

CHESTIONAREA – INSTRUMENT DE DEZVOLTARE AL APTITUDINILOR CREATIVE ÎN CURSURILE ELECTRONICE

Elena ROTARI, *dr., lect. sup. univ.,*

Lidia POPOV, *drd., lect. sup. univ.,*

Universitatea de Stat „Alecus Russo” din Bălți

Abstract: *In this article it is described the structure of the questionnaire, the questionnaire method as a tool to develop the creative skills in the electronic courses in the Higher Education Institutions. It is described the stages of the projection and elaboration of the questionnaires for the electronic courses, the conception and the formulation of the questions. It is described the types of questionnaires in the electronic courses and are highlighted the types of questions included in it which,*

should motivate the student creatively to think in order to respond effectively to the questions that it contains. Also, it is focused on the development of the creative skills in the electronic courses by questioning the students, the ways of questioning, the advantages and disadvantages of their questioning.

Keywords: questionnaire, tool, development, skills, creativity, electronic courses, development.

Introducere

Astăzi tehnologiile informaționale și comunicaționale (TIC) oferă o varietate de instrumente care pot deschide noi posibilități în sălile de clasă atât în instituțiile de învățământ, preuniversitar, cât și universitar. Ajută, în special, la adaptarea procesului de învățământ la nevoile, posibilitățile, necesitățile și cerințele studentului de asemenea, oferă studenților competențe digitale în domeniul profesional (Gillham 2008).

Tehnologiile informaționale și comunicaționale evoluează extrem de rapid și problemele asociate cu utilizarea acestora în învățământ sunt din ce în ce mai complexe. În cazul în care instrumentele TIC devin instrumente eficiente și integrale în învățământ, monitorizarea și evaluarea acestui proces sunt obligatorii (EURYDICE 2011).

În Universitatea de Stat „Alecă Russo” din Bălți în cursurile electronice plasate pe platforma de învățare MOODLE, de către cadrele didactice, foarte des are loc chestionarea studenților. Chestionarul, de asemenea, face parte din TIC, fiind un instrument de cercetare, ce constă dintr-o serie de întrebări în scopul acumulării informațiilor. Deși ele sunt adesea concepute pentru analiza statistică a răspunsurilor, acest lucru nu este întotdeauna valabil. Chestionarul a fost inventat de Sir Francis Galton. Acestea sunt limitate de faptul că respondenții trebuie să fie capabili să citească și să răspundă la întrebări corect, având o atitudine serioasă față de acestea. Scopul principal al chestionării respondenților din învățământul superior este de a dezvolta aptitudini creative în cursurile electronice, de a identifica abilități, cunoștințe pe care aceștia le posedă, competențe digitale care, la rândul său, îi va sprijini pe viitorii specialiști în domeniul profesional.

Structura chestionarului

Structura unui chestionar este constituită din mai multe zone:

1. zona destinată *elementelor de identificare*, referitoare la: tematica cercetată, titlul studiului, numele organizației care realizează cercetarea, data completării, aceasta fiind amplasată chiar la începutul chestionarului, separat de celelalte;
2. zona destinată *introducerii*, în care sunt prezentate, pe scurt, scopul anchetei și unele explicații menite a provoca interesul respondenților în sprijinirea studiului;
3. zona destinată spațiului rezervat *întrebărilor și răspunsurilor* (corpul chestionarului);
4. zona pentru *clasificări*, conținând despărțiturile cu ajutorul cărora se obțin informațiile referitoare la o unitate de curs;
5. zona părții *finale*, cuprinzând formulele de mulțumire pentru amabilitatea de a accepta chestionarea și de apreciere a utilității informațiilor furnizate.

Proiectarea și elaborarea chestionarelor pentru cursurile electronice

Atât proiectarea unui chestionar, cât și elaborarea acestuia se bazează în mare măsură pe etapa în care se construiesc procedeele de măsurare a diferitelor concepte intervenite în cercetare. Această etapă constă în asigurarea validității și fidelității măsurărilor efectuate. Chestionarul reprezintă o serie de întrebări care, la rândul lor, corespund unor indicatori identificați pentru conceptele pe care dorim să le măsurăm, în scopul de a aduna informații de la respondenți. Orice întrebare din chestionar are un scop bine determinat, care duce la rezolvarea unor probleme sau chiar la reliefarea acesteia. Un chestionar îl putem considera reușit în cazul în care acesta furnizează răspunsuri precise, adevărate și utilizabile. Elaborarea unui chestionar se bazează pe experiența acumulată pe parcursul anilor de studii de către cadrul didactic (Chestionarul sociologic).

Sociologul Lars Becker spunea că în construcția întrebărilor din chestionar trebuie să se țină cont de o serie de criterii și anume:

- *relevanța* (conținutul întrebărilor trebuie să fie corelat cu tema și să aibă relevanță pentru obiectivele cercetării);
- *simetria* (fiecare întrebare trebuie să se refere la un anumit aspect particular și unic al cercetării);
- *claritatea și simplitatea* (întrebările trebuie să fie clare, simple, precise și să reflecte într-o manieră consistentă sensul întrebării la care se face referire);
- *adaptarea limbajului* (itemi formulați trebuie să fie înțeleși de către persoanele supuse anchetei).

La elaborarea unui chestionar trebuie să ținem cont nu numai de principiile generale, dar și de următoarele două criterii destul de importante:

1. măsura în care acesta asigură informația despre subiectul respectiv;
2. măsura în care este adaptat caracteristicilor respondenților.

În cazul în care primul criteriu nu se respectă, chestionarul nu poate fi folosit, pe când în ce privește cel de-al doilea criteriu se impune ca în activitatea de proiectare și administrare a unui chestionar să se țină cont de caracteristicile acestora (Мягков 2002).

Proiectarea unui chestionar presupune parcurgerea următoarelor etape:

- I. Specificarea informației și a obiectivelor cercetării;
- II. Stabilirea metodei de culegere a datelor;
- III. Elaborarea întrebărilor;
- IV. Proiectarea caracteristicilor fizice ale chestionarului;
- V. Avizarea chestionarului;
- VI. Pretestarea și revizuirea chestionarului.

Pentru proiectarea unui chestionar trebuie să ținem cont de obiectivele cercetării și de grupul țintă care urmează a fi investigate. Proiectarea corectă a unui chestionar este logic să înceapă cu *specificarea* informațiilor și a obiectivelor cercetării, care se dorește a fi obținute cu ajutorul acestui instrument de acumulare a datelor. Decizia este nemijlocit legată de identificarea obiectivelor urmărite și de formularea ipotezelor corespunzătoare. Fiecare obiectiv trebuie să-și găsească reflectarea adecvată în structura chestionarului, jucând un rol esențial în selectarea tipului de întrebări și a formei de răspuns utilizate (Батыгин 1995).

După specificarea informației dorite și a obiectivelor cercetării, este necesară stabilirea metodei de culegere a datelor având un impact deosebit de important asupra celorlalte etape în proiectarea chestionarului.

Elaborarea întrebărilor din chestionar presupune găsirea celor mai bune soluții referitor la:

- conținutul întrebărilor ce va reflecta scopul, obiectivele etc.;
- tipul întrebărilor: deschise, închise, mixte;
- calitatea formulării întrebărilor, adică folosirea unor cuvinte simple pe înțelesul tuturor respondenților;
- ordinea de aranjare a acestora în cadrul chestionarului, deoarece ea influențează decizia subiectului de a răspunde la toate întrebările.

Chiar și atunci când sunt respectate cu strictețe toate cerințele, recomandările și regulile expuse în subcapitolele precedente, înainte de folosirea propriu-zisă, pe parcurs și în final, chestionarele trebuie să fie supuse unor operațiuni de pretestare și testare (în scopul depistării și eliminării ultimelor imperfecțiuni pe care le mai pot conține) (Замбръжцкая 1990).

Această operațiune poate fi făcută chiar imediat după ce este formulată fiecare întrebare. Cu această ocazie, pe un număr de câțiva respondenți potențiali, se verifică măsura în care întrebarea este înțeleasă, ce interpretări i se pot da, ce tipuri de răspunsuri suscită, dacă nu cumva toată lumea răspunde la fel, care sunt erorile la care conduc acestea etc.

După ce s-au efectuat pretestările și modificările aferente acestora, chestionarul (în forma finală) este supus testării propriu-zise. Aceasta are loc numai în mediu real, în baza unor eșantioane reprezentative ceva mai mari, cuprinzând 15 – 30 de persoane).

Conceperea și formularea întrebărilor

La conceperea unui chestionar se determină felul și volumul de informații care urmează a fi acumulate. Pentru aceasta trebuie să fie clar definit scopul cercetării în care chestionarul va fi implicat. Odată stabilite tipurile de informații necesare atingerii obiectivelor cercetării, este necesar să se stabilească, de asemenea: categoriile de respondenți care le-ar putea furniza; piedicile care ar putea apărea în calea obținerii informațiilor dorite; modul de formulare a întrebărilor etc.

Toate genurile de informații considerate necesare se sistematizează și se includ într-o listă de informații, foarte utilă în faza de proiectare a chestionarului (Андреевков 1990).

Conceperea unui chestionar adecvat obiectivelor cercetării științifice trebuie să răspundă la o serie de cerințe exprimate prin următoarele întrebări:

- Ce trebuie să întrebăm?
- Cum să formulăm întrebările?
- Care trebuie să fie ordinea de aranjare a întrebărilor?
- Cum se prezintă legăturile dintre întrebări?
- Care modalitate de prezentare a chestionarului va servi cel mai bine obiectivelor cercetării?
- Cum trebuie pretestat chestionarul?

Miezul oricărui chestionar este constituit din întrebările pe care el le conține. În redactarea lor, punctul de plecare nu poate fi altul decât nevoile de informații cerute de rezolvarea problemelor presupuse de cadrele didactice, care face necesară utilizarea chestionarelor.

Întrebările formulate într-un chestionar trebuie să trezească motivația studentului de a gândi creativ pentru a răspunde efectiv la întrebările pe care acesta le conține. Fiecare întrebare trebuie să fie caracterizată în așa mod, încât imediat să trezească această motivație de gândire creativă.

Este destul de important cum formulăm întrebările în chestionar, cât de clare acestea sunt, deoarece ele trebuie să dezvolte aptitudini creative în cursurile electronice, să dezvolte competențe digitale, să acumuleze cunoștințe etc. Totul depinde de scopul pe care îl urmărim la finele chestionării respondenților și anume ce dorim să obținem ca produs final și, cel mai important, unde, cum și pentru ce vom folosi rezultatele obținute.

Tipuri de chestionare în cursurile electronice

În funcție de rezultatele obținute, deosebim diferite tipuri de chestionare:

1. chestionare de dezvoltare a competențelor digitale;
2. chestionare de dezvoltare a aptitudinilor creative;
3. chestionare de dezvoltare a cunoștințelor;
4. chestionare de acumulare a informațiilor;
5. chestionare de depistare a atitudinilor față de un curs electronic etc.

În chestionarea respondenților se urmărește, în primul rând, atitudinea acestora față de cursul respectiv, față de obiectivele care stau în fața chestionării cursului și, nu în ultimul rând, față de cadrul didactic. Astfel spus, se chestionează atât unitatea de curs, cât și cadrul didactic, pentru a scoate în relief avantajele și dezavantajele cursului.

Tipuri de întrebări incluse în chestionare

În funcție de modul în care pot fi formulate răspunsurile, întrebările care se includ într-un chestionar se grupează în mai multe tipuri: *de conținut*, adică alegerea indicatorilor necesari și suficienți pentru descrierea fenomenului investigat; *de formă*, adică transpune-

rea indicatorilor în întrebări standardizate care să ia cea mai potrivită formă, astfel încât să fie formulate într-un limbaj adecvat.

În funcție de *conținut*: factuale; de opinie; de cunoștințe; de control; de filtru; de motivație etc.

În funcție de *formă*: închise; deschise.

Întrebările *factuale* vizează elemente de comportament și totodată se referă la o situație obiectivă și verificabilă prin alte mijloace: Cât de des călătoriți în SUA?

Întrebări *de opinie* vizează aspecte ce țin de universul interior al individului (părerii, atitudini, opinii, așteptări, evaluări, atașamente, explicații, justificări, motivații etc.). Informația nu poate fi obținută în mod direct altfel decât prin discuții cu subiectul, în schimb răspunsurile sunt influențate de factori diverși și nu întotdeauna previzibili: *Cum credeți că se va schimba nivelul dumneavoastră de trai în următorii 4 ani?*

Întrebările *de cunoștințe* nu urmăresc obținerea de informații (cuprinse în răspunsurile subiecților), ajutând la caracterizarea persoanelor interogate. Se utilizează foarte des și ca întrebări de control, în special în ceea ce privește comportamentul autodeclarat al respondenților și sunt neprietenoase pentru subiecți: *Va amintiți cumva care este numele ministrului de externe al Republicii Moldova?*

Întrebările *de motivație* sunt o formă a întrebărilor de opinie, afectate de subiectivitate într-o măsură foarte mare și care oferă informații despre explicațiile și interpretările subiecților cu privire la opiniile și comportamentele acestora. Se structurează pe trei dimensiuni: motivele reale, motivele conștientizate, motivele declarate: *Oamenii au diferite motive pentru care votează cu un partid sau cu altul. Care din următoarele aspecte este cel mai important pentru Dvs.?*

Tipuri de întrebări în funcție de formă:

Întrebările *închise* – oferă variantele de răspuns;

Întrebările *deschise* – lasă libertatea subiectului să-și formuleze răspunsul;

Întrebări *mixte* (semî închise sau semideschise) – îmbină cele două caracteristici.

Sistemul de variante trebuie să fie:

Complet – orice răspuns să își găsească locul în gama variantelor existente;

Discriminatoriu – două situații diferite trebuie surprinse în variante de răspuns diferite;

Univoc – unui răspuns să-i corespundă o singură variantă dintre cele oferite.

Întrebările *deschise* sunt întrebările la care cei cărora le sunt adresate pot răspunde utilizând propriile cuvinte, ele fiind folosite în stadiul exploratoriu al anchetei, în care se urmărește mai degrabă identificarea și descrierea evantaiului complet de situații, comportamente, atitudini etc., decât stabilirea frecvenței acestora: *După părerea ta, care sunt valorile cele mai de preț ale societății actuale?*

Ele prezintă avantajul că asigură un evantai mai bogat de răspunsuri, fiind recomandate mai ales în cazul interviurilor, când operatorii pot oferi respondenților lămuriri suplimentare, aceștia din urmă nefiind puși în situația de a scrie răspunsurile. De asemenea, întrebările *deschise* sunt indispensabile atunci când variantele de răspunsuri la ele, fiind foarte diverse, nu au cum fi cunoscute dinainte. Întrucât formularea răspunsurilor la unele din aceste întrebări presupune un efort relativ mare din partea respondenților, numărul lor trebuie redus la strictul necesar (Crearea sondajelor).

O întrebare *deschisă* este aceea care lasă pe cel interesat să răspundă cum vrea el, neexistând nici o constrângere.

Întrebările *deschise* pot fi caracterizate astfel:

- dacă sunt bine formulate atunci se pot obține informații asupra oricărui subiect;
- ele sunt indispensabile în culegerea informațiilor privind problemele delicate, cum sunt cele legate de măsurarea atitudinilor, nevoilor, motivațiilor;

- utilizarea lor este impusă în cazurile în care nu pot fi prevăzute toate răspunsurile posibile;
- formularea lor este foarte delicată, de aceea ele trebuie să fie cuprinzătoare, să nu comporte ambiguități și contrasensuri;
- prelucrarea lor este foarte costisitoare și anevoioasă.

Întrebările *închise* sunt cele la care nu se poate răspunde decât în variantele prestabilite: *Obişnuieți să citiți cărți?* La rândul lor, ele pot fi: *dihotomice* – cu răspunsuri la alegere, *semantice* – cu răspunsuri ierarhizate.

Întrebările *dihotomice* sunt cele la care nu se pot da decât două răspunsuri: *Da* sau *Nu*, adică se alege doar un singur răspuns: *Urban* sau *Rural*, *Feminin* sau *Masculin* etc.

Întrebările *închise* sunt de mai multe tipuri:

- *cu răspuns unic*, unde respondentul trebuie să aleagă doar o variantă de răspuns. Aceste întrebări sunt cel mai ușor de prelucrat din punct de vedere statistic.
- *cu răspunsuri multiple*, unde respondentul poate să aleagă mai multe variante de răspuns. Dacă acest număr nu este limitat, atunci codificarea și prelucrarea datelor necesită o perioadă mai lungă, motiv pentru care se recomandă limitarea numărului de răspunsuri.
- *cu clasamente*, unde respondentul clasează răspunsurile posibile într-o anumită ordine în funcție de preferințele sale. Aceste tipuri de întrebări cer un efort mai mare din partea respondentului, ca urmare ele devin obositoare. Astfel, se impune limitarea variantelor de răspuns. De asemenea, aceste întrebări necesită o perioadă mai mare de pregătire a lor pentru prelucrare, iar exploatarea nu este imediată (Chestionar).

Întrebările cu *răspunsuri la alegere (semideschise)* sunt cele care pot primi un număr limitat de răspunsuri, acestea fiind precizate: *Care din următorii factori contează în primul rând la alegerea pastei de dinți pe care o utilizați?*

În cazul utilizării acestora, cel care concepe chestionarul trebuie să se asigure că nu s-a omis nici un răspuns posibil. În plus, fiecare variantă de răspuns trebuie să le elimine pe toate celelalte. Ordinea în care sunt așezate variantele de răspuns este foarte importantă, cadrele didactice atrăgând atenția că suficient de mulți studenți sunt tentați de a opta pentru prima sau ultima alternativă. De aceea, este indicat ca, de la un respondent la altul, să se schimbe această ordine.

Întrebările *semantice* în scară (*ierarhizate în ranguri*) sunt cele care solicită persoanelor anchetate să precizeze ordinea de prioritate acordată variantelor de răspuns precizate: *Cum vă place lecția A?*

- *Precizați, prin cifre romane de la I la V, locul pe care îl ocupă următoarele mărci de monitoare în ordinea preferințelor dumneavoastră.*

Ca și întrebările cu răspunsuri la alegere, și acestea permit tabelarea răspunsurilor și efectuarea de comparații.

Pentru ca informațiile obținute să fie semnificative, este necesar ca cadrele didactice să se convingă că respondenții cunosc bine aspectele legate de fiecare subiect cercetat în parte. Altfel (dacă subiecții nu știu prin ce se diferențiază cele cinci mărci de monitoare, de exemplu), se vor primi răspunsuri la întâmplare.

Comparativ cu întrebările *deschise*, cele *închise* prezintă unele *avantaje*:

- reduc în mod considerabil efortul pentru darea răspunsurilor;
- permit codificarea, fără dificultăți, a răspunsurilor;
- permit respondenților să se ia în considerare și unele variante de răspuns la care altfel nu s-ar gândi;
- sunt mult mai ușor acceptate de respondenți etc.

De asemenea, acestea au și *dezavantaje*:

- pot sugera respondenților varianta normală de răspuns;
- permit formularea unor răspunsuri pe negândite ori la întâmplare;
- necesită un efort mare de redactare și de pretestare;
- limitează paleta răspunsurilor etc.

De regulă, întrebările închise predomină asupra celor deschise.

Întrebările de *control* au rolul de a verifica dacă răspunsurile la celelalte întrebări au fost corecte sau nu, dacă sunt suficient de bine fundamentate, dacă nu sunt date în urma unei informări insuficiente etc. De exemplu, pentru a verifica dacă răspunsul dat la întrebarea: *Cum vă place lecția A?*, întrebările de control posibile ar fi: *Ce temă din cele ascultate ieri, vă place mai mult?* În condițiile în care răspunsul la această întrebare este: *Toate îmi plac*, este evident că nu se poate avea nici o încredere în răspunsul dat la prima întrebare (Chestionarul sociologic).

Întrebările *filtru* sunt cele care, în funcție de răspunsurile primite, se folosesc fie în scopul eliminării din chestionar a subiecților care nu prezintă interes, fie în vederea eliminării din chestionare a unor întrebări care devin de prisos. Astfel, dacă se urmărește, de pildă, cunoașterea opiniilor consumatorilor despre reacțiile negative (nedescoperite încă) ale organismului uman la consumul dintr-un medicament oarecare B, prima întrebare filtru va fi, probabil, următoarea: *Folosiți medicamentul B?*

Dacă răspunsul este negativ, respondentului respectiv nu i se va mai pune nici una din celelalte întrebări care se referă la efectele principale sau secundare ale acestuia, el fiind eliminat din chestionar. Întrebările de *control* și *filtru* nu trebuie să lipsească din chestionarele folosite la chestionarea studenților, deoarece ele dezvoltă aptitudini creative în cursurile electronice.

În funcție de modul în care se adresează respondenților, întrebările din chestionare pot fi de încă două feluri:

– *directe*, abordând subiectul frontal, fără nici un fel de menajamente: *Serviți cele trei mese la timp în fiecare zi?*

– *indirecte*, subiectele delicate fiind luate în discuție pe departe, pentru ca respondentul să nu se simtă stânjenit sau tentat să dea răspunsuri incorecte: *Toată lumea este amatoare de a servi mai mult de trei mese pe zi?*

Formularea directă a întrebărilor se recomandă ori de câte ori există certitudinea că respondenții sunt în măsură să le înțeleagă adevărata semnificație și că au interesul să răspundă corect, precum și atunci când ei pot deveni suspicioși de îndată ce simt capcanele pe care i le pregătesc cei care-i iau „pe ocolite”. Sunt suficiente persoane care se simt jignite atunci când, cu ele, se încearcă anumite „trucuri”, ascunzându-li-se adevăratul subiect al discuțiilor. De asemenea, adresarea directă este recomandată și atunci când se urmărește limitarea înclinației spre refuz a unor respondenți. De exemplu, dacă dorești să cunoști vârsta cuiva, în loc să i te adresezi cu întrebarea: *Pot îndrăzni să vă întreb ce vârstă aveți?*, la care se poate oricând primi răspunsul *Nu*, mai bine folosești adresarea directă: *Ce vârstă aveți?*

Pe de altă parte, întrebările *indirecte* se recomandă în situațiile în care este de așteptat ca respondenții să aibă interesul să denatureze unele informații, fiind totodată și ușor de „păcălit” atunci când sunt luați „cu zăhărelul”.

De regulă, o întrebare stânjenitoare directă se reformulează prin mai multe întrebări indirecte. Adeseori, respondenții întrebărilor indirecte nici nu intuiesc adevăratele scopuri urmărite prin formularea lor.

Atât întrebările *închise*, cât și cele *deschise* au mari avantaje:

Avantajele întrebărilor închise:

- rapiditatea prelucrării rezultatelor;

- ușurința completării chestionarului;
- claritatea conținutului/sensului întrebării;
- uniformitatea înțelegerii întrebării și înregistrării răspunsurilor;
- facilitarea găsirii răspunsului potrivit etc.

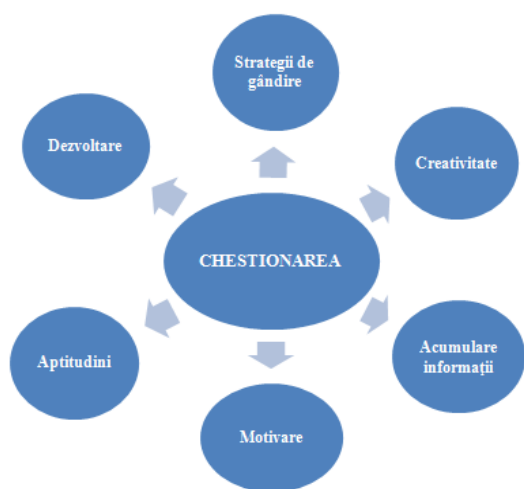
Avantajele întrebărilor deschise:

- nu sugerează răspunsuri;
- indică nivelul cunoștințelor subiectului despre problematica respectivă;
- ilustrează ceea ce apare cu preponderență în mintea subiectului referitor la problema respectivă;
- evită erorile de formă datorate variantelor de răspuns etc.

Tipurile de întrebări descrise în această temă cu siguranță servesc ca instrument de dezvoltare al aptitudinilor creative în cursurile electronice.

Dezvoltarea aptitudinilor creative în cursurile electronice prin chestionarea studenților

Chestionarea studenților se efectuează pentru a dezvolta aptitudini creative în cursurile electronice la diverse unități de curs în instituțiile de învățământ superior. De asemenea, pentru a depista punctele tari și slabe ale studenților, față de o unitate de curs, pentru a identifica domeniile unde îmbunătățirea este necesară sau e de dorit, pentru a identifica prioritățile legate de planificarea dezvoltării personalului didactic etc.



În figura de mai jos se vede clar că chestionarea poate rezulta următoarele:

- strategii de gândire;
- dezvoltare;
- creativitate;
- aptitudini;
- motivare;
- acumulare informații etc.

Avantajele și dezavantajele chestionării studenților în cursurile electronice

Analiza modalităților de chestionare a studenților în cursurile electronice permit de a scoate în evidență unele avantaje și dezavantaje (Crearea sondajelor).

Avantajele:

- permite investigarea unor stări, percepții, atitudini intime, ascunde, profunde;
- oferirea unui timp de gândire subiectului pentru formularea răspunsurilor;
- administrarea și analiza rezultatelor automatizată.

Dezavantajele:

- riscul pierderii spontaneității răspunsurilor;
- posibile cazuri de nesinceritate;
- posibilitatea producerii unui număr mai mare de erori datorate neînțelegerii chestionarului;
- lipsa certitudinii că la chestionar răspunde chiar persoana cuprinsă în eșantion.

Concluzii

Chestionarul este un instrument de măsură care trebuie elaborat într-o manieră logică și coerentă pentru a trezi și menține interesul respondenților. Este un instrument foarte

flexibil, deoarece există mai multe moduri în care o întrebare se poate pune în chestionare. Cea mai importantă metodă utilizată de cadrele didactice în învățământul superior, pentru punerea întrebărilor și înregistrarea răspunsurilor la acestea, îl reprezintă *chestionarea*.

Chestionarul este un instrument de colectare a datelor ce permite cadrului didactic să controleze, să monitorizeze și să dirijeze procesul de instruire în cadrul cursului electronic. Rezultatele chestionării respondenților se utilizează în scopul îmbunătățirii, în general, a cursului electronic și a procesului de învățământ.

Chestionarele trebuie proiectate și elaborate cu atenție, parcurgând etapa de analiză primară, etapa de creare a chestionarului și etapa de testare pentru a asigura calitatea acestora și pentru a atinge scopurile urmărite. Chestionarea de către respondenți a cursurilor electronice dezvoltă aptitudini creative în cursurile electronice, dezvoltă competențe digitale pe care ulterior le utilizează în domeniul profesional, dezvoltă cunoștințe, acumulează informații etc.

Referințe bibliografice:

1. Gillham, B., *Developing a questionnaire* (2nd ed.). London, UK: Continuum International Publishing Group Ltd, 2008.
2. Батыгин Г.С., *Лекции по методологии социологических исследований: Учебник для вузов*. М.: Аспект Пресс, С. 62-101 (Глава 3. Концепты и измерения), 1995.
3. Замбрицкая А.К., *Эмпирическая апробация вопросника в маркетинговом исследовании* // Социологические исследования. №11. С. 115-122. URL, 1990.
4. *Методы сбора информации в социологических исследованиях*. Отв. Ред. В. Г. Андреевков, О. М. Маслова. Книга 1, М., Наука, 1990.
5. Мягков А. Ю., *Использование экспертных оценок при диагностике неискренних ответов респондентов* // Социологический журнал. 2002. №3. URL.
6. Chestionarul sociologic.[online]. Disponibil pe Internet la adresa: <http://destepti.ro/chestionarul-sociologic>.
7. EURYDICE, *Datele cheie învățare referitoare la învățare și inovare prin intermediul TIC în școlile din Europa*, 2011. [online]. Disponibil pe Internet la adresa: http://eacea.ec.europa.eu/education/Eurydice/documents/key_data_series/129RO.pdf.
8. Crearea sondajelor. [online]. Disponibil pe Internet la adresa: <http://www.isondaje.ro/questions/>.
9. Chestionar. [online]. Disponibil pe Internet la adresa <https://ro.wikipedia.org/wiki/Chestionar>.