**АНКЕТАТА КАКО МЕТОД ЗА НАУЧНО ИСТРАЖУВАЊЕ**

**м-р Марија Тодорова**

**м-р Весна Коцева**

*Филолошки факултет, Универзитет „Гоце Делчев“ – Штип*

 **Апстракт:** Во овој труд се презентира еден од најчесто употребуваните методи за научно истражување, *анкетата*. Подетално се разгледуваат како контекстот, содржината и формата на анкетата, така и предностите и недостатоците на овој истражувачки метод. Јасната слика за поимот „анкета“ ќе овозможи истражувачот да добие податоци кои се објективни, надежни и валидни а со тоа и самото истражување да обезбеди објективен и валиден резултат.

 **Клучни зборови:** *методологија, истражување, објективност, валидност.*

**SURVEY AS A SCIENTIFIC RESEARCH METHOD**

**Marija Todorova, M.A.**

**Vesna Koceva, M.A.**

 **Abstract:** This paper presents the survey as the most often used method for scientific research. It presents not only the context, the content and its form in details, but also discusses the advantages and disadvantages of using this research method. Having a clearly defined meaning of the term “survey” would help the researcher to obtain objective, reliable and valid data and therefore the research would provide objective and valid results.

 **Key words:** *methodology, research, objectivity, validity.*

 *Методологијата* е систем од методски постапки за изучување на објективната реалност. Таа го претставува истражувачкиот план односно методологијата на научното истражување и ги опфаќа компонентите како: објект, предмет, задачи и средства на истражување, но и конкретната дејност на истражувачот т.е. како да го планира, да го подготви, да го спроведе истражувањето и на крај како да анализира и да ги разработи резултатите од истражувањето, за да дојде до соодветни сознанија и заклучоци.

 За научното истражување најважни се податоците односно еден истражувачки метод ни го покажува начинот на собирање на податоци.

 Постојат различни видови на истражувачки методи:
- Набљудување како истражувачки метод
- Интервју
- Експеримент
- Истражување на случај
- Анкета како истражувачки метод
- Дидактички тестови
- Анализа на содржината и др.
      Овој труд се однесува на анкетата како истражувачки метод т.е. нејзината суштина, основните карактеристики и видовите анкети.

 ***Анкетата*** е систем од прашања и одговори на нив, кои се даваат на анкетираните лица за одговор, за изразување на мислење или став. Самиот процес на спроведување на анкетата по строго одредена методологија и со научна цел се вика *анкетирање*.
 Според В Фридрих, анкетирањето е процес на комуникација во кој учествуваат следните променливи:

 а) лицето кое ја спроведува анкетата - анкетар. Тој ја појаснува целта на анкетата, учествува во составувањето на анкетниот лист, сам ги поставува прашањата (при усна анкета) или анкетните листи (во писмена форма).

 б) лицата или групата, кои се анкетираат - одговараат писмено или усно на прашањата.

 в) информацијата, која се добива како резултат на одговорите на анкетираните лица. По обработка и анализа (квантитативна и квалитативна), истата служи како основа за сознанија и заклучоци, за донесување на соодветни одлуки и решенија.

 г) ситуацијата, во која се спроведува анкетата - освен инволвираните лица ги вклучува и условите под кои се спроведува.

Анкетата има неколку основни форми. Таа може да биде:

* **стандардизирана** анкета во која прашањата и одговорите се дадени однапред. Треба само да се потцрта или заокружи одговорот.
* **делумно стандардизирана** каде што прашањата и нивната последователност се дадени однапред, но испитаникот треба сам да ги конструира одговорите.
* **нестандардизирана**. Тука не се дадени ниту прашањата , ниту нивната последователност. Може да се нарече слободна анкета или интервју.
* Во однос на точноста на добиените податоци има два вида анкети и тоа: **усни анкети** (слободен разговор и интервју) и **писмени**.
*Усните* анкети се спроведуваат по претходно утврдена програма иако анкетарот има слобода да поставува и прашања кои не се однапред подготвени а се соодветни за конкретната ситуација. Но со употреба на слободен разговор се јавуваат потешкотии при обработката на резултатите при проверката на хипотезите. Ова претставува недостаток кај овој тип на анкета и затоа обично не се употребува самостојно туку се комбинира со други форми на истражување.

*Писмените* анкети најчесто се употребуваат за педагошки истражувања. Постојат два начини за спроведување на писмените анкети и тоа:

* Анкетирање по пошта т.е. прашалниците се испраќаат по пошта и после спроведената анкета, испитаниците ги враќаат прашалниците во центар за обработка и анализа. Недостаток кај овој тип на анкета кој треба да се земе во предвид е дека бројот на вратените прашалници во истражувачкиот центар е 5-20%, дека прашалниците ги враќаат само оние кои се заинтересирани за дадената тема и исто така дека постои можност за советување, дискусија со други лица и др.
* Анкетирање под надзор на анкетари овозможува поголема контрола врз анкетирањето (како врз пополнувањето на прашалникот така и врз условите за спроведување на анкетата), поголема објективност, помош од анкетарите за време на анкетирањето и др.
* Постојат и таканаречени специјални форми на анкетата: анкетирање по телефон, комбинација од усна и писмена анкета, панелна анкета (неколкукратно спроведување на анкета со истата група, во различно време, поради можни измени), групни анкети - дискусии.

 За да биде успешна една анкета како метод многу е важен процесот на планирање и подготовка на прашалникот кој претходи на процесот на неговата разработка. Уште од самиот почеток, на истражувачите треба да им е јасна целта на истражувањето.

 Можни се три случаи:

1. Истражување кога анкетата е основен метод на истражувањето а сите останати се споредни.
2. Кога анкетата е спореден метод во комбинација со друг, основен метод.
3. Кога истражувањето се реализира со повеќе методи т.е. систем од методи на истражување каде што анкетата претставува само еден од сите и во овој систем ниту еден од нив нема водечка позиција т.е. не е основен метод.

 По уточнувањето на случајот и целта на истражувањето се преминува кон формулирање на прашањата. Основни принципи при формулирање на прашањата се:

* *Да се претпочитаат јасни и разбрани формулации.* Тоа значи да се избегнуваат странски зборови, научни термини и сложени реченици бидејќи кога испитаниците се најдат во ситуација да не ги разбираат прашањата тие даваат неточни одговори, нивната мотивација за одговарање на следните прашања се намалува и последователно, растојанието меѓу испитаниците и анкетарите се зголемува. Сето тоа доведува до неуспешна анкета.
* *Да се ​​избегнуваат премногу долги прашања.* Ова се однесува и за усните и за писмените анкети. Предолгите прашања го отежнуваат разбирањето.
* *Да се употребуваат еднозначни прашања* т.е. да се избегнува двосмисленост на прашањата.
* *Да се ​​избегнуваат прашања кои ги надминуваат можностите на испитаниците.* Испитаниците треба да се претходно запознаени со проблематиката за која се врши анкетирањето.
* *Да се претпочитаат конкретни прашања и да се избегнуваат поопштите.* Подобри резултати се постигнуваат кога се прашува конкретно.
* *Да се ​​избегнуваат сугестивните прашања* од типот "Вие нели не мислите дека ... ". Во никаков случај и на каков и да е начин не треба да се сугерира на испитаниците. Тие посочуваат одговори кои го изразуваат нивното лично мислење.

 Без разлика каков тип анкета се употребува, видовите на прашања во анкетата се од суштинско значење. Тие се поделени на три групи а тие пак на неколку подгрупи:

1. По *содржина* прашањата се делат на:
* Прашања за знаење, факти, законитости, принципи и др.
* Прашања за мислења, врски, позиции и др.
* Прашања за оценка, која се прави од испитаниците.
1. По *форма* тие можат да бидат:

 **а)** *директни* кои се насочени кон добивање информации од испитаникот. Пр. "Знаете ли дека ...";

 - *индиректни* прашања се задават кога истражувачот не е уверен дека ќе ја добие потребната информација.

 **б)** *отворени* или *слободни* – на овие прашања се одговара во слободна форма што од една страна им овозможува на испитаниците да размислуваат на прашањата, да се интересираат за проблематиката, а не да се ограничени со претходно дефинирани прашања, но од друга страна пак ја отежнува квантитативната оценка.
 - *затворени* - кога веќе се наведени одговорите и на нив се одговара со потцртување или заокружување на одговорот. Тие можат да бидат: *алтернативни* - (Да/Не одговори) и *скалирани* одговори (кога се дадени повеќе категории по ранг - скала односно скала за оценување (на пр. скала 1-5).

 3. По своите *функции* прашањата се делат на:

* *Основни* - Преку нив се добива потребната информација за целите на истражувањето. Но ако има само такви прашања веродостојноста и објективноста на информацијата е на пониско ниво и затоа обично кон основните прашања се додаваат и контролни (функционални) прашања.
* *Функционалните* (контролни) прашања се делат на:

- воведни кои служат за "кршење на мразот" и го олеснуваат почетокот на анкетата,

- преодни кои помагаат при утврдување или промена на темата,
- збунувачки кои служат за спречување на несакан ефект од

преносот на веќе разгледани теми,

- филтрирачките прашања служат за поделба во подгрупи и исклучување на лицата на кои не им се даваат главните прашања,

- контролните служат за откривање на противречности и за проверка на точноста на одговорите,

- мотивирачки кои служат за мотивирање на испитаниците,
- прашања за концентрација и стимулирање посебно кај слободните одговори.

 Следниот важен чекор во процесот на планирање и подготовка на анкетниот лист е составувањето на истиот. Бидејќи анкетниот лист едноставно не е збир од одделни прашања, при неговото составување треба да се земат во предвид и да се почитуваат следниве основни правила:

* Да се вклучат само најважните прашања и одговори, неопходни за добивање на информација која на друг начин (преку друг метод) не може да биде добиена.
* Јасно формулирани прашања, разбирливи за испитаниците и да одговараат на нивниот степен на образование или на нивните познавања за дадена специјална област.
* Прашањата треба да се формулирани така што испитаниците да можат да одговорат на нив.
* Да нема прашања кои би предизвикале колебање т.е. прашања кои го ставаат испитаникот во ситуација да се чувствува дека не знае ништо, или дека не е доволно информиран за одредена тема или пак, дека неговото мислење е неприфатливо.
* Анкетниот лист треба да биде систем од прашања од различен карактер, вид и структура а не хаотичен збир од прашања и одговори кои ги збунуваат испитаниците, ја намалуваат објективноста на добиената информација и со тоа не се постигнува определената цел.

 При составувањето на анкетниот лист освен погоре наведените барања, треба да се обрне внимание и на *"ефектот на взаемно влијание"* што значи дека две или повеќе прашања се поставуваат во взаемна врска од страна на испитаникот дури и да не било предвидено тоа при составувањето на анкетниот лист. Исто така многу е важно анкетниот лист да разбуди интерес и подготвеност за одговарање на прашањата, а тоа се постигнува кога ќе се објасни целта на анкетата, кога ќе се посочи институцијата која ја врши анкетата и кога задолжително ќе се обезбеди анонимност на испитаниците. Од почетокот на анкетата треба да се поставени поопшти и полесни прашања, да се употребуваат преодни прашања, може да се вклучат и поемоционални прашања кои не се земат во предвид при анализата на податоците и на крајот треба да се вклучени прашања за податоците на испитаниците (пол, возраст...) Тоа нè доведува до конструкцијата на анкетниот лист. Таа се состои од три структурни делови:

1. *Воведен* дел е првата страна на анкетниот лист која го содржи името на институцијата што ја спроведува анкетата, обраќање кон испитаниците, кратко и јасно излагање на целта (обично е научна цел), гаранција за анонимност и најмногу служи за да ја освои довербата на испитаниците за соработка.
2. *Основен, содржински* дел е делот во кој се вклучуваат претходно

 подготвените прашања дадени во определена последователност.

1. Во *заклучниот* (демографски) дел се дадени прашања за пол, образование, семејство, професија и сл.

 По завршувањето на процесот на планирање и подготовка на анкетниот лист и откако претходно е испробан, се преминува кон спроведување на анкетирањето. При овој процес треба да се спазат следниве форми на однесување:

* Анкетарот треба да се претстави во име на институцијата,
* Треба да се обезбеди анонимност на учесниците,
* Да се воспостави контакт меѓу анкетарот и испитаникот.

 Многу често се поставува прашањето колку време трае процесот на анкетирање. Времетраењето на анкетата зависи од личното залагање и личниот однос на испитаникот кон проблематиката. Ако испитаникот е заинтересиран за проблематиката одговара побрзо. Според В. Фридрих, нормалното времетраење е 30 минути за неподготвени лица, но сепак може да се смета за нормално ако трае 1 час или час и половина.
      При процесот на спроведување на анкетата многу често настануваат грешки како резултат на однесувањето на анкетарите. На пр.

 - Поправки на записниците и прашалникот (свесно: внесување произволни податоци на оставените листи или несвесно: мешање на анкетните листи поради лошо планирана и неорганизирана работа),

 - Селективен избор на анкетираните лица,

 - Прашања и нивното формулирање (при усната анкета, кога анкетарот ги поставува прашањата во изменет вид и како последица на тоа се добива различен одговор),

 - Влијанието на досега добиениот ефект од анкетата (кај слободните прашања, начинот на нивно поставување, реакциите за дадените одговори итн.),

 - Ориентација, однос и претходно мислење (изразеното согласување или несогласување од страна на анкетарот во врска со одговорот даден од страна на испитаникот влијае врз следните прашања),
 - Лично и социјално однесување на анкетарот (надворешен изглед, однесување итн.).

 По спроведувањето на анкетата следува процесот на анализа на податоците. Постојат три вида на анализа а ние секогаш го употребуваме моделот кој ќе ни ги даде потребните податоците кои би ни помогнале да си ги провериме хипотезите и да ја постигнеме целта на нашето истражување:

* *Логична проверка* на анкетниот лист. Оваа проверка се спроведува уште пред да започне обработката на анкетниот лист. Целта е откривање и отстранување на анкетните листи кои не се пополнети правилно според барањата.
* *Квантитативна* анализа - Податоците може да се обработуваат на два начина т.е. по електронски пат, компјутерски или рачно. Резултатот од обработката на податоците може да биде даден апсолутно или релативно (%).
* При *содржинската* анализа на анкетните податоци истражувачот треба да си го постави прашањето дали добиените анкетни податоци се објективни, надежни и валидни.

***Валидност на мерењето, надежно мерење, објективност.***

* *Валидност* на мерењето - дали го проверуваме токму тоа што сакаме да го провериме, дали прашањата се поставени така што да го дознаеме точно тоа што го сакаме.
* *Надежно* мерење - кога може мерењето да се повтори и дали при повторно истражување се добива истиот резултат или пак, ако истражува некој друг дали ќе се добие истиот резултат. Но тука е многу важно да се спомне дека при повторување на анкетата особено при истражување на мислења, ставови и мотиви многу е тешко да се спазат сите и истите услови под кои била спроведена првата анкета. Тоа е така поради фактот дека психичките состојби, процесите или искуствата што се истражуваат многу често се менуваат со текот на времето. На прво место е времето помеѓу првата и втората анкета. Ако времето е подолго, постои помала веројатност за повторување на резултатите. Големо влијание има и моменталната состојба на испитаникот, настаните што се случиле во текот на времето, возраста, проблемот за кој се анкетира итн.
* *Објективност* се постигнува ако се исполнети основните барања и принципи при планирањето, подготовката и спроведувањето на анкетата.

 За крај, како заклучок важно е да се спомнат предностите и недостатоците на писмената анкета во споредба со усната.
    Меѓу предностите може да се спомне дека писмената анкета е поекономична бидејќи истовремено се анкетираат повеќе лица; при писмената анкета нема влијание врз резултатите за разлика од усната; таа е пообмислена, понасочена, подобро подготвена; обезбедува поголема анонимност на испитаниците и сето тоа ја зголемува објективноста и валидноста на резултатите.

      Сепак има и неколку недостатоци меѓу кои може да се спомнат следните: помал личен контакт меѓу анкетарите и испитаниците, не се добива претходна претстава за резултатот од анкетата: празни или не вратени прашалници итн., поголема веројатност за грешки: во анкетниот лист, селективен избор на испитаниците, лично и социјално однесување на анкетарите и др.

**Заклучок**

 Во современото општество во кое живееме и во свет во кој науката е главен приоритет, должност за секој, во нашиот случај наставник, е не само да одговори на предизвиците во наставата што ги нуди 21-от век туку треба да се стреми и кон свој придонес за општеството реализирајќи успешна научноистражувачка дејност. Успешно истражување е она кое довело до остварување на нашата научна цел преку спроведување на соодветен истражувачки метод. Тоа се постигнува само ако добро сме запознаени со суштината, карактеристиките, целите и принципите на секој истражувачки метод. Анкетата е еден од најчесто употребуваните методи во многу области, и правилно составување и спроведување на истата обезбедува објективен и валиден резултат кој овозможува постигнување на научната цел.

**Библиографија:**

Dowdy, S. Wearden, S. Chilko, D. *Statistics for Research*. 3th ed., John Wiley & Sons, Inc., Hoboken, New Jersey, 2004.

Jackson, S.L. Research Methods and Statistics:  A Critical Thinking Approach. 3rd ed., Wadsworth, Belmont, California, 2009.

Floyd J. Fowler, Jr. *Survey research methods.* 3th ed., Sage Publications, Inc., Thousand Oaks, California, 2002.

Бижков, Г., В. Краевски.*Методология и методи на педагогическите изследвания.* Университетско издателство „Св. Климент Охридски“, София, 2007.