 – Сознательно совершаемое преступление
- 3 – Помощь людям, которые не могут жить без наркотиков
- 4 – Другое (укажите, что именно)-----
- 
- 5 – Затрудняюсь ответить

10. В РАЗГОВОРАХ О НАРКОМАНИИ МОЖНО УСЛЫШАТЬ И ТАКУЮ МЫСЛЬ, ЧТО КАЖДОМУ СТОИТ ПОПРОБОВАТЬ НА СЕБЕ ДЕЙСТВИЕ НАРКОТИЧЕ-

СКИХ ИЛИ ТОКСИЧЕСКИХ  
ВЕЩЕСТВ. СОГЛАСНЫ ЛИ ВЫ С ЭТОЙ ТОЧКОЙ ЗРЕ-  
НИЯ?

- 1 – Да, согласен
- 2 – Нет, не согласен
- 3 – Затрудняюсь ответить

11. ПРОБОВАЛИ ЛИ ВЫ КАКИЕ-ЛИБО НАРКОТИЧЕСКИЕ  
ИЛИ ТОКСИЧЕСКИЕ ВЕЩЕСТВА?

- 1 – Да
- 2 – Нет
- 3 – Мне не хотелось бы отвечать на этот вопрос

12. КАКИЕ НАРКОТИЧЕСКИЕ ВЕЩЕСТВА ВЫ ЗНАЕТЕ  
ИЛИ ПРОБОВАЛИ? (напишите)

-----

13. ЕСЛИ ВЫ ПРОБОВАЛИ ИЛИ ХОТЕЛИ БЫ ПОПРОБО-  
ВАТЬ НАРКОТИЧЕСКИЕ, ТОКСИЧЕСКИЕ ВЕЩЕСТВА,  
ТО, ЧТО ПОБУДИЛО ИЛИ МОЖЕТ ПОБУДИТЬ ВАС К  
ЭТОМУ?

(Дайте, пожалуйста, только один вариант ответа)

- 1 – Желание испытать новое, необычное ощущение
- 2 – Неумение отказаться, когда настойчиво уговаривают
- 3 – Любопытство
- 4 – Стремление доказать, что я способен на поступок
- 5 – Потребность выйти из состояния подавленности,  
психологического стресса
- 6 – Отвращение к всевозможным запретам, запугиванию
- 7 – Другое (укажите, что именно)-----

---

8 – Затрудняюсь ответить

14. ЕСЛИ ВЫ НЕ ПРОБОВАЛИ И НЕ СОБИРАЕТЕСЬ ПО-  
ПРОБОВАТЬ НАРКОТИЧЕСКИЕ, ТОКСИЧЕСКИЕ ВЕ-  
ЩЕСТВА, ТО ПОЧЕМУ?

(Возможно несколько вариантов ответа)

- 1 – Нет желания

- 2 – Знаю, что это вредно для здоровья
- 3 – Думаю, что этого поступка не одобрят близкие мне люди
- 4 – Опасаюсь возможного наказания
- 5 – Боюсь втянуться и стать наркоманом
- 6 – Нет средств для приобретения наркотиков
- 7 – Другое (укажите, что именно)-----
- 8 – Затрудняюсь ответить

15. ЕСЛИ РЕЧЬ ЗАХОДИТ О НАРКОМАНИИ, ТО К ЧЬИМ СЛОВАМ, ПО ВАШЕМУ МНЕНИЮ, СТОИТ ПРИСЛУШАТЬСЯ, КОМУ ВЫ ДОВЕРЯЕТЕ В ЭТОМ ВОПРОСЕ?  
( Возможно несколько вариантов ответов)

- 1 – Другим, хорошим знакомым
- 2 – Врачам, наркологам
- 3 – Родителям, родственникам
- 4 – Учителям, непосредственным руководителям
- 5 – Работникам правоохранительных органов
- 6 – Коллегам по работе, учебе
- 7 – Людям, испытавшим на себе действие наркотиков
- 8 – Ученым, писателям, журналистам
- 9 – Никому нельзя доверять
- 10- Другое (укажите, кому именно)-----

16. ОТКУДА, КАКИМ СПОСОБОМ, ПО ВАШЕМУ МНЕНИЮ, НАБЛЮДЕНИЯМ, ПРИОБРЕТАЮТ НАРКОТИЧЕСКИЕ И ТОКСИЧЕСКИЕ ВЕЩЕСТВА?  
(Можно отметить несколько пунктов)

- 1 – В аптеках и других медицинских учреждениях
- 2 – На рынках
- 3 – На улице, в подворотнях
- 4 – Есть специальные организации, где можно это приобрести (кроме аптек)
- 5 – Не знаю

ПРИХОДИЛОСЬ ЛИ ВАМ НАБЛЮДАТЬ  
(Отметьте что-либо одно в каждой колонке)

	17	18
	Как приобретают наркотики	Как употребляют наркотики
Да, приходилось довольно часто	1	1

Изредка приходилось	2	2
Не приходилось	3	3
Мне не хотелось бы отвечать на этот вопрос	4	4

ВЫРАЗИТЕ, ПОЖАЛУЙСТА, СВОЕ ОТНОШЕНИЕ К КАЖДОМУ ИЗ ПРИВЕДЕННЫХ НИЖЕ СУЖДЕНИЙ, В НАИБОЛЬШЕЙ СТЕПЕНИ ОТРАЖАЮЩЕЕ ВАШУ ТОЧКУ ЗРЕНИЯ?

(Отметки сделайте в каждой строке)

Употребление наркотиков – это:	Полностью согласен	Скорее согласен, чем не согласен	Затрудняюсь ответить	Скорее не согласен, чем согласен	Совершенно не согласен
19. Лучший способ хоть на время забыть о мерзостях нашей жизни	1	2	3	4	5
20. Болезнь, вызывающая необратимые, пагубные последствия для здоровья человека	1	2	3	4	5
21. Отличная возможность испытать самые сильные и острые ощущения	1	2	3	4	5
22. Поведение, которое неизбежно ведет человека на путь преступлений	1	2	3	4	5
23. Личное дело каждого человека	1	2	3	4	5
24. Смертельно опасная привычка	1	2	3	4	5
25. Преступление, которое должно быть уголовно наказуемо	1	2	3	4	5
26. Опасность, угрожающая существованию самого человечества	1	2	3	4	5

## НЕСКОЛЬКО ВОПРОСОВ В ЗАКЛЮЧЕНИЕ

27. ВАШ ПОЛ:

- 1 – мужской
- 2 – женский

28. ВАШ ВОЗРАСТ:

- 1 – от 16 до 18
- 2 – от 18 до 22
- 3 – от 22 до 24

29. ЧЕМ ВЫ ЗАНИМАЕТЕСЬ В НАСТОЯЩЕЕ ВРЕМЯ?

- 1 – Учусь в школе, колледже
- 2 – Учусь в техникуме, вузе
- 3 – Работаю
- 4 – Работаю и учусь
- 5 – Ничем: не учусь и не работаю
- 6 - Другое (напишите, что) -----

СПАСИБО!

Составители - Калашникова Светлана Михайловна  
Стеценко Анатолий Иванович

Редактор - Бунина Т.Д.