

УНИВЕРЗИТЕТ „ГОЦЕ ДЕЛЧЕВ“ - ШТИП
ФИЛОЛОШКИ ФАКУЛТЕТ

UDC80 (82)

ISSN 1857-7059

ГОДИШЕН ЗБОРНИК

2013

YEARBOOK

2013



ГОДИНА 4

VOLUME IV

GOCE DELCEV UNIVERSITY - STIP
FACULTY OF PHILOLOGY

УНИВЕРЗИТЕТ „ГОЦЕ ДЕЛЧЕВ“ – ШТИП
ФИЛОЛОШКИ ФАКУЛТЕТ

ISSN 1857-7059



ГОДИШЕН ЗБОРНИК
2013
YEARBOOK
2013

ГОДИНА 4

VOLUME IV

GOCE DELCEV UNIVERSITY – STIP
FACULTY OF PHILOLOGY



**ГОДИШЕН ЗБОРНИК
ФИЛОЛОШКИ ФАКУЛТЕТ
YEARBOOK
FACULTY OF PHILOLOGY**

За издавачот

проф. д-р Јованка Денкова

Издавачки совет

Проф. д-р Саша Митрев
Проф. д-р Блажо Боев
Проф. д-р Лилјана Колева Гудева
Доц. д-р Јованка Денкова
Доц. д-р Махмут Челик
Доц. д-р Ранко Младеноски
М-р Ристо Костуранов

Редакциски одбор

Проф. д-р Виолета Димова
Вонр. проф. Луси Караниколова
Доц. д-р Толе Белчев
Доц. д-р Билјана Ивановска
Доц. д-р Јованка Денкова
Доц. д-р Марија Леонтиќ
Доц. д-р Марија Кусевска
Доц. д-р Марија Кукубајска
Виш лектор м-р Снежана Кирова
М-р Весна Коцева

Главен уредник

Доц. д-р Билјана Ивановска

Одговорен уредник

Доц. д-р Нина Даскаловска

Јазично уредување

Даница Гавриловска-Атанасовска
(македонски јазик)
Доц. д-р Марија Кукубајска
(англиски јазик)

Техничко уредување

Славе Димитров, Благој Михов

Печати

Печатница „2-ри Август“ - Штип
Тираж - 300 примероци

Редакција и администрација
Универзитет „Гоце Делчев“ - Штип
Филолошки факултет
ул. „Крсте Мисирков“ 10А
п. фах 201, 2000 Штип
Р. Македонија

Editorial board

Prof. Sasa Mitrev, Ph.D.
Prof. Blazo Boev, Ph.D.
Prof. Liljana Koleva – Gudeva, Ph.D.
Ass. Prof. Jovanka Denkova, Ph.D.
Ass. Prof. Mahmut Chelik, Ph.D.
Ass. Prof. Ranko Mladenovski, Ph.D.
Risto Kosturanov, M.Sc.

Editorial staff

Prof. Violeta Dimova, Ph.D.
Asoc. Prof. Lusi Karanikolova Ph.D.
Ass. Prof. Tole Belcev, Ph.D.
Ass. Prof. Biljana Ivanovska, Ph.D.
Ass. Prof. Jovanka Denkova, Ph.D.
Ass. Prof. Marija Leontic, Ph.D.
Ass. Prof. Marija Kusevska, Ph.D.
Ass. Prof. Marija Kukubajska Ph.D.
Lecturer Snezana Kirova, M.A.
Vesna Koceva, M.A.

Managing editor

Ass. Prof. Biljana Ivanovska, Ph.D.

Editor in chief

Ass. Prof. Nina Daskalovska, Ph.D.

Language editor

Danica Gavrilovska–Atanasovska
(Macedonian)
Ass. Prof. Marija Kukubajska, Ph.D.
(English)

Technical editor

Slave Dimitrov, Blagoj Mihov

Printing

„Vtori Avgust“ - Stip
Printing No 300

Address of editorial office

Goce Delcev University–Stip
Faculty of Philology
Krste Misirkov 10A
PO box 201, 2000 Stip
R. of Macedonia



СОДРЖИНА CONTENT

д-р Билјана Ивановска д-р Јаготка Стрезовска СИНТАКСИЧКАТА СТРУКТУРА НА ГЛАГОЛИТЕ СО ПРИЗНАКОТ „ЕМОЦИОНАЛНОСТ“ ВО ГЕРМАНСКИОТ И ВО МАКЕДОНСКИОТ ЈАЗИК Бiljana Ivanovska, Ph.D. Jagotka Strezovska, Ph.D. THE SYNTACTIC STRUCTURE OF THE VERBS WITH THE FEATURE “EMOTIONALITY” IN THE CONTEMPORARY GERMAN AND MACEDONIAN LANGUAGE	7
д-р Билјана Ивановска д-р Нина Даскаловска ПРЕГЛЕД И КЛАСИФИКАЦИЈА НА ГЛАГОЛИТЕ ШТО ИСКАЖУВААТ ПСИХИЧКА СОСТОЈБА ВО ГЕРМАНСКИОТ И ВО МАКЕДОНСКИОТ ЈАЗИК Бiljana Ivanovska, Ph.D. Nina Daskalovska, Ph.D. OVERVIEW AND CLASSIFICATION OF VERBS EXPRESSING PSYCHOLOGICAL STATE IN CONTEMPORARY GERMAN AND MACEDONIAN LANGUAGE	15
д-р Дејан Методијески Костадин Голаков КУРСЕВИТЕ ЗА СТРАНСКИ ЈАЗИЦИ КАКО ФАКТОР ЗА ПРОДОЛЖУВАЊЕ НА ТУРИСТИЧКАТА СЕЗОНА Dejan Metodijeski, Ph.D. Kostadin Golakov FOREIGN LANGUAGE COURSES AS A FACTOR FOR PROLONGATION OF THE TOURIST SEASON	23
м-р Ева Ѓорѓиевска КОНЦЕПТОТ НА НАРАТИВЕН ИДЕНТИТЕТ КАЈ ПОЛ РИКЕР И НЕГОВАТА ПРИМЕНЛИВОСТ НА ДЕЛОТО НА МАРСЕЛ ПРУСТ Eva Gjorgjievсka, M.A. THE CONCEPT OF NARRATIVE IDENTITY IN PAUL RICOEUR AND ITS APPLICABILITY ON MARCEL PROUST’S WORK	29
доц. д-р Фадил Хоџа СУЛТАНИ ПОЕТИ ОД 16 ВЕК И НИВНАТА ПОЕЗИЈА Fadil Hodza, PhD SULTANS POETS IN THE XVI CENTURY AND THEIR POETRY	39
Ивана Митева ПРИЧИНИ ЗА КОРИСТЕЊЕ ТЕХНОЛОГИЈА ВО НАСТАВАТА ПО АНГЛИСКИ ЈАЗИК Ivana Miteva REASONS FOR USING TECHNOLOGY IN THE ENGLISH LANGUAGE CLASSROOM	49



- м-р Јане Јованов**
ЛИНГВИСТИЧКИОТ РЕЛАТИВИЗАМ ПРЕКУ ПРЕГЛЕДОТ НА
ЕУФЕМИЗМИ И ПРИНЦИПИТЕ НА НОВОГОВОРОТ ВО „1984“
Jane Jovanov, M.A.
LINGUISTIC RELATIVISM THROUGH A REVIEW OF
EUPHEMISMS AND THE PRINCIPLES OF NEWSPEAK IN “1984” 55
- проф. д-р Блаже Китанов**
РАСКАЗИТЕ И ПАТОПИСИТЕ НА АЦО ШОПОВ
Ph.D Blaze Kitanov
STORIES AND TRAVELOGUE NOTES OF ACO SHOPOV 63
- д-р Ранко Младеноски**
ОДНОСОТ НА МАКЕДОНИСТИТЕ ОД 19 ВЕК
КОН АНТИЧКА МАКЕДОНИЈА
Ranko Mladenoski, Ph.D.
THE POSITION OF 19TH CENTURY
MACEDONIAN REFORMERS ON ANCIENT MACEDONIA 73
- д-р Марија Леонтиќ**
СЕМАНТИКАТА НА ТУРСКИОТ СУФИКС
-џи/-чи /-CI/ (-c1, -c1, -cu, -cū, -ç1, -ç1, -çu, -çü)
ВО ТУРСКИОТ И ВО МАКЕДОНСКИОТ ЈАЗИК
Marija Leontic, Ph. D.
THE SEMANTICS OF THE TURKISH SUFFIX
-џи/-чи /-CI /(-c1,-c1,-cu,-cū,-ç1,-ç1,-çu,-çü)
IN THE TURKISH AND IN THE MACEDONIAN LANGUAGE 83
- д-р Луси Караниколова-Чочоровска**
ЗА ТРАДИЦИЈАТА И МЕНТАЛИТЕТОТ ВО РОМАНОТ
„ЗОНА ЗАМФИРОВА“ ОД СТЕВАН СРЕМАЦ
Lusi Karanikolova-Chochorovska, Phd
ON THE TRADITION AND MENTALITY IN THE NOVEL
„ZONA ZAMFIROVA“ BY STEVAN SREMAC 93
- доц. д-р Махмут Челик**
ЖИВОТНОТО ДЕЛО НА ШУКРИ РАМО (1918-1988)
Mahmut Celik, PhD
THE LIFEWORK OF THE WRITER SHUKRI RAMO 103
- м-р Марија Крстева**
ГЛОБАЛИЗАЦИЈАТА ДЕНЕС – ДАЛИ „ЛОКАЛНОТО“ Е НОВОТО „ГЛОБАЛНО“?
Marija Krteva, MA
IS THE “LOCAL” THE NEW “GLOBAL”? 109
- д-р Марија Кусевска**
СТЕКНУВАЊЕ ПРАГМАТИЧКА КОМПЕТЕНЦИЈА
Marija Kusevska, PhD
DEVELOPING PRAGMATIC COMPETENCE 113



м-р Марија Тодорова м-р Весна Коцева АНКЕТАТА КАКО МЕТОД ЗА НАУЧНО ИСТРАЖУВАЊЕ Marija Todorova, M.A. Vesna Koceva, M.A. SURVEY AS A SCIENTIFIC RESEARCH METHOD	121
Моника Ценова УПОТРЕБАТА НА КОНЦЕПТУАЛНАТА МЕТАФОРА КАКО ПРОМОТОР НА ВЕСТИ ВО НАСЛОВИТЕ НА МАКЕДОНСКИТЕ И АМЕРИКАНСКИТЕ ВЕСНИЦИ Monika Cenova THE USE OF CONCEPTUAL METAPHOR AS A NEWS STORY PROMOTER IN MACEDONIAN AND AMERICAN NEWSPAPER HEADLINES	131
м-р Надица Маркоска ЛЕКСИКАТА ВО ФУДБАЛОТ ВО ИТАЛИЈАНСКИОТ ЈАЗИК Nadica Markoska, M.A. FOOTBALL LEXICON OF ITALIAN LANGUAGE	139
м-р Наталија Поп Зариева ФИКЦИЈА ИЛИ РЕАЛНОСТ: ПОПУЛАРНАТА КУЛТУРА НА 21 ВЕК И ПОСТМОДЕРНАТА ЛИТЕРАТУРА Natalija Pop Zarieva, M.A. FICTION OR REALITY: POPULAR CULTURE OF 21 st CENTURY AND POSTMODERN LITERATURE	149
д-р Нина Даскаловска д-р Билјана Ивановска РАЗВИВАЊЕ НА ВЕШТИНИТЕ НА ЧИТАЊЕ Nina Daskalovska, Ph.D. Biljana Ivanovska, Ph.D. DEVELOPING READING SKILLS	155
доц. д-р Марија Емилија Кукубајска Фросина Јованова ИНТЕРДИСЦИПЛИНАРНА СПОРЕДБА: АМЕРИКАНСКАТА БИТ КУЛТУРА СОЦИЈАЛНО АКТИВИРАНА ОД ПОСТМОДЕРНИЗМОТ Marija Emilija Kukubajska, PhD Frosina Jovanova INTERDISCIPLINARY COMPARISON: THE AMERICAN BEAT CULTURE SOCIAALLY ACTIVATED BY POST-MODERNISM	161
проф. д-р Виолета Димова Габриела Николовска ЕТИЧКИТЕ ВРЕДНОСТИ ВО БАЈКИТЕ ОД БРАЌАТА ГРИМ Violeta Dimova, Ph.D. Gabriela Nikolovska ETHICAL VALUES IN THE GRIMM BROTHERS' FAIRY TALES	173



- проф. д-р Димова Виолета**
Гордана Николовска
ВТОР СТРАНСКИ ЈАЗИК ВО СОВРЕМЕНОТО ОБРАЗОВАНИЕ – АСПЕКТИ И
УСЛОВИ ЗА НЕГОВО ИЗУЧУВАЊЕ
Ph.D. Dimova Violeta
Gordana Nikolovska
SECOND FOREIGN LANGUAGE IN CONTEMPORARY EDUCATION:
ASPECTS AND CONDITIONS FOR ITS ACQUISITION 179
- м-р Драгана Кузмановска**
м-р Биљана Петковска
Весна Ничева
УСПЕШЕН ТРАНСФЕР НА ПОГОВОРКИТЕ И
ПОСЛОВИЦИТЕ ОД ЕДЕН ВО ДРУГ ЈАЗИК
M.A. Dragana Kuzmanovska
M.A. Biljana Petkovska
Vesna Nicheva
SUCCESSFUL TRANSFER OF PROVERBS AND SAYINGS
FROM ONE LANGUAGE INTO ANOTHER 183
- м-р Јована Караникиќ**
ИМИЊАТА ОД СТРАНСКО ПОТЕКЛО КАКО КУЛТУРНИ РЕФЕРЕНЦИ ПРИ
ПРЕВОД НА КНИЖЕВНИ ТЕКСТОВИ
Jovana Karanikik, MA
THE NAMES OF FOREIGN ORIGIN AS CULTURAL REFERENCES IN THE
TRANSLATION OF LITERARY TEXTS 191
- м-р Снежана Кирова**
КАКОВ НАСТАВНИК ВСУШНОСТ САКАМЕ
Snezana Kirova
WHAT KIND OF A TEACHER DO WE ACTUALLY WANT 201
- м-р Татјана Уланска**
м-р Весна Коцева
ПРОФИЛОТ НА ИДНИОТ ПРЕВЕДУВАЧ И ТОЛКУВАЧ ВО ПРЕСРЕТ
НА ВЛЕЗОТ НА МАКЕДОНИЈА ВО ЕУ
Tatjana Ulanska, M.A.
Vesna Koceva, M.A.
THE PROFILE OF THE FUTURE TRANSLATOR AND INTERPRETER
IN THE ACCESSION PROCESS OF THE REPUBLIC OF MACEDONIA
IN THE EUROPEAN UNION 207



Стручен труд
Professional paper

АНКЕТАТА КАКО МЕТОД ЗА НАУЧНО ИСТРАЖУВАЊЕ

м-р Марија Тодорова
м-р Весна Коцева

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 истражувањето 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 (Бижков, Г., В. Краевски, 2007: 20, 23).

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 анкетираниите лица за одговор, за изразување на мислење или став. Процесот на спроведување на анкетата по строго одредена методологија и со научна цел се нарекува *анкетирање*.

Според В Фридрих (цитирано во Бижков, Г., В. Краевски, 2007: 396), анкетирањето е процес на комуникација во кој учествуваат следниве 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 анкетираниите 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 (Бижков, Г., В. Краевски, 2007: 397):

- **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 тешкотии 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 (Wadsworth, Belmont, 2009: 91):

- Анкетирање по пошта т.е. прашалниците се испраќаат по пошта и по спроведената анкета испитаниците ги враќаат прашалниците во центар за обработка и анализа. Недостаток кај овој тип на анкета кој треба да се земе 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 (неколкупратно 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 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 (Бижков, Г., В. Краевски, 2007: 399):



- *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 анкета.
- *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 (Wadsworth, Belmont, 2009: 88):

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.
2. 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 предвид и да се почитуваат следниве основни правила (Андрејева, цитирано во Бижков, Г., В. Краевски, 2007: 402):

- 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 заемно влијание*“, што значи дека две или повеќе прашања се поставуваат во заемна 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 предвид при анализата на податоците и на крајот треба да се вклучени прашања за податоците на испитаниците (пол, возраст итн.). Тоа нè доведува до конструкцијата на анкетниот лист. Таа се состои од три структурни делови (Wadsworth, Belmont, 2009: 90):

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.
3. 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 зачуваат 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 еден 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 анкетираниите 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 податоци кои би ни помогнале да си ги провериме хипотезите и да ја постигнеме целта на нашето истражување (Бижков, Г., В. Краевски, 2007):

- *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.

Валидноста на мерењето, надежно мерење, објективност
(Бижков, Г., В. Краевски, 2007: 410).

- *Валидноста* на мерењето - дали го проверуваме токму тоа што сакаме да го провериме, дали прашањата се поставени така што ќе 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 анкета итн.

- *Објективност* се постигнува ако се исполнети основните барања и принципи при планирањето, подготовката и спроведувањето на анкетата.

За крај, како заклучок е важно 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 анкетаат 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 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 употребуваниите методи во многу области и правилно составување и спроведување на истата обезбедува објективен и валиден резултат кој овозможува постигнување на научната цел.



Библиографија:

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. *Методологија и методи на педагогическите изследвания*. Универзитетско издателство „Св. Климент Охридски“, София, 2007.