

Міністерство освіти і науки України
Маріупольський державний університет
Наукова бібліотека



Серія : Бібліотекарю-практику
Випуск 2

Соціологічні дослідження в бібліотеці: анкетування:

методичні рекомендації



Маріуполь 2016

Міністерство освіти і науки України
Маріупольський державний університет

НАУКОВА БІБЛІОТЕКА

Серія : Бібліотекаря-практику
Випуск 2

Соціологічні дослідження в бібліотеці: анкетування:

методичні рекомендації

Маріуполь
2016

ББК 60.562.1(076)
УДК 303.62:024(076)

Відповідальний за випуск: директор наукової бібліотеки Маріупольського державного університету А. П. Шакула

Технічний редактор: І. А. Луханіна

Розглянуто та узгоджено на засіданні науково-методичної ради наукової бібліотеки Маріупольського державного університету.

Протокол № 2 від 7 червня 2016 р.

С69 Соціологічні дослідження в бібліотеці: анкетування : методичні рекомендації / уклад. А. П. Шакула. – Маріуполь : МДУ, 2016. – 40 с. – (Сер. «Бібліотекарю-практику»; вип. 2).

Видання містить рекомендації з проведення соціологічного дослідження в бібліотеці за методом прямого опитування – анкетуванням.

Рекомендовано бібліотекарям та бібліотечним фахівцям, які займаються соціологічними дослідженнями та науково-дослідною діяльністю.

ББК 60.562.1(076)
УДК 303.62:024(076)

Вступ

Соціологічні дослідження грають значну роль у науково-дослідній діяльності сучасних бібліотек. Вони дозволяють отримувати достовірні дані та інформацію про процеси і явища, що відбуваються за всіма напрямками бібліотечної діяльності, виявляти проблеми, протиріччя бібліотечної практики та бібліотечної справи й своєчасно їх вирішувати. Частіше за все бібліотеками проводяться прикладні та теоретико-прикладні дослідження. Теоретико-прикладні дослідження вирішують соціально вагомі та актуальні задачі, наприклад, роль бібліотек в інформаційному забезпеченні владних структур регіону, або роль бібліотек регіону в забезпеченні правової грамотності громадян. Такі дослідження не мають точного визначення у часі. Прикладні дослідження спрямовані на вирішення внутрішніх проблем бібліотеки або бібліотечної системи та точно визначені у часі. Для кожної конкретної бібліотеки спектр прикладних соціологічних досліджень може бути самим різноманітним: це й бібліотечне обслуговування різних груп читачів, інформаційно-бібліографічне та довідково-бібліографічне обслуговування, організація та використання документів на різних носіях інформації, каталогізація, використання інформаційних технологій, рекламна діяльність та бібліотечний маркетинг, управління бібліотечними кадрами та бібліотекою, тощо.

Процес проведення соціологічних досліджень є достатньо складним, потребує, окрім витрат часу, фінансів і творчих здібностей дослідника, ще й володіння дослідницькими технологіями та навичками, певних теоретичних знань. В протилежному випадку результати дослідження не будуть відповідати вимогам та можуть бути визнані недостовірними.

Дані рекомендації стосуються проведення соціологічного дослідження в бібліотеці методом прямого опитування – *анкетуванням*. Вони спрямовані на напрацювання вмінь та навичок проведення цього виду соціологічного дослідження, на допомогу в організації анкетування та уникнення можливих помилок.

Рекомендовано бібліотекарям-практикам та бібліотечним фахівцям, які займаються науково-дослідною діяльністю, зокрема, соціологічними дослідженнями.

1. Анкетування як метод соціологічного дослідження в бібліотеці

Будь яка дослідницька діяльність є неможливою без використання певних методів, так як вони є тими правилами, за якими й здійснюється ця діяльність. У перекладі з грецької, *метод* – це «шлях до чого-небудь», тобто, у нашому випадку, це технологічний принцип вивчення об'єкта, спосіб та сукупність прийомів практичного і теоретичного пізнання бібліотечної практики та бібліотечної справи. Соціологічні методи дослідження складаються з *теоретичних* та *емпіричних* (практичних).

Теоретичні методи включають вимоги до обґрунтування знання, основи процедури логіки, правила виведення висновків. Ці методи називають загальнонауковими. У свою чергу теоретичні методи поділяються на порівняльні (встановлення подібності та відмінності, що ґрунтується на підставі збігу чи незбігу певних ознак об'єкта) та типологічні (групування фактів у якісно визначені типи на підставі властивих їм спільних ознак).

Емпіричні методи безпосередньо складають науковий апарат для вивчення конкретних проблем, подій і фактів.

В бібліотеках традиційно основними емпіричними методами соціологічних досліджень є *спостереження*, *вивчення документальних джерел*, *експеримент та опит*. Кожен з цих методів має по два основних різновиди: спостереження (невключене і включене), вивчення документальних джерел (якісний і кількісний, або контент-аналіз), експеримент (природний і штучний) та опитування (анкетування та інтерв'ювання).

В силу різних причин (загальна культура й суб'єктивне бачення реалій респондентами, недостатня їх поінформованість з питань дослідження, «феномен соціальної доброзичливості» та ін.) не існує методів, які дозволяють отримати на 100% достовірну інформацію.

Найчастіше бібліотеками у якості метода проведення соціологічного дослідження використовується опитування, а саме його різновид – *анкетування*.

Анкетування – метод соціологічного дослідження, комплекс послідовних методологічних, методичних та технологічних засобів, які спрямовані на отримання достовірних даних про явища або процеси, що відбуваються у бібліотечній практиці та бібліотечній справі.

Анкетування при-
ваблює бібліотечних
працівників відносною оперативністю, незначними витратами фінансів та часу, не дуже складною організацією.

За формою проведення анкетування може бути *прямим, заочним, електрон-*

ним (віртуальним). На цей час, за рядом обставин, найбільш ефективним залишається пряме опитування, коли респондент безпосередньо отримує анкету та відповідає на неї.

За повнотою охопту анкетування буває *суцільним і вибіркоvim*. Вибірka має максимально точно відобразити всі основні параметри тієї групи, яку вивчає дослідник. Чим більше вибірка відповідатиме структурі досліджуваної групи, тим точнішою, або, інакше кажучи, репрезентативнішою вона буде.

За рівнем стандартизації – повністю *стандартизовані* та *частково стандартизовані* у залежності від характеру запитань (закриті або напівзакриті).

2. Програма анкетування

Теоретико-методологічним обґрунтуванням будь-якого дослідження, у тому числі і за методом анкетування, є програма проведення дослідження. Вона регламентує всі його стадії та складається з теоретичного та емпіричного (практичного) етапів.

Теоретичний етап:

- визначення та формулювання проблеми дослідження;
- визначення та формулювання завдань, цілей, предмету та об'єкту дослідження;
- системний аналіз;
- уточнення основних понять та висунування гіпотез;
- визначення необхідного на анкетування часу;
- визначення вибіркової сукупності.

Емпіричний (практичний) етап:

- розробка анкети;
- апробація анкети або «пілотажне» опитування;
- безпосереднє проведення анкетування (збір інформації);
- обробка та аналіз отриманих в процесі анкетування даних, їх інтерпретація;
- складання звіту та рекомендацій.

Початковим пунктом соціологічного дослідження, у тому числі за методом анкетування, є *проблемна ситуація*.

Під проблемною ситуацією слід розуміти недостатню обізнаність щодо реальної ситуації, приховані протиріччя й невідповідність між знанням потреб та засобом їх задоволення. При формулюванні проблеми треба чітко визначитися з тим, що вже відомо, та тим, що треба дізнатися. Від визначення проблеми залежить вибір об'єкту дослідження.

Об'єктом анкетування в бібліотеці можуть бути, у більшості випадків, реальні групи користувачів, бібліотечні працівники, але це можуть бути й будь-які процеси, явища та відношення, або сама бібліотека як соціальний інститут.

Предметом – безпосередньо те, що підлягає дослідженню. Повинен містити у собі основне питання дослідження.

Визначившись з проблемною ситуацією, об'єктом та предметом дослідження, формулюють його мету та завдання.

Ціллю досліджень, зазвичай, є вивчення та опис об'єкту в межах проблеми та надання рекомендацій щодо визначення нових моделей. Ціль орієнтує на виявлення результату, дає змогу фіксації тенденцій та повинна бути сформульована чітко й конкретно.

Завдання впорядковують процес досягнення цілі, це ряд питань: що та як треба робити для їх реалізації. Цілі та завдання завжди взаємопов'язані у процесі їх реалізації.

Наступним етапом є **системний аналіз**. Дається попередній опис об'єкту дослідження, чому саме взято цей об'єкт. Також дається більш детальний опис сформованої проблеми з конкретизацією її складових частин та висуваються припущення про наявність об'єктивних,

суб'єктивних, скритих та явних факторів, які викликають цю проблему.

Буває, що виникає двоєке тлумачення певних понять, термінів. Це може привести до плутанини при використанні результатів дослідження іншими дослідниками або установами. Тому пояснення, **інтерпретація понять** має важливу роль у процесі формування програми дослідження. Вона дає змогу чітко окреслити поле дослідження й означити ключові терміни, пояснити, що конкретно під ними розуміється. Ці означення можна знайти у словниках, довідниках та іншій довідковій літературі, присвяченій обраній темі.

Визначивши фактори, що складають проблему, яка досліджується, треба висловити також попереднє пояснення, тобто *гіпотезу*, чому це відбувається.

Висунення гіпотези дає змогу зробити обґрунтований перехід від теоретичного етапу до емпіричного, а дані, які будуть отримані, дозволять підтвердити, або спростувати її. Це один з найбільш творчих етапів дослідження.

Гіпотеза – це вірогідне припущення, яке висувається для пояснення якогось явища та його структурно-функціональних, класифікаційних або причинних зв'язків.

Проведення анкетування не може тривати необмежений час і повинно бути регламентовано. Приблизний **розподіл часу**, що відведено на організацію анкетування:

- теоретичний етап + розробка анкети – 30 %;
- безпосереднє проведення анкетування (збір інформації) – 20 %;

- обробка, аналіз отриманих даних – 40 %;
- оформлення звіту – 10 %.

Переважає більшість анкетувань, що проводять бібліотеки, мають вибіркового характеру. Тобто дослідженню підлягає вибіркова сукупність, а не весь об'єкт (генеральна сукупність).

Вибіркова сукупність – частина генеральної сукупності, об'єкти якої виступають як основні об'єкти дослідження

Науково обґрунтована вибіркова сукупність дозволяє результати проведеного дослідження розповсюдити на весь об'єкт (генеральну сукупність). Від її кількісного та якісного складу у значній

мірі залежить *репрезентативність* всього дослідження. Правильне визначення вибіркової сукупності є одним з головних вимог до проведення дослідження. Характеристики вибіркової сукупності повинні повністю відповідати характеристикам генеральної сукупності. Наприклад, якщо загальна кількість користувачів бібліотеки складається з 70% студентів (з них 50% – студенти денної форми навчання, 20% – заочної), 20% викладачів, 2% аспірантів й 8% співробітників університету, то до вибіркової сукупності мають бути включені користувачі цих груп у тому ж співвідношенні.

Основні методи формування вибіркової сукупності:

- **механічний**, або випадковий, коли через рівні проміжки відбирається запланована кількість респондентів з генеральної сукупності;
- **основного масиву**, коли анкетуванню підлягають 60–70 % генеральної сукупності;

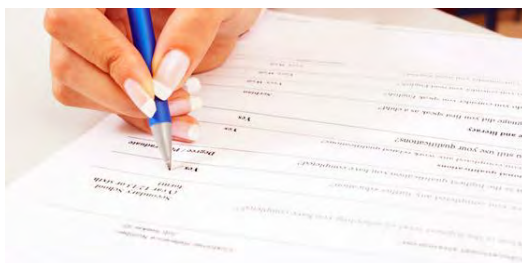
- *гніздової вибірки*, коли одиницями відбору є не окремі респонденти, а групи;
- *квотної вибірки* (застосовується при наявності великої генеральної сукупності).

Найчастіше при анкетуванні в бібліотеці використовують метод квотної вибірки. При її формуванні слід враховувати такі ознаки, як, наприклад, статус (студент, викладач, аспірант, співробітник), форма навчання (очна, заочна), курс навчання.

У залежності від цілей та завдань дослідження обсяг вибіркової сукупності може бути різним. Точного визначення її обсягу не існує, вона різниться у різних джерелах соціологічної літературі та залежить від того, наскільки точного результату передбачає дослідження. Зазвичай, при масовому опитуванні, вибірка починається зі 100 респондентів та вище. Але можливо обмежитися вибіркою і у 50 респондентів, якщо це буде відповідати завданням та цілям дослідження. Головне, слід пам'ятати, що *«помилки у соціологічних дослідженнях виникають не тому, що опитано мало людей, а тому, що опитано не тих людей»* (Дж. Геллан).

3. Анкета

Інструментом проведення анкетування й перевірки висунутої гіпотези, або декількох гіпотез, є *анкета* (у перекладі з французької – «розслідування»).



Анкета – це упорядкований за змістом і формою набір питань та висловлювань, які дають можливість перевірити очікувані гіпотези.

Не слід користуватися вже готовими анкетами, так як їх запитання, розроблені в рамках своєї програми, частіше за все не будуть відображати дійсної

картини вашого дослідження.

Структура анкети

Анкета за своєю структурою має *вступну, основну та заключну частину*.

Вступна частина складається з:

- звернення до респондента;
- назви теми та мети дослідження, установи, що його проводить;
- короткої інструкції стосовно заповнення анкети;
- подяки за участь у анкетуванні.

Основна частина складається з трьох блоків питань:

перший блок містить прості питання, що мають на меті встановити контакт з респондентом, допомогти йому психологічно налаштуватися на процес опитування;

другий блок містить складні запитання, які потребують міркувань, аналізу; відповіді на цей блок питань нададуть основну інформацію за змістом дослідження;

третій блок складається з контрольних питань, які уточнюють отриману інформацію, та простих заключних питань, призначення яких – усунути психологічну напругу респондента.

Заклучна частина анкети містить так звану «паспортичку» респондента.

Складання анкети – це не просте завдання, воно потребує професійних знань та певних творчих здібностей, вміння ставити себе на місце респондента.

В першу чергу, лексика анкети повинна відповідати лексиці респондентів, не бути спрощеною, або навпаки, занадто складною через використання професійної термінології. По-друге, запитання анкети підлягають чіткому упорядкуванню, в протилежному випадку однакові запитання можуть надати різну інформацію, якщо вони розміщені у різній послідовності. Від правильно сформованих запитань залежить ефективність та якість проведення анкетування, так як до 80% всіх помилок обумовлено неправильно сформованими запитаннями. Тому до складань запитань треба підходити дуже відповідально та не жаліти на них свого труда та часу. Також треба пам'ятати, що у своїй сукупності запитання повинні відображати цілі, задачі та гіпотези дослідження, мати логічну послідовність.

Анкета розпочинається з невеликого вступу, в якому пояснюються цілі дослідження та його практичне значення, надаються відомості про тих, хто його проводить. Якщо, наприклад, вивчається попит читачів на навчальну літературу, у вступі доцільна фраза *«Ваша участь дозволить нам максимально враховувати Ваші інтереси та покращити роботу бібліотеки у комплектуванні фонду»*. Також у вступі надається стисла інструкція щодо заповнення анкети та наголошується на дотриманні конфіденційності, якщо дослідження передбачає наявність інформації про того, хто її заповнює.

Розпочинають анкету з простих запитань, призначення яких – встановити контакт з респондентом, налаштувати

його на подальшу роботу. Зазвичай це запитання «*Як часто Ви відвідуєте нашу бібліотеку?*» та ін.

При складанні анкети доцільно дотримуватися таких правил розподілу запитань: прості – поступове збільшення складності – невеликий спад складності – найбільш складні – різке зменшення складності. Такий алгоритм заповнення анкети є найбільш сприятливим для респондентів з психологічної точки зору. Не варто включати до анкети забагато запитань, зазвичай їх кількість не перевищує 15, а деякі дослідники зазначають, що досить й 5–6. Змістовні «блоки» анкети повинні бути приблизно однакові за своїм обсягом, у протилежному випадку у респондента може скластися уявлення, що одним питанням приділяється більше уваги, ніж іншим (наприклад, блоки питань стосовно довідково-бібліографічного обслуговування та інформаційного обслуговування).

«Паспортичка» завершує анкету, вона має бути стислою, без подробиць біографії респондента та не викликати у нього занепокоєння.

Типи запитань

Є наступні основні типи запитань: *закриті* (варіанти відповідей вже надаються), *відкриті* (респондент дає відповідь у вільній формі), *напівзакриті* (комбінація відкритих та закритих запитань).



Закриті запитання є основою анкети, вони забезпечують стандартизацію отриманих відповідей й відповідають фундаментальним цілям та задачам дослідження.

Існують *дихотомічні, альтернативні та багатоальтернативні* типи закритих запитань. Дихотомічне запитання передбачає відповідь лише на один з двох варіантів (так – ні). Альтернативне – дозволяє вибрати теж одну відповідь, але з декількох варіантів, наприклад:

Чи задовольняють Вас періодичні видання читального залу?

- Так, задовольняють
- Скоріш задовольняють
- Скоріш не задовольняють
- Не задовольняють
- Важко сказати

Багатоальтернативні запитання використовують, коли неможлива однозначна відповідь, наприклад:

Що Вас не задовольняє в роботі читального залу?

(можна означити декілька варіантів)

- Недостатня кількість періодичних видань
- Недостатня наповненість фонду сучасною науковою літературою
- Незручний графік роботи
- Відсутність інформації про послуги
- Погані умови для роботи (шум, температура, освітлення)
- Відсутність куточків відпочинку
- Недостатня кваліфікація співробітників

При проведенні анкетування майже завжди використовують напівзакриті запитання, які передбачають варіант відповіді «інше», для цього наприкінці переліку відповідей залишають вільне місце.

Правила складання закритих запитань:

- запитання повинні бути короткими та простими, сформульованими доступною для респондента мовою;
- структура запитання не повинна об'єднати декілька різних запитань, так як респондент може погодитися з першою частиною запитання та не погоджуватися з другою, або навпаки;
- перелік варіантів повинен охоплювати весь простір можливих відповідей;
- першими розташовують найменш вірогідні варіанти відповідей, так як встановлено, що респонденти, зазвичай, обирають перші варіанти;
- там, де це обґрунтовано, включають такі варіанти відповідей, як «не знаю», «важко сказати», «не маю певної думки» (але слід пам'ятати, якщо переважна кількість респондентів обирають ці варіанти відповіді, це свідчить про те, що питання невдало сформовано, або лежить за межами компетентності респондента).

Переваги закритих запитань:

- не займають багато часу у респондентів;
- дозволяють забезпечити зручний та достовірний збір інформації;
- вони більш надійні і зручні у процесі обробки та аналізу.

Недоліки закритих запитань:

- не завжди можливо передбачити всі варіанти відповідей;

- вибір респондента обмежено, він змушений мислити вже у відповідному напрямку.

Відкриті запитання не передбачають надання варіантів відповідей та забезпечують найбільш природній характер анкетування. Але від дослідника потребується значне вміння інтерпретації доволі докладних відповідей респондентів, вміння виокремлювати суть. Тому при проведенні масових опитувань цей тип запитань використовують не часто, так як виникають значні змістовні та технічні складності при їх обробці.

Переваги відкритих запитань:

- надають респонденту можливість самостійно відповісти на запитання у зручній для нього словесній формі;
- виявляють різноманітність точок зору респондентів стосовно предмету дослідження.

Недоліки відкритих запитань:

- респонденти не завжди зацікавлені відповідати на цей вид запитань, так як вони потребують більше часу та певної розумової напруги;
- відповіді іноді мають поверховий, не чіткий характер;
- складно проводити обробку та аналіз неструктурованих відповідей.

Види запитань

За видами запитань набагато більше, вони роблять анкету більш інформативною й цікавою, а її інтерпретація стає більш обґрунтованою, розкритою та суттєво багатшою. Але з ними треба поводитися обережно, знати міру, бо в протилежному разі це може викликати у

респондента роздратування. В анкетуванні використовують частіше такі *види запитань*:

прямі – вони адресовані безпосередньо респонденту для того, щоби дізнатися особисту думку з приводу того чи іншого питання;

контактні – з них розпочинають анкету, вони повинні бути простими та налаштовувати респондента на подальший діалог; виконують службову функцію, у аналізі отриманої інформації не враховуються;

буферні – забезпечують повільний перехід з однієї теми до другої, дозволяють переключити увагу респондента після ряду одноманітних запитань (наприклад: «Є думка, що найближчим часом потреба людства у друкованій книзі зникне. А що Ви думаєте з цього приводу?»);

питання-фільтри – за їх допомогою визначається частка респондентів, які здатні відповідати на запитання анкети повністю (наприклад, якщо на запитання «Чи користуєтеся Ви нашою електронною бібліотекою?» респондент відповів «ні», то на наступні декілька запитань, які його розкривають, респонденту нема сенсу відповідати й він повинен переходити до наступних запитань);

запитання-пастки (або контрольні) – вони розподіляються рівномірно по всій анкеті та дають змогу визначити достовірність відповідей; класичний приклад, коли просять дати відповідь на запитання сподобалася чи ні книга, якої не існує.

Оформлення анкети

За формою розміщення запитань анкети можуть бути *лінійні*, у вигляді *таблиць* або у вигляді *шкали*. Самою поширеною формою розміщення запитань в анкеті є

лінійна. Існують такі загальноприйняті правила їх складання:

- використання різних шрифтів у формуванні запитань та пропонуваніх відповідей (зазвичай запитання набираються більшим шрифтом, ніж відповіді; інструкції, пояснення теж повинні відрізнятися від основного тексту анкети);
- дотримання інтервалів між різними частками запитань:
 - між строк у запитанні – 1–1,5 інтервали;
 - у разі пояснення після запитання фраза розміщується через 2–2,5 інтервали;
 - перший варіант відповіді надається через 2–3 інтервали від запитання або пояснювальної фрази;
 - між варіантами відповідей – 1,5 інтервали;
 - між строк у тексті можливої відповіді – 1 інтервал;
 - між останнім варіантом відповіді та наступним запитанням – 2,5–3 інтервали.
- запитання повинні мати інструкції, як саме на них відповідати: найбільш зручний варіант – обвести номер запитання колом або поставити «галочку» у разі згідності з варіантом відповіді;
- залишати достатньо пустих строк для відповідей при використанні відкритих запитань;



- при використанні закритих запитань всі варіанти відповідей повинні бути на одній сторінці, так як респондент міг дати відповідь на попередній сторінці, а варіант, який його б більш влаштовував, знаходиться на наступній сторінці.

Також вживають й *табличну* форму розміщення запитань та відповідей, наприклад:

Як змінилися, на Вашу думку, зміст та умови Вашої праці за час роботи в бібліотеці?

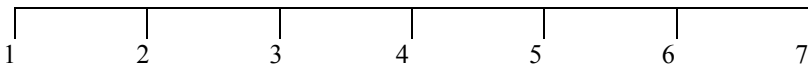
Характер змін	Зміст праці	Умови праці
Залишилися без змін		
Змінилися на краще		

Приклад використання форми розміщення запитань у формі *шкали*:

Група співробітників вважає, що основною причиною конфлікту у відділі обслуговування бібліотеки є особисті характери її співробітників. На нижче наданій шкалі це відповідає позначці 1. Друга група співробітників вважає, що конфлікт обумовлено не правильною організацією діяльності відділу. Позначка 7 на шкалі відповідає цій думці. Яка позиція відповідає Вашій думці та де б Ви позначили її на цій шкалі?

Особливості характеру

Організаційний чинник



Відповіді дають усереднені оцінки думок респондентів, які можна порівнювати та зробити припущення стосовно проблеми.

В одній анкеті можуть бути об'єднані запитання за різними формами розміщення, наприклад, лінійної та у вигляді таблиць. У такому разі слід пам'ятати, що це суттєво ускладнить подальший процес обробки анкети. Також не слід забувати про наочне оформлення анкети

(цілком зрозуміло, що анкета для читачів дитячої бібліотеки буде відрізнятися від анкети для читачів бібліотеки вищого навчального закладу). Головне в оформленні анкети – її відповідність вимогам зручності та сприймання респондентами.

Апробація анкети (пілотажне опитування)

Апробація анкети, або *пілотажне опитування* є важливою складовою організації анкетування.

Пілотажне опитування дає змогу визначити відповідність анкети задачам дослідження, виявити та усунути її недоліки. Тільки у тому разі, якщо на запитання анкети респондентам відповідати легко, вона не викликає негативних реакцій – анкета готова до безпосереднього анкетування.

Проводять пілотажне опитування бібліотечні фахівці на виборці у 25–50 респондентів, структура якої повинна відповідати параметрам запланованої вибірки. У ході опитування фіксуються зауваження та коментарі респондентів, спостерігається їх реакція на запитання.

Апробація анкети дає відповіді на питання:

- чи відповідає вимогам мовний рівень анкети, чи не є він для респондентів надто складним, або навпаки?
- чи зрозумілі респондентам запитання та запропоновані варіанти відповідей?
- чи не забагато варіантів відповідей на запитання?
- чи компетентні респонденти у питаннях анкетування?
- чи не виникає у респондентів втоми, негативних емоцій або почуття дискомфорту?

Найбільш *типові помилки* при складанні анкети, які виявляються при її апробації:

- не завжди запитання сформовані з урахуванням рівня освіти та компетентності респондентів, що може призвести до небажання відповідати, або обирається відповідь «важко сказати»;
- анкета розпочинається зі складних запитань, що змушує вже на цьому етапі деяких респондентів відмовитися від подальшого анкетування;
- неоднозначна трактовка деяких запитань;
- анкета занадто довга, викликає втому та незадоволення у респондентів;
- не працюють питання-фільтри, респонденти відповідають на запитання, на які мають не відповідати; скоріш за все, причина в тому, що респондент не акцентує свою увагу на необхідній інструкції через її невдалу подачу.

Після закінчення апробації анкети приступають до безпосереднього анкетування, яке здійснюють відповідальні за його проведення, та від якості проведення якого у значній мірі залежать результати дослідження. Найбільш ефективним є індивідуальне або групове проведення анкетування у присутності бібліотекаря, який, у разі необхідності, може надати роз'яснення та консультації.

4. Обробка та аналіз анкет

Це самий трудомісткий етап роботи, але й самий цікавий. Він дає можливість перевірити вірність висунутих гіпотез, отримати відповіді на поставлені питання та

виявити нові, непередбачені проблеми.

Спочатку робимо контрольну перевірку всіх анкет та виявляємо ті, що далі не придатні до обробки (не заповнені, частково заповнені, зіпсовані). Результати заносяться до відомості за такою формою:



- час проведення анкетування;
- кількість розповсюджених анкет;
- кількість анкет, непридатних до обробки;
- кількість анкет, придатних до обробки.

Наступний етап – послідовність операцій: підрахунок відповідей на запитання анкети, складання зведеної таблиці, підрахунок відносного відсотку для кожного варіанту, розрахунок середніх показників та групування кількісних й якісних даних за відповідними ознаками.

Обробку отриманих даних зручніше та ефективніше здійснювати за допомогою програми Excel, де запитання з варіантами відповідей – це найменування стовбців, порядкові номери анкет – це найменування строк (для цього кожній анкеті надається номер), а за кожену позитивну відповідь ставити 1. Отримані результати визначають за допомогою функції «Автосума» та розраховують у відсотках. На підставі зведеної таблиці можна розраховувати середні статистичні показники для кожного варіанту відповідей, групувати кількісні дані за збільшенням чи зменшенням ознак, здійснювати згущення інформації. Згущення інформації необхідно для

скорочення градацій ознак (у разі, якщо за деякими ознаками отримана нульова або дуже мала статистично вагома інформація, яка не буде мати значення у подальшому аналізі). Такі градації ознак треба виключити, або об'єднати з найближчими.

Зображення показує екран Excel з таблицєю даних. Таблиця має 24 рядки та 16 колонок. Рядки позначені номерами питань (наприклад, 001, 002, ..., 024), а колонки – ідентифікаторами варіантів відповідей (наприклад, 01.1, 01.2, ..., 06.1). Клітинні дані складаються з нулів та одиниць. У нижній частині таблиці, під рядком 24, є рядок відсотків, що відповідає частоті кожного варіанта відповіді.

Мал. 1 Підрахунок відповідей за допомогою функції «Автосума» програми Excel

Наприклад, запитання «Чи задоволені Ви якістю обслуговування у читальному залі?» мало 4 варіанти відповідей: задоволений – цілком задоволений – частково задоволений – незадоволений. З них відповідь «незадоволений» обрала дуже незначна кількість респондентів, у цьому разі результати цього варіанту відповіді можна об'єднати з результатами «частково незадоволений» і тепер варіантів на запитання «Задоволені Ви якістю обслуговування у читальному залі?» буде 3: задоволений – цілком задоволений – частково задоволений.

Для зв'язку даних, попередньо упорядкованих за двома ознаками (показниками, властивостями) використовують *перехресне групування*, на основі якого

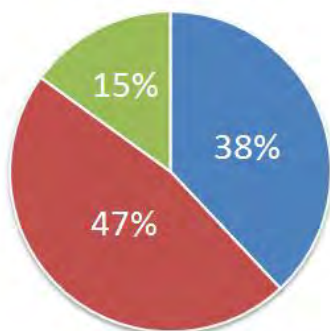
можна складати таблиці, наприклад «Залежність відвідувань читальних залів від часів його роботи». За результатами *контент-аналізу* (аналіз відповідей на відкриті запитання) також доцільно укласти таблицю. Взагалі, кількість таблиць, створених у процесі обробки та аналізу інформації, визначається необхідністю перевірки всіх висунутих гіпотез та припущень.

Аналіз проводиться за алгоритмом: від окремого до загального з обговоренням та узгодженням проміжних результатів. Якщо виникають несподівані результати, необхідно отримати консультацію у бібліотечних фахівців або провести додаткове дослідження.

Результати аналізу краще за все представляти у вигляді діаграм, схем та графіків.

Проведений аналіз дає реальну картину стосовно проблеми, що досліджувалася, а також підставу для висунення рекомендацій та пропозицій щодо вирішення цієї проблеми та покращення в цілому діяльності бібліотеки.

*Коли протягом дня
Вам зручніше відвідувати
читальні зали?*



- перша половина дня
- друга половина дня
- перерва між лекціями

Мал. 2 Фрагмент результатів анкетування

5. Звіт та рекомендації

Головним підсумковим документом проведеного анкетування, який містить у собі його змістовну

інформацію, є звіт. Зазвичай, структура звіту складається з двох частин та додатків у вигляді таблиць, діаграм, схем, статистичних матеріалів.

Перша частина включає наступні відомості:

- назву бібліотеки та відділу, який проводив дослідження;
- термін проведення дослідження;
- ціль, предмет, об'єкт, завдання дослідження;
- строки проведення та обґрунтування вибіркової сукупності.

Друга частина містить:

- основні результати на основі аналізу отриманої інформації відповідно до гіпотез дослідження;
- найбільш цікаві результати за підсумками дослідження;
- головні висновки та підсумки дослідження;
- рекомендації та пропозиції.

Складання рекомендацій та пропозицій потребує виконання таких **вимог**:

- вони ґрунтуються тільки на підставі аналізу інформації, отриманої за результатами анкетування без власних припущень;
- інформація повинна викладатися неупереджено та носити строго прогностичний, пояснювальний характер;
- неприпустимі судження, що пов'язані з власним життєвим досвідом, особистими соціальними переконаннями та ін.;
- вони не повинні носити характер однозначних рішень, припущень та директив.

Результати проведеного анкетування розглядаються на бібліотечних нарадах та доводяться до відома всіх працівників бібліотеки. На їх підставі розробляються конкретні практичні заходи по усуненню виявлених недоліків, покращенню діяльності бібліотеки, а також розробляються механізми контролю за виконанням цих заходів.

Ідеї проведення прикладного соціологічного дослідження за методом анкетування

Управління бібліотекою та бібліотечним персоналом:

- бачення місії бібліотеки;
- методи управління бібліотекою;
- управління бібліотечним колективом;
- мотивація діяльності колективу бібліотеки;
- планування кар'єри персоналу бібліотеки;
- заохочення до ефективної трудової поведінки;
- форми та ефективність підвищення кваліфікації персоналу бібліотеки.

Бібліотечний маркетинг:

- маркетинг інформаційно-бібліотечних послуг;
- форми та ефективність рекламної діяльності;
- фактори створення привабливого іміджу бібліотеки.

Умови роботи та обслуговування користувачів:

- комфортність умов роботи для користувачів бібліотеки;
- комфортність умов роботи бібліотечного персоналу;
- функціональна відповідність помешкань бібліотеки;
- дослідження умов обслуговування різних груп користувачів;
- оцінка задоволеністю якістю обслуговування користувачів бібліотеки.

Комплектування бібліотечного фонду:

- фактори тематичного, мовного формування фонду;
- оцінка використання та якості фонду;
- відповідність фонду за потребами основних груп користувачів;
- вивчення читацьких потреб та інтересів за різними жанрами літератури.

Інформаційні технології та електронні ресурси

- вивчення використання інформаційних технологій в бібліотеці;
- ефективність використання інформаційних електронних ресурсів бібліотеки в обслуговуванні користувачів бібліотеки;
- оцінка функціонування сайту бібліотеки, блогів, сторінок у соцмережах.

Інформаційно-бібліографічне обслуговування:

- форми інформаційно-бібліографічного обслуговування користувачів;
- вивчення потреб користувачів у інформаційно-бібліографічному обслуговуванні;
- оцінка якості та ефективності індивідуального розповсюдження інформації;
- використання глобальної мережі у інформаційно-бібліографічному обслуговуванні користувачів;
- вивчення інформаційної культури користувачів.

Довідково-бібліографічне обслуговування:

- вивчення ефективності використання традиційних форм довідково-бібліографічного обслуговування;

- вивчення ефективності використання електронної форми довідково-бібліографічного обслуговування;
- використання глобальної мережі у довідково-бібліографічному обслуговуванні користувачів;
- вивчення потреб користувачів у довідково-бібліографічному обслуговуванні;
- читацький попит на довідкові видання;
- культура довідково-бібліографічного пошуку у користувачів.

Зразок анкети

Шановний студенте!

Просимо Вас витратити декілька хвилин свого часу для прийняти участі в анкетуванні, яке проводиться відділом інформаційних технологій наукової бібліотеки МДУ. Мета анкетування – дослідження ефективності використання студентами електронних інформаційних ресурсів бібліотеки (електронного каталогу, електронної бібліотеки, електронної картотеки статей, баз даних).

Нам дуже важлива Ваша думка, вона дозволить нам краще організувати роботу з формування електронних ресурсів нашої бібліотеки у відповідності з Вашими потребами та побажаннями.

Варіанти відповідей, з якими Ви згодні, позначте, будь ласка, позначкою ✓. Якщо Ви обрали варіант відповіді «Інше», надайте Ваш варіант.

Щиро дякуємо за участь у дослідженні!

1. Ваш читацький стаж у нашій бібліотеці?

- 1 рік та менше
- Від 1 року до 3
- Понад 3 роки

2. Чи маєте Ви вдома комп'ютер або ноутбук?

Так

Ні

3. Чи використовуєте Ви у навчанні електронні інформаційні ресурси нашої бібліотеки?

(Якщо Ваша відповідь «Так», надайте відповіді на наступні запитання)

Так

Ні

4. Як часто Ви звертаєтесь до електронних ресурсів бібліотеки?

Кожного дня

Декілька разів на тиждень

Декілька разів протягом місяця

Ніколи

5. Які електронні ресурси Ви використовуєте?

Електронний каталог

Електронна бібліотека

Електронна картотека статей

Бази даних:

«Праці викладачів МДУ»

«МДУ у засобах масової інформації»

«Вірші мовою оригіналу й перекладів»

6. Де саме, зазвичай, Ви звертаєтесь до електронних ресурсів бібліотеки?

В бібліотеці

Вдома

Інше _____

7. Які за характером повнотекстові електронні ресурси найбільш важливі для Вас?

Навчальна література (підручники, навчальні посібники, навчально-методичні посібники)

Наукова література (монографії, збірники наукових праць, ін.)

Періодичні видання (журнали)

Інше _____

8. Чи Виникають у Вас труднощі у процесі використання електронних ресурсів бібліотеки?

(Якщо Ваша відповідь «Так», назвіть їх)

Так _____

Ні

9. Чи відчуваєте Ви потребу у консультаціях бібліографів з пошуку необхідної інформації?

Так

Ні

10. Ваша оцінка електронних ресурсів бібліотеки?

Відмінно

Добре

Задовільно

Незадовільно

11. Які Ваші побажання щодо подальшого формування електронних ресурсів бібліотеки?

Надайте, будь ласка, такі відомості про себе:

- на якому курсі Ви навчаєтесь _____

- спеціальність _____

- форма навчання : денна

заочна

Список рекомендованої літератури

1. Аналіз соціологічного дослідження «Бібліотека і читач у віртуальному просторі. Місце зустрічі» [Електронний ресурс] [підсумки Всеукраїнського соціологічного дослідження, проведеного Херсонською обласною бібліотекою для юнацтва ім. Б. Лавреньова у березні-серпні 2013 р.] / Херсон. обл б-ка для юнацтва ім. Б. Лавреньова. – Електронні текстові дані. – Режим доступу: http://unalib.ks.ua/files/unalib/File/professionals/analiz_soc_doslid_2013.pdf, вільний. – Дата звернення: 08.07.2016. – Назва з екрану.
2. Биденко В. В. Аналіз результатів анкетирования «Библиотека – читателю. Библиотека – пользователю» [Электронный ресурс] / В. В. Биденко ; Централизованная библиотечная система г. Иркутска. – Электронные текстовые данные – Режим доступа: <http://cbs.irkipedia.ru/analiz-rezultatov-anketirovaniya-biblioteka-chitatelyu-biblioteka-polzovatelyu/>, свободный. – Дата обращения: 08.07.2016. – Заголовок с экрана.
3. Богуш Т. Удосконалення практичної діяльності – основне завдання бібліотечної (прикладної) соціології / Т. Богуш // Бібліотечна планета. – 2010. – № 3. – С. 16–19.
4. Васильев И. Г. Социологические исследования в библиотеках : практ. пособие / И. Г. Васильев, М. Е. Илле, Д. К. Равинский. – Санкт-Петербург : Профессия, 2002. – 176 с. – (Библиотечный практикум).
5. Добреньков В. И. Методы социологического исследования : учеб. / В. И. Добреньков, А. И. Кравченко. – Москва : ИНФРА-М, 2006. – 768 с.
6. Колесникова Т. О. Сучасна бібліотека вищої школи очима студентів: за результатами соціологічного

- дослідження / Т. О. Колесникова // Вісник книжкової палати. – 2009. – № 7. – С. 26–30.
7. Крейденко В. С. Библиотечные исследования: научные основы : учеб. пособие для ин-тов культуры / В. С. Крейденко. – Москва : Книга, 1985. – 144 с.
 8. Маркова В. Н. Изучение социокультурного пространства библиотеки / В. Н. Маркова // Научные и технические библиотеки. – 2006. – № 5. – С. 43–47.
 9. Методика проведения социологических исследований [Электронный ресурс] / Муниципальное бюджетное учреждение «Централизованная библиотечная система» городского округа г. Октябрьский Республики Башкиростан. – Электронные текстовые данные – Режим доступа: http://www.cbs-okt.ru/index.php?id=196&Itemid=40&option=com_content&view=article, свободный. – Дата обращения: 08.07.2016. – Заголовок с экрана.
 10. Паніна Н. В. Технологія соціологічного дослідження : курс лекцій / Н. В. Паніна – 2-е вид., доп., – Київ, 2007. – 320 с.
 11. Проведение исследования в библиотеке [Электронный ресурс] / сост. Л. Ю. Мосалыгина ; Централизованная библиотечная система Автозаводского р-на г. Нижнего Новгорода. – Электронные текстовые данные – Режим доступа: <http://lib-avt.ru/kollegam/provedenie-issledovaniya-v-biblioteke>, свободный. – Дата обращения: 08.07.2016. – Заголовок с экрана.
 12. Селиванова Т. Ф. Опыт проведения социологических исследований библиотеками Чувашской Республики / Т. Ф. Селиванова // Чтение в библиотеках России : информ. изд. / сост.:

- А. С. Степанова, В. В. Ялышева ; Рос. нац. б-ка. – Санкт-Петербург, 2007. – Вып. 7 : Исследовательские проекты библиотек по чтению. – С. 73–81.
13. Слющинський Б. В. Соціологія : навч.-метод. посібник для студентів ВНЗ / Б. В. Слющинський, П. М. Іванов. – Маріуполь : ДВНЗ «ПДТУ», 2011. – 148 с.
 14. Соціологічне дослідження (Бібліотека) [Електронний ресурс] / Кіровоградська міська центральна бібліотечна система. – Електронні текстові дані. – Режим доступу: <https://sites.google.com/site/kircbs/соціологічне-дослідження>, вільний. – Дата звернення: 08.07.2016. – Назва з екрану.
 15. Соціологічні дослідження [Електронний ресурс] / Сколівська центральна районна бібліотека. – Електронні текстові дані. – Режим доступу: http://www.skole-ibl.edukit.lviv.ua/sociologichni_doslidzhennya/, вільний. – Дата звернення: 08.07.2016. – Назва з екрану.
 16. Соціологічні дослідження в бібліотеках : інформ.-аналіт. бюл. / уклад. Т. Богун ; Нац. парлам. б-ка України. – Київ, 2010. – Вип. 36. – 35 с.
 17. Соціологічні дослідження в бібліотеках: методика організації і проведення [Електронний ресурс] / уклад. І. Є. Луньова ; ДОУНБ ім. Первоучителів слов'янських Кирила і Мефодія. – Дніпропетровськ : ДОУНБ, 2006. – 92 с. – Електронні текстові дані. – Режим доступу: <http://www.libr.dp.ua/Biblio/soc.htm>, вільний. – Дата звернення: 08.07.2016. – Назва з екрану.
 18. Соціологія : підручник для студентів вищих навчальних закладів / за ред. В. Г. Городяненка. – Київ : Академія, 2002. – 560 с.

19. Узагальнені матеріали анкетувань «Книга, читання, бібліотека: рейтинг популярності», проведеного обласною бібліотекою для юнацтва Житомирської обласної ради в червні 2015 року [Електронний ресурс] / Житомирська обласна бібліотека для юнацтва. – Електронні текстові дані. – Режим доступу: http://junbiblzt.at.ua/index/sociologichni_doslidzhennja/0-28, вільний. – Дата звернення: 08.07.2016. – Назва з екрану.

Зміст

Вступ	3
1. Анкетування як метод соціологічного дослідження в бібліотеці	5
2. Програма анкетування	7
3. Анкета	11
Структура анкети	12
Типи запитань	14
Види запитань	17
Оформлення анкети	18
Апробація анкети (пілотажне опитування)	21
4. Обробка та аналіз анкет	22
5. Звіт та рекомендації	25
<i>Додаток 1: Ідеї проведення прикладного соціологічного дослідження за методом анкетування</i>	<i>28</i>
<i>Додаток 2: Зразок анкети</i>	<i>31</i>
Список рекомендованої літератури	35

