

PEDAGOGIK ILMIY TADQIQOTNING SO‘ROV-ANKETA METODINING
AMALIY AHAMIYATI

Saffarova Mohidil Axmadovna

Turon universiteti Pedagogika va psixologiya kafedrasida katta o‘qituvchisi.

Annotatsiya. Ushbu maqolada sotsiologik tadqiqotlar olib borishning usullaridan biri bo‘lgan anketa usulining ta‘rifi, anketa savollarining tuzilishi, javoblarning joylashtirish tartibi, anketa usulining afzalligi va kamchiliklari, o‘tkazish tartiblari haqida batafsil ma‘lumot keltiriladi.

Kalit so‘zlar: so‘rov, metod, usul, baholash, savol, javob, respondent, anketa tuzish. anketa bo‘limlari, kirish qismi, asosiy

So‘rovnoma(anketa) — bu so‘rov yoki statistik o‘rganish orqali respondentlardan ma‘lumot to‘plash uchun savollar to‘plamidan (yoki boshqa turdagi maslahatlardan) iborat tadqiqot vositasi. Tadqiqot so‘rovi odatda yopiq savollar va ochiq savollardan iborat bo‘ladi. Ochiq va uzun savollar respondentga o‘z fikrlarini batafsil bayon qilish imkoniyatini beradi. Tadqiqot so‘rovnomasi 1838-yilda London Statistika Jamiyati tomonidan ishlab chiqilgan

Anketalar ko‘pincha javoblarni statistik tahlil qilish uchun mo‘ljallangan bo‘lsa-da, bu har doim ham bu maqsadda ishlatilmaydi.

Anketalar so‘rovnomalarning ba‘zi boshqa turlariga nisbatan afzalliklarga ega, chunki ular arzon, so‘rovchidan og‘zaki yoki telefon so‘rovlari kabi ko‘p kuch talab etmaydi va ko‘pincha ma‘lumotlarni yig‘ishni osonlashtiradigan standartlashtirilgan javoblarga ega. Biroq, bunday standartlashtirilgan javoblar foydalanuvchilarni xafa qilishi mumkin, chunki mumkin bo‘lgan javoblar ularning kerakli javoblarini to‘g‘ri ko‘rsatmasligi mumkin. Anketalar, shuningdek, respondentlar savollarni o‘qish va ularga javob berish imkoniyatiga ega bo‘lishi kerakligi bilan keskin cheklangan. Shunday qilib, ba‘zi demografik guruhlar uchun anketa orqali so‘rov o‘tkazish aniq amalga oshirilmasligi mumkin.

Odatda, so‘rovnoma respondent belgilangan formatda javob berishi kerak bo‘lgan bir qancha savollardan iborat bo‘ladi. Ochiq va yopiq savollar farqlanadi. Ochiq savol respondentdan o‘z javobini shakllantirishni so‘raydi, yopiq savol esa respondentdan berilgan javoblar sonidan maqbul bo‘lgan javob tanlashni so‘raydi. Yopiq savol uchun javob variantlari to‘liq va bir-birini istisno qilishi kerak. Yopiq savollarga javoblar shkalasining to‘rt turi ajratiladi:

Dichotomous, bu yerda respondent ikkita variantga ega. Dichotomous savol odatda „ha/yo‘q“ yopiq savol bilan beriladi. Bu savol odatda zaruriy tekshiruv bo‘lgan taqdirda qo‘llaniladi. Bu anketaning eng tabiiy shakli.

Nominal-bunda respondentda ikkitadan ortiq tartibsiz variantlar mavjud bo‘ladi. Nominal shkala, shuningdek, kategoriyali o‘zgaruvchilar shkalasi deb ataladi, o‘zgaruvchilarni turli tasniflarga ajratish uchun ishlatiladigan shkala sifatida aniqlanadi va miqdoriy qiymat yoki tartibni o‘z ichiga olmaydi.

Tartibli- respondentda ikkitadan ortiq tartiblangan variantlar mavjud bo‘ladi.

(Cheklangan) Uzluksiz, bu yerda respondentga uzluksiz shkala taqdim etiladi

Respondentning ochiq savolga javobi keyin javoblar shkalasiga kodlanadi. Ochiq savolga misol qilib testlanuvchi gapni (gapni tugatish bandi) yakunlashi kerak bo'lgan savolni keltirish mumkin.

Umuman olganda, savollar mantiqiy ravishda biridan ikkinchisiga o'tishi kerak. Eng yaxshi javob stavkalariga erishish uchun savollar eng kam sezgirdan eng sezgirga, faktik va xulq-atvordan munosabatga va umumiyoqdan aniqroqqa o'tishi kerak.

Odatda savollarni berish tartibi bo'yicha so'rovnomani tuzishda kuzatilishi kerak bo'lgan bandlar mavjud. Ular quyidagicha:

Qiziqarli aholining turli subpopulyatsiyalari vakillari tomonidan bir xil talqin qilinadigan bayonotlardan foydalanish.

Turli fikrlar yoki xususiyatlarga ega bo'lgan odamlar turli xil javoblar beradigan bayonotlardan foydalanish.

Mumkin bo'lgan javoblar ro'yxatidan keyin „ochiq“ javoblar toifasini qo'shish.

Har bir element uchun sizni qiziqtirgan konstruksiyaning faqat bitta jihatidan foydalanish.

Ijobiy bayonotlardan foydalanish va salbiy yoki ikkilamchi salbiylardan qochish.

Respondent haqida taxminlar qilmaslik.

Barcha ta'lim darajalari uchun tushunarli bo'lgan aniq va tushunarli so'zlardan foydalanish.

To'g'ri imlo, grammatika va tinish belgilaridan foydalanish.

Har bir elementda bittadan ortiq savol bo'lgan elementlardan saqlanish (masalan sizga qulupnay va kartoshka yoqadimi?).

Amalga oshirish mumkin bo'lgan ma'lumotlarni to'plash uchun MaxDiff va Conjoint kabi tadqiqot savollarini qo'shish.

Ijtimoiy fanlar bo'yicha tadqiqot va amaliyotda so'rovnomalar quyidagi xususiyatlarga ega bo'lgan ko'p elementli shkalalar yordamida miqdoriy ma'lumotlarni to'plash uchun eng ko'p qo'llaniladi:

Ko'rib chiqilayotgan har bir o'zgaruvchi uchun bir nechta bayonot yoki savollar (minimal ≥ 3 ; odatda ≥ 5) taqdim etiladi.

Har bir bayonot yoki savolda bir xil masofadagi javob nuqtalari (odatda 5-7) mavjud.

Har bir javob nuqtasida chapdan o'ngga ko'tariladigan og'zaki langar (masalan, „qat'iy rozilik“) mavjud.

Og'zaki langarlar javob nuqtalari orasidagi teng intervallarni aks ettirish uchun muvozanatli bo'lishi kerak.

Birgalikda, javob nuqtalari va ularga hamroh bo'lgan og'zaki langarlar to'plami reyting shkalasi deb ataladi. Tez-tez ishlatiladigan reyting shkalasi Likert shkalasidir .

Odatda, ravshanlik va samaradorlik uchun so'rovnomada bir nechta reyting shkalalari uchun bitta langar to'plami taqdim etiladi.

Birgalikda, baho shkalasi qo'shilgan bayonot yoki savol element deb ataladi.

Agar bir nechta ob'ektlar bir xil o'zgaruvchini ishonchli va haqiqiy tarzda o'lchasa, ular birgalikda ko'p elementli shkala yoki psixometrik shkala deb ataladi.

Ko'p elementli shkala uchun quyidagi ishonchlilik va haqiqiylik turlari belgilanishi kerak: ichki ishonchlilik, test-qayta sinov ishonchliligi (agar o'zgaruvchi vaqt o'tishi bilan barqaror bo'lishi kutilsa), tarkibning haqiqiyliigi, konstruksiyaning haqiqiyliigi va mezonning haqiqiyliigi .

Faktor tahlili masshtabni ishlab chiqish jarayonida qo'llaniladi.

Miqdoriy ma'lumotlarni to'plash uchun ishlatiladigan so'rovnomalar odatda kirish va yakuniy bo'lim bilan birga bir nechta ko'p elementli shkalalarni o'z ichiga oladi.

Anketalar arzon, tez va tahlil qilish oson bo'lsa-da, ko'pincha anketa foydadan ko'ra ko'proq muammolarga olib kelishi mumkin. Misol uchun, intervyulardan farqli o'laroq, tadqiqot o'tkazayotgan odamlar respondent so'ralgan savolni tushungan yoki tushunmaganligini hech qachon bilmasligi mumkin. Bundan tashqari, savollar tadqiqotchilar so'ragan narsaga juda xos bo'lganligi sababli, olingan ma'lumotlar minimal bo'lishi mumkin.[9] Ko'pincha, Myers-Briggs turi ko'rsatkichi kabi so'rovnomalar javob berish uchun juda kam variantni beradi; respondentlar ikkala variantga ham javob berishi mumkin, lekin faqat bitta javobni tanlashi kerak.

So'rovnomalar bilan bog'liq asosiy tashvishlardan biri shundaki, ular juda katta o'lchov xatolarini o'z ichiga olishi mumkin. Ushbu xatolar tasodifiy yoki tizimli bo'lishi mumkin. Tasodifiy xatolar respondentlar, intervyu oluvchilar yoki koderlar tomonidan kutilmagan xatolar tufayli yuzaga keladi. Agar respondentlarning so'rov savolini shakllantirish uchun foydalanilgan shkalaga tizimli munosabati bo'lsa, tizimli xatolik yuzaga kelishi mumkin. Shunday qilib, so'rov savolining aniq shakllantirilishi va uning miqyosi juda muhim, chunki ular o'lchov xatosi darajasiga ta'sir qiladi.

Bundan tashqari, agar anketalar to'g'ridan-to'g'ri tanlab olish usullaridan foydalangan holda yig'ilmasa, natijalar ko'pincha aholi vakillari bo'lmasligi mumkin, chunki bunday yaxshi namuna so'rovnomalar asosida vakillik natijalarini olish uchun juda muhimdir.

Yuzma-yuz so'rovnoma ma'muriyati, bu yerda suhbatdosh narsalarni og'zaki ravishda taqdim etadi.

Qog'oz va qalam so'rovnomasi, bu yerda obyektlar qog'ozda taqdim etiladi.

Ma'lumotlar kompyuterda taqdim etiladigan kompyuterlashtirilgan anketa boshqaruvi.

Moslashuvchan kompyuterlashtirilgan anketa boshqaruvi, bunda kompyuterda obyektlar tanlovi taqdim etiladi va ushbu elementlarga berilgan javoblar asosida kompyuter

sinovdan o'tuvchining taxminiy qobiliyati yoki xususiyati uchun optimallashtirilgan quyidagi elementlarni tanlaydi.

Xulosa qilib atganda, anketa usuli - bu psixologik og'zaki-kommunikativ usul bo'lib, unda maxsus ishlab chiqilgan savollar ro'yxati respondentdan ma'lumot to'plash vositasi sifatida qo'llaniladi. Sotsiologiyada so'roq - bu xatti-harakatlar yoki hodisalarni bashorat qilish uchun jamiyat holati, jamoatchilik fikri, siyosiy, ijtimoiy va boshqa keskinliklar holati to'g'risida statik (bitta so'roq) yoki dinamik (bir nechta so'rov bilan) statistik g'oyalarni yig'ish uchun ishlatiladigan so'rov usulidir.

Foydalanilgan adabiyotlar.

1. Foddy, WH (1994). Suhbat va anketalar uchun savollarni tuzish: ijtimoiy tadqiqotlar nazariyasi va amaliyoti (Yangi nashr.). Kembrij, Buyuk Britaniya: Kembrij universiteti nashriyoti.
2. Gillham, B. (2008). Anketani ishlab chiqish (2-nashr.). London, Buyuk Britaniya: Continuum International Publishing Group Ltd.
3. Mellenbergh, GJ (2008). 10-bob: Testlar va anketalar: Qurilish va boshqarish. HJ Adèr va GJ Mellenbergh (Eds.) (DJ Hand hissalar bilan), Tadqiqot usullari bo'yicha maslahat: Maslahatchining hamrohi (s. 211-234). Huizen, Niderlandiya: Yoxannes van Kessel nashriyoti.
4. Mellenbergh, GJ (2008). 11-bob: Testlar va anketalar: Tahlil. HJ Adèr va GJ Mellenbergh (Eds.) (DJ Hand hissalar bilan), Tadqiqot usullari bo'yicha maslahat: Maslahatchining hamrohi (s. 235-268). Huizen, Niderlandiya: Yoxannes van Kessel nashriyoti.
5. Munn, P. va Drever, E. (2004). Kichik miqyosdagi tadqiqotlarda anketalardan foydalanish: yangi boshlanuvchilar uchun qo'llanma. Glasgow, Shotlandiya: Shotlandiya ta'lim bo'yicha tadqiqotlar kengashi.
6. Oppenxaym, AN (2000). So'rovnomanini ishlab chiqish, intervyu va munosabatni o'lchash (Yangi nashr.). London, Buyuk Britaniya: Continuum International Publishing Group Ltd.