

**ПОЛУЧЕНИЕ ОБРАТНОЙ СВЯЗИ  
ОТ УЧАСТНИКОВ  
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА**

**к.пс.н., Белинская Т.В.,  
к.фил.н., Подольская И.А.**

# Обратная связь

Обратная  
связь -  
в широком  
смысле  
означает отзыв,  
отклик,  
ответную  
реакцию на  
какое-либо  
действие или  
событие



# Для чего нужна обратная связь в профессиональной деятельности педагогов и администраторов школ?

- Осведомленность о процессе
- Способность управлять им

Отсутствие обратной связи может привести к проблемам в управлении



# *Опрос как инструмент для получения обратной связи*

- Опрос как инструмент выявления общественного мнения, получения обратной связи от участников образовательного процесса.
- Технология опроса, возможности гугл-формы.
- Как обработать результаты опроса и сделать выводы.
- Как использовать результаты опроса для улучшения деятельности образовательной организации.

# Что изучают с помощью анкетного опроса?

## 1. Удовлетворенность:

- услугами (например, **уборка территории** и т.д.),
- деятельностью: педагогов, органов власти, самоуправления, руководства в организации,
- взаимодействием,
- мероприятиями.

## 2. Отношение к:

- нововведениями (первичные опросы и мониторинг изменений).
- организациями,
- представителям других национальностей, мигрантам,
- к труду,
- к сферам жизнедеятельности и явлениям общественной жизни,
- современным ценностям, идеологии и т.д.

## 3. Осведомленность населения о разных явлениях общественной жизни.



# Достоинства метода

1. Контакт анкетёра с респондентом сведён здесь к минимуму.
2. Особенностью этого метода является анонимность.
3. Анкетирование позволяет жёстко следовать намеченному плану, процедура «вопрос-ответ» регламентирована.
4. При помощи метода анкетирования можно с наименьшими затратами получить высокий уровень массовости исследования.



# Виды анкетирования

## По числу респондентов

- Индивидуальное анкетирование (один респондент)
- Групповое анкетирование (несколько респондентов)
- Массовое анкетирование (от сотни до тысяч респондентов)

## По полноте охвата

- Сплошное (опрос всех представителей выборки)
- Выборочное (опрос части выборки)

## По типу контактов с респондентом

- Очное (в присутствии исследователя-анкетёра)
- Заочное (анкетёр отсутствует)
- Публикация анкет в прессе, в интернете
- Онлайн анкетирование (*на платформе программ, например google-forms*)

# Концепция анкеты

- Цель анкеты как результат
- Смысловые блоки
- Цель каждого вопроса, предвосхищение его роли в анализе (что получим? что хотим получить?)
- Как обрабатывать и интерпретировать результаты?



# Структура анкеты

## 1. Водная часть

Здесь обычно кратко поясняют цели и задачи опроса, его значение и перспективы использования результатов.

Здесь же разъясняются правила заполнения анкеты, обязательно указывается, что опрос анонимен.

## Пример вводной части:

*Здравствуйте!*

*Приглашаем Вас принять участие в обсуждении проблем интеграции вынужденных переселенцев в местное сообщество на территории края. Мы обращаемся к Вам, потому что никто глубже и точнее не сможет передать того, как это происходит. Ваши искренние ответы будут способствовать открытости во взаимодействии с местным населением.*

# Структура анкеты

- **«Паспортичка»** состоит из вопросов, касающихся социально-демографических и других характеристик самого респондента. Она помещается либо в начале анкеты, либо в ее конце и в последнем случае заканчивается выражением благодарности респонденту за участие в опросе.
- **Основная часть** анкеты состоит из вопросов, связанных с целями и задачами исследования, а также самой процедурой заполнения анкеты.

Большое значение имеют очередность вопросов, их формулировка, графическое оформление. Вопросы и варианты ответов, как правило, предлагается выделять шрифтом, номером, рамками. Текст анкеты обычно адаптируется с учетом уровня культуры и образования респондентов. Возможно использование схем, графиков, которые могут активизировать внимание участников опроса.

# Классификация вопросов

## По форме ответа

**1.Закрытые:** по типу «да»- «нет», вопросы – «меню».

**2.Полузакрытые:** наряду с предложенными альтернативами содержат свой вариант ответа.

### Из чего складывается Ваш доход?

- Заработная плата (оклад).
- Премии.
- Оплата дополнительных услуг в профессиональной сфере (репетиторство и др.)
- Другое (запишите)

**3.Открытые:** не содержат вариантов ответов

Назовите три плюса и три минуса взаимодействия с родителями в Вашей образовательной организации? \_\_\_\_\_

Трудоемки в обработке, дают богатый материал.

**В КАКИХ СЛУЧАЯХ СЛЕДУЕТ ИСПОЛЬЗОВАТЬ ОТКРЫТЫЕ, ЗАКРЫТЫЕ И ПОЛУЗАКРЫТЫЕ ВОПРОСЫ?++**

## Выбирая форму вопроса, целесообразно учитывать:

- *специфику исследования:*

закрытые вопросы предпочтительны для выявления фактов и мнений, предполагающих определенный перечень возможных вариантов ответов, а открытые — при сборе более богатой и индивидуализированной информации;

- *особенности последующей обработки ответов:*

при закрытой форме вопроса респондент, отмечая одну из альтернатив, одновременно кодирует ее, что упрощает дальнейшую обработку, а при открытой форме кодировать все разнообразие ответов приходится самому исследователю, сводя их в конечном счете к некоторому ограниченному числу наиболее часто повторяющихся ответов.

# Другие виды вопросов

## По значимости

- **Основные** направлены на сбор материалов в соответствии с основной задачей исследователя.
- **Второстепенные:**
  - 1. Контрольные вопросы** располагаются или сразу после основных, или несколько позже. Проверяют достоверность информации, искренность ответа.  
**Например, основной вопрос** : «Знаете ли вы о причинах конфликта в классе?»  
**контрольный вопрос**: «Какие из причин конфликта в классе Вы считаете главными?»
  - 2. Вопросы-фильтры** задают с целью отделить интересующую часть опрашиваемых от других респондентов.

# Другие виды вопросов

- **Вопросы о фактах:**

**1. Вопросы о фактах прошлого.**

**2. Вопросы о фактах поведения.** Практически любой вопрос относительно поведения касается его общественной оценки. Особенно сильно подвержены искажениям ответы на вопросы о социально нежелательном поведении.

**3. Вопросы о фактах сознания.** Любое мнение, высказанное респондентом, представляет собой оценочное суждение, основанное на индивидуальных представлениях, и поэтому носит субъективный характер.

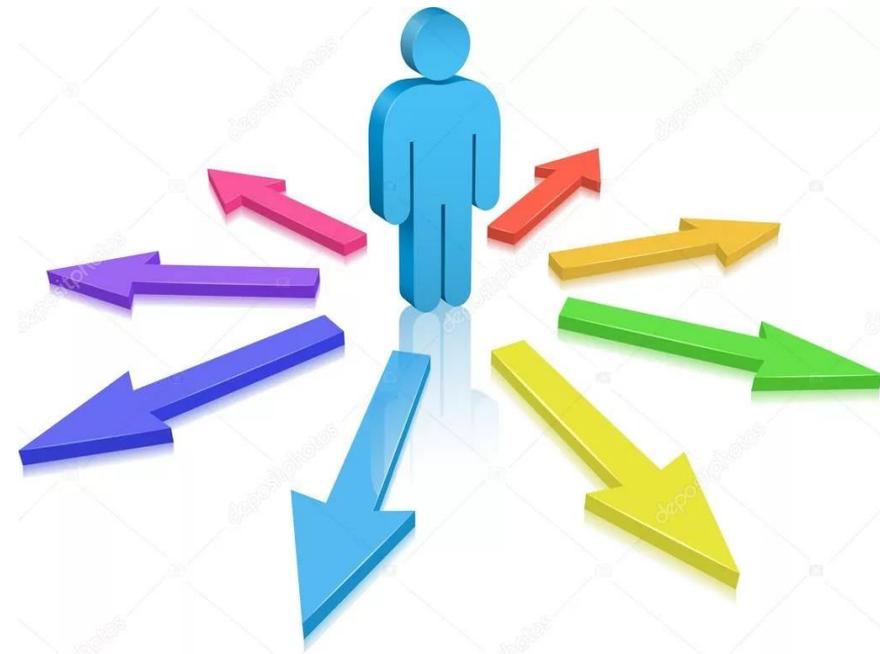
- **Вопросы о личности** респондента входят во все анкеты, образуя социально-демографический блок вопросов (выявляют пол, возраст, национальность, образование, профессию, семейное положение и др.). Широко распространены вопросы об уровне информированности и знаний.

# Другие виды вопросов

## **Альтернативные** вопросы

предполагают возможность выбора респондентом всего одного варианта ответа, сумма ответов на все варианты, представленные в таком вопросе, всегда составляет 100 %.

**Неальтернативные** вопросы допускают выбор нескольких вариантов ответов, поэтому их сумма может превышать 100 %.



# Другие виды вопросов

- **Прямой** называется такой вопрос, формулировка которого предполагает ответ, одинаково понимаемый и исследователем, и респондентом.
- Если же расшифровка ответа предусмотрена в ином, скрытом от опрашиваемого смысле, то это **косвенный вопрос**.
- **Проективные вопросы:** респонденту предлагается воображаемая ситуация, не требующая оценки его личных качеств или обстоятельств его деятельности. При конструировании таких вопросов исходят из предположения о том, что, отвечая на них, респонденты опираются на собственный опыт, однако сообщают о нем в безличной форме, что снимает остроту критических оценок, характерную для высказываний от первого лица.



# Формулировка вопросов анкеты по Е.С. Кузьмину и В.Е. Семенову

1. Каждый вопрос должен быть логически отдельным. Он не должен совмещать несколько подвопросов.
2. *Нежелательно применение малораспространенных слов (особенно иностранных), узкоспециализированных терминов, многозначных слов.*
3. Следует стремиться к краткости, лаконичности. Длинные вопросы затрудняют их понимание и запоминание.
4. *К вопросам, касающимся малознакомых опрашиваемому тем, допустимо сделать небольшую преамбулу в виде пояснения или примера. Вопрос должен оставаться кратким.*
5. Вопрос должен быть, насколько это возможно, конкретным. Лучше касаться отдельных случаев, конкретных предметов и ситуаций, чем абстрактных тем и каких-либо обобщений.

## Формулировка вопросов анкеты по Е.С. Кузьмину и В.Е. Семенову

- 6. Если в вопросе содержатся указания или намеки на возможные ответы, то спектр вариантов этих ответов должен быть исчерпывающим. Если добиться этого невозможно, то вопрос следует переформулировать так, чтобы в нем не было никаких подсказок.*
- 7. Вопросы не должны понуждать респондентов к неприемлемым для них ответам. Если с содержательной точки зрения этого избежать трудно, то необходимо сформулировать вопрос так, чтобы у опрашиваемого была возможность ответить «без потери лица»**
- 8. Формулировка вопроса должна предотвращать получение стереотипных ответов. Такие шаблонные ответы слабо насыщены полезной для исследователя информацией.*
- 9. Следует избегать употребления в вопросах неприятных для респондента слов и выражений, способных вызвать его негативное отношение к вопросу.**
- 10. Недопустимы вопросы внушающего характера.*

# Формулировка вопросов

«Оптимальным» считается вопрос, формулировка которого не влияет на распределение ответов при сохранении заранее заготовленного списка их возможных вариантов.

**Исследователь Э. Нойман :**

**1-я формулировка вопроса:** *«Считаете ли вы, что на предприятии все рабочие должны быть членами профсоюза?»*

**2-я формулировка вопроса:** *«Считаете ли вы, что на предприятии все рабочие должны быть членами профсоюза или каждый сам должен решить, быть ему членом профсоюза или нет?»*

**Таблица «Значимость формулировок вопроса в определении характера ответа, %»**

	Все должны быть	Я против / это личное дело	Трудно сказать
<b>1-я</b>	44	20	36
<b>2-я</b>	24	<b>70</b>	6

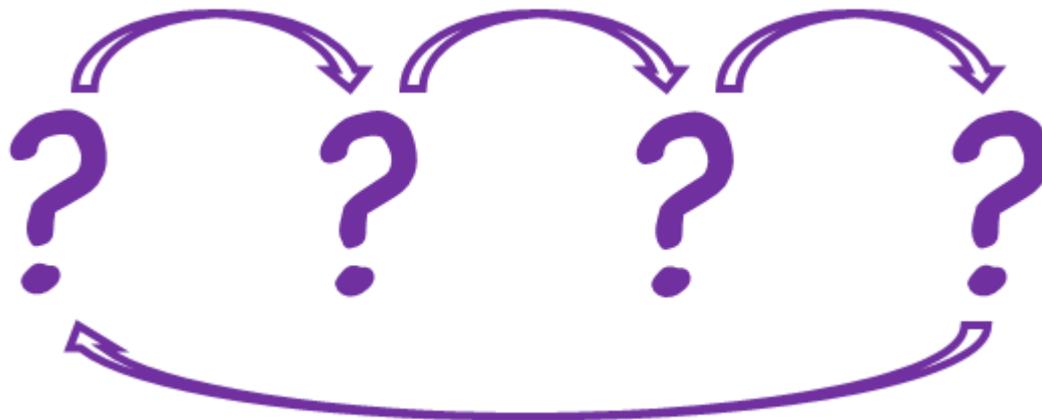
# Ошибки при формулировании вопросов

1. *Незаконность*
2. *Инверсия*
3. *Расщепление шкалы*
4. *Неисчерпывающий перечень альтернатив*
5. *Нарушения стиля*



## Последовательное расположение вопросов

- Порядок, в котором устанавливаются анкетные вопросы, тоже может стать источником искажений. Так, на вопрос: «Одобряете ли вы возрастание государственных затрат на высшее образование?» большинство россиян отвечает, как правило, положительно.
- Но скорее всего распределение ответов будет иным, если этому вопросу будет предшествовать другой, например «Каждому ли человеку нужно высшее образование?».



## Композиция и оформление анкеты

- Анкета – это своего рода сценарий беседы с респондентом. Началу беседы предшествует краткое вступление (обращение к респонденту), где излагаются тема, цели и задачи анкетирования, называется организация, которая его проводит, объясняется техника заполнения анкеты.
- В начале анкеты располагаются наиболее простые и нейтральные по смыслу вопросы. Их цель – формирование установки на сотрудничество, задача – заинтересовать собеседника.
- Более сложные вопросы, требующие анализа, размышлений, размещаются в середине анкеты. К концу анкеты трудность вопросов должна снижаться.
- Вопросы могут объединяться в блоки по тематическому принципу. Переход к новому блоку должен сопровождаться пояснениями, активизирующими внимание респондента.

## Композиция анкеты проверяется на соответствие следующим критериям:

- 1) соблюдается ли принцип расположения вопросов от наиболее простых (контактных) в начале анкеты к наиболее сложным в середине и простым (разгрузочным) в конце;
- 2) *не влияют ли предшествующие вопросы на последующие;*
- 3) разделены ли смысловые блоки «переключателями внимания», обращениями к респонденту, информирующими о начале следующего блока;
- 4) *снабжены ли вопросы-фильтры указателями перехода для разных групп респондентов;*
- 5) нет ли скоплений однотипных вопросов, вызывающих у респондента ощущение монотонности и утомление;
- 6) *нет ли нарушений в верстке (опечаток) и графическом оформлении анкеты*

### **недопустимы:**

- перенос части вопроса на другую страницу,
- однообразный шрифт в тексте анкеты, не позволяющий отделить вопросы от вариантов ответов и друг от друга,
- недостаточность места для свободных ответов и т. п.).



# *Что делать после того, как провел опрос? Этапы обработки и анализа информации:*

- Провести обработку первичной информации;
- Обобщить и интерпретировать данные;
- Сделать обоснованные выводы и рекомендации



# Обработка первичной информации

*Примеры анкетных вопросов:*

- Укажите ваш пол Ж М
- Как Вы относитесь к платным образовательным услугам? (*в чем здесь некорректность?*)

На Ваш взгляд, целесообразно ли введение инклюзии в университете?

а) ДА (аргументируйте свой ответ \_\_\_\_\_)

б) НЕТ (аргументируйте свой ответ) \_\_\_\_\_

*В чем проблема постановки вопроса?*

*Что получим в результате?*

## Пример открытого вопроса

- Ваши пожелания по организации инклюзии:  
- администрации университета
- 

- преподавателям

---

- студентам

---

- *В чем возможные трудности обработки этого вопроса?*

# Google Forms -бесплатный сервис для создания и публикации опросов

Перейдя по [ссылке](#) вы попадете на главную страницу сервиса, где хранятся ваши анкеты. Для создания формы выберите один из готовых шаблонов или создайте новый файл с помощью кнопки «+».

# Контент-анализ

— количественный анализ текстов и текстовых массивов с целью последующей содержательной интерпретации выявленных числовых закономерностей.

! в истории контент-анализа имеются такие проекты, как анализ **427 школьных учебников**, **481 частной беседы**, **4022 рекламных слоганов**, **8039 (в 1938) и 19 533 (в 1952) редакционных статей** или **15 000 персонажей** в **1000 часов телевизионного эфирного времени**.



# Обобщение и интерпретация

## Обобщение -

Опасность №1:

Котлеты + капуста  $\neq$  голубцы!

Средняя температура по  
больнице

## Интерпретация данных -

- истолкование, объяснение, перевод на более понятную форму выражения.

*Пример:* 85% опрошенных педагогов сообщает о том, что работа, в общем, их удовлетворяет.

– Как интерпретировать данные?

Это много или мало?

Что есть норма? 100%?

Должно ли удовлетворять всех?

Что это означает?

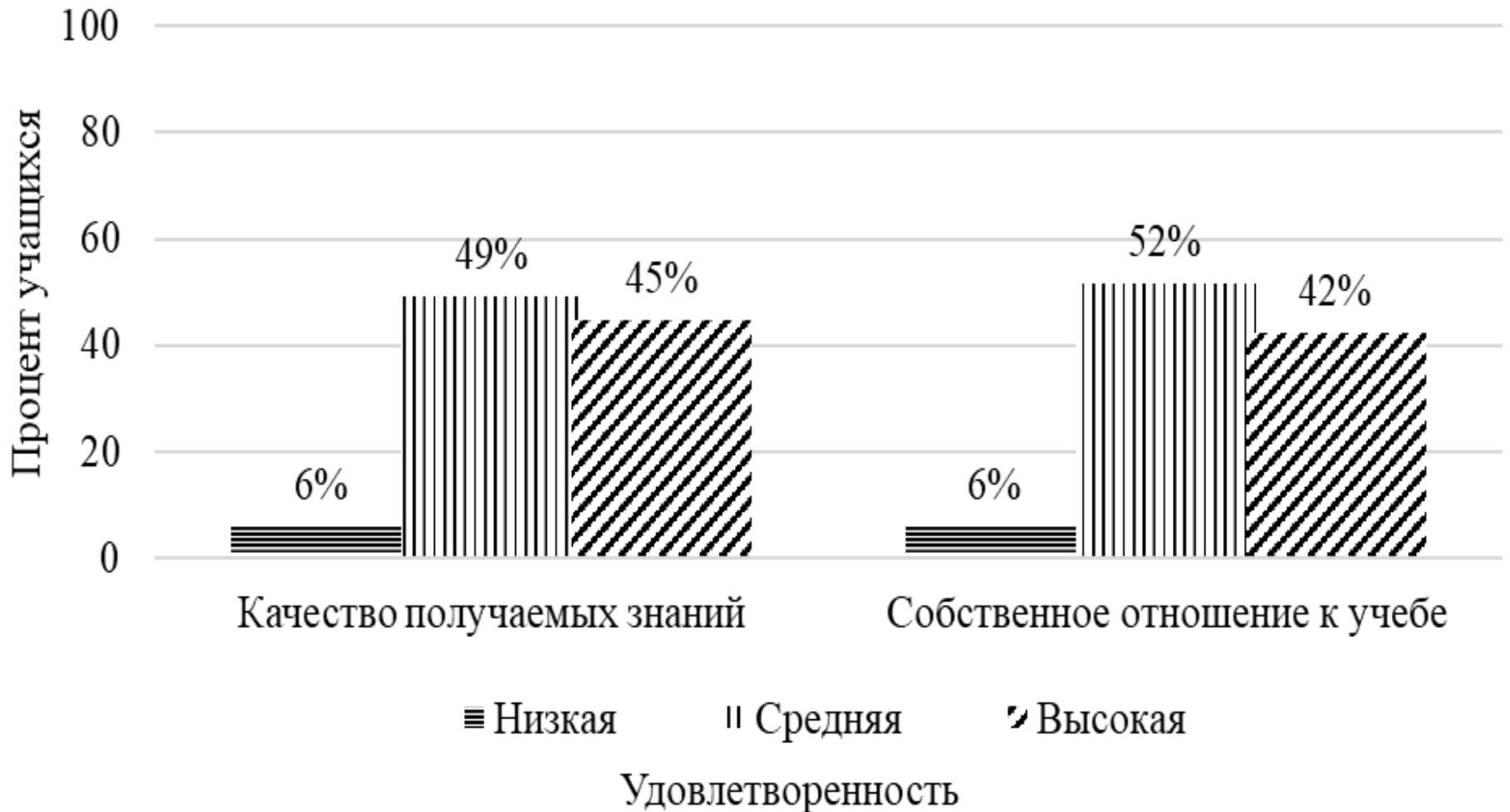
Связано ли это с

производительностью труда?

## Пример оформления результатов

«Шкала удовлетворенности школьной жизнью», Подольской И.А.,  
Петровой К.П.

*Шкала удовлетворенности качеством знаний и отношением к  
учебе*



Как использовать результаты опроса  
для улучшения деятельности  
образовательной организации?

**РЕЗУЛЬТАТЫ ОПРОСА ДОЛЖНЫ РАБОТАТЬ!**

## *Рекомендуемая литература*

1. Семенов, В. Е. Анализ и интерпретация данных в социологии : учеб. пособие / В. Е. Семенов ; Владим. гос. ун-т. – Владимир : Изд-во Владим. гос. ун-та, 2009. – 132 с. <http://www.sociologos.ru/upload/File/1160.pdf>
2. Рабочая книга социолога. М.: Едиториал, 2003
3. Григорьев С.И., Растов Ю.Е. Основы современной социологии. М.: Педагогическое общество России, 2002.

# Благодарим за внимание!

Ваши вопросы, рекомендации и заявки на дальнейшее обучение можно отправлять по следующим адресам:

- Институт психологии [fp@tksu.ru](mailto:fp@tksu.ru)
- Белинская Т. В. [BelinskayaTV@tksu.ru](mailto:BelinskayaTV@tksu.ru)
- Подольская И. А. [PodolskajaIA@tksu.ru](mailto:PodolskajaIA@tksu.ru)