



Πανεπιστήμιο Αιγαίου

Τμήμα Επιστημών της Θάλασσας-Σχολή Περιβάλλοντος

Ανοικτό ακαδημαϊκό μάθημα

Διαχείριση Παρακτίων Περιοχών

Διδάσκοντες:

Ο.Τζωράκη, Μ.Κωστοπούλου-Καραντανέλλη, Α. Βελεγράκης,
Δ.Κίτσιου, Ε.Κρασακοπούλου, Ι.Μπατζάκας, Γ.Τσιρτσής,
Π. Τουρλιώτη



Ευρωπαϊκή Ένωση
Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο



ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΠΑΙΔΕΙΑΣ & ΘΡΗΣΚΕΥΜΑΤΩΝ, ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΥ & ΑΘΛΗΤΙΣΜΟΥ
ΕΙΔΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ

Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης



Επένδυση για την Ελλάδα
ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ ΤΑΜΕΙΟ

Άδειες Χρήσης

- Το παρόν εκπαιδευτικό υλικό υπόκειται σε άδειες χρήσης Creative Commons.
- Για εκπαιδευτικό υλικό, όπως εικόνες, που υπόκειται σε άλλου τύπου άδειας χρήσης, η άδεια χρήσης αναφέρεται ρητώς.



Χρηματοδότηση

- Το παρόν εκπαιδευτικό υλικό έχει αναπτυχθεί στα πλαίσια του εκπαιδευτικού έργου του διδάσκοντα.
- Το έργο «**Ανοικτά Ακαδημαϊκά Μαθήματα στο Πανεπιστήμιο Αιγαίου**» έχει χρηματοδοτήσει μόνο τη αναδιαμόρφωση του εκπαιδευτικού υλικού.
- Το έργο υλοποιείται στο πλαίσιο του Επιχειρησιακού Προγράμματος «Εκπαίδευση και Δια Βίου Μάθηση» και συγχρηματοδοτείται από την Ευρωπαϊκή Ένωση (Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο) και από εθνικούς πόρους.



Ευρωπαϊκή Ένωση
Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο



ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΠΑΙΔΕΙΑΣ & ΘΡΗΣΚΕΥΜΑΤΩΝ, ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΥ & ΑΘΛΗΤΙΣΜΟΥ
ΕΙΔΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ

Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης



ΤΟ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ ΩΣ ΕΡΓΑΛΕΙΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ

Τουρλιώτη Πολίνα

Μέλος Ε.Δι.Π. Σχολής Περιβάλλοντος

Μυτιλήνη, Μάιος 2015

1. ΔΕΙΓΜΑΤΟΛΗΠΤΙΚΕΣ ΕΡΕΥΝΕΣ

Σε τι αναφερόμαστε όταν μιλάμε για δειγματοληπτικές έρευνες; Είναι ερευνητικές προσπάθειες που αφορούν ένα θέμα και απευθύνονται σε μια ομάδα ατόμων που καλείται δείγμα. Ευρεία εφαρμογή στην καθημερινότητα π.χ. δημοσκοπήσεις, έρευνες αγοράς.

Ανάλογα με τα μέσα και τους πόρους που διαθέτουμε απαιτείται και διαφορετικός χρόνος για την ολοκλήρωσή τους.

Η δειγματοληπτική έρευνα διεξάγεται από συνεντευκτές, με αυτοσυμπληρούμενο ερωτηματολόγιο, με τη χρήση τηλεφώνου και μπορεί να μη βασίζεται αποκλειστικά στη χρήση ερωτηματολογίου, αλλά και στην παρατήρηση του ερευνητή.

1. ΔΕΙΓΜΑΤΟΛΗΠΤΙΚΕΣ ΕΡΕΥΝΕΣ

Συνοπτικά τα **τυπικά χαρακτηριστικά** της είναι:

1. Η χρήση ενός **προκαθορισμένου ποσοτικού σχεδίου**
2. Η συλλογή **μικρού ποσού δεδομένων** σε τυποποιημένη μορφή από ένα σχετικά **μεγάλο αριθμό ατόμων**
3. Η επιλογή **αντιπροσωπευτικών δειγμάτων/ατόμων** από γνωστούς πληθυσμούς. Ωστόσο αν ο πληθυσμός είναι σχετικά μικρός μπορεί να ενταχθεί και όλος στη διερεύνηση του ερωτήματος.

Για την διεξαγωγή της δειγματοληπτικής έρευνας, εισάγεται και ο παράγοντας **χρόνος** που εκφράζεται με τη χρονική στιγμή της διεξαγωγής της και μπορεί να ποικίλει από μέρες έως και μεγαλύτερα χρονικά διαστήματα.

1.1 ΓΙΑΤΙ ΔΕΙΓΜΑΤΟΛΗΠΤΙΚΗ ΕΡΕΥΝΑ;

Οι δειγματοληπτικές έρευνες εξυπηρετούν **διάφορους ερευνητικούς σκοπούς**, οι οποίοι μπορεί να είναι **διερευνητικοί, περιγραφικοί, ερμηνευτικοί**.

Οι περισσότερες δειγματοληπτικές έρευνες διεξάγονται για περιγραφικούς σκοπούς. Μπορούν να προσφέρουν πληροφορίες για την κατανομή ενός μεγάλου εύρους ανθρώπινων χαρακτηριστικών και τις σχέσεις μεταξύ τους π.χ. κάποιο πολιτικό κόμμα που θέλει να ξέρει το προφίλ των ψηφοφόρων του (φύλο, ηλικία, επάγγελμα κ.α).

1.1 ΓΙΑΤΙ ΔΕΙΓΜΑΤΟΛΗΠΤΙΚΗ ΕΡΕΥΝΑ;

Πέρα από τον περιγραφικό σκοπό μπορούμε να προχωρήσουμε στον ερμηνευτικό, δηλαδή να ερμηνεύσουμε τα υπό μελέτη φαινόμενα και τα πρότυπα στα αποτελέσματα που προέκυψαν.

Κάνουμε δηλαδή μια προσπάθεια αφαιρετικής ερμηνείας- από το ειδικό, τη συγκεκριμένη περίπτωση οδηγούμαστε στο γενικό. Βέβαια αυτό δεν είναι τόσο απλό, απαιτεί εκτεταμένη διερεύνηση και υποστήριξη του συμπεράσματος με βιβλιογραφικά/ερευνητικά δεδομένα.

1.2 ΣΥΛΛΟΓΗ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ Δ.Ε.

Οι περισσότερες δειγματοληπτικές έρευνες περιλαμβάνουν τη **χρήση ερωτηματολογίου**.

Τι είναι το ερωτηματολόγιο; Είναι απλά ένας κατάλογος ερωτήσεων; Το ερωτηματολόγιο είναι ένα σημαντικό εργαλείο για απόκτηση δεδομένων και πληροφοριών. Δεν αποτελεί απλά παράθεση ερωτήσεων. Απαιτεί εφαρμογή ιδιαίτερης τεχνικής, αλλά και τέχνη από την πλευρά του δημιουργού.

Το **Ερωτηματολόγιο είναι ένα έντυπο** το οποίο απευθύνεται ομοιόμορφα στα υποκείμενα του δείγματος και στο οποίο σημειώνονται οι απαντήσεις ή αποκρίσεις ενός συγκεκριμένου ατόμου (του ερωτώμενου) με σκοπό να συγκεντρωθούν οι ζητούμενες πληροφορίες για ένα ζήτημα/πρόβλημα.

Σύμφωνα με τον Φίλια (1996) είναι το **βασικό μέσο επικοινωνίας** ανάμεσα στον συνεντευκτή και τον ερωτώμενο – δεν αφορά την περίπτωση των αυτοσυμπληρούμενων ερωτηματολογίων.

1.2 ΣΥΛΛΟΓΗ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ Δ.Ε.

Η κατασκευή του δεν είναι απλή, καθώς από τον τρόπο που δομείται, διαμορφώνεται και εφαρμόζεται, εξαρτάται η εγκυρότητα των συμπερασμάτων της ερευνητικής προσπάθειας, καθώς επιδρά στην ποιότητα των δεδομένων που συλλέγονται.

Η λογική της χρήσης του ερωτηματολογίου στηρίζεται στα εξής:

- Για να μελετήσουμε ένα ζήτημα/θέμα ρωτάμε τα άτομα που εμπλέκονται
- Οι πληροφορίες που μπορούμε να συλλέξουμε εξαρτώνται από τις ερωτήσεις που τίθενται
- Το σύνολο των ατόμων που αφορά το ζήτημα, μπορεί να αντιπροσωπευθεί από ένα μέρος του (δείγμα)
- Η συγκέντρωση και η επεξεργασία των απαντήσεων θα μας οδηγήσουν στην εξαγωγή συμπερασμάτων για το συγκεκριμένο θέμα, που θα αποτελούν και τη θέση του μελετώμενου συνόλου (γενίκευση)

1.2.1 ΤΡΟΠΟΙ ΣΥΜΠΛΗΡΩΣΗΣ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟΥ

Υπάρχουν **τρεις τρόποι** με τους οποίους αυτό χορηγείται και συμπληρώνεται:

1. **Αυτοσυμπλήρωση.** Οι αποκρινόμενοι συμπληρώνουν/επιλέγουν μόνοι τους τις απαντήσεις. Αποστέλλεται συνήθως ταχυδρομικά αλλά και με το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο ή μέσω διαδικτύου. Μπορούμε να έχουμε μεγάλα δείγματα με σχετικά μικρή πρόσθετη προσπάθεια.
1. **Πρόσωπο με πρόσωπο συνέντευξη/ απευθείας συνομιλία.** Ο συνεντευκτής θέτει τις ερωτήσεις και συμπληρώνει το ερωτηματολόγιο. Κατά τη διεξαγωγή της διαδικασίας συμπλήρωσης, ο συνεντευκτής έχει εικόνα για τις συνθήκες και το περιβάλλον υπό το οποίο πραγματοποιείται αυτή η διαδικασία.

1.2.1 ΤΡΟΠΟΙ ΣΥΜΠΛΗΡΩΣΗΣ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟΥ

3. **Τηλεφωνική συνέντευξη.** Ο συνεντευκτής επικοινωνεί τηλεφωνικά, θέτει τις ερωτήσεις και συμπληρώνει τις απαντήσεις.

Επομένως μπορούν να **διακριθούν**:

1. στα απευθείας (συμπληρώνονται από τον ίδιο τον ερωτώμενο)
2. στα εμμέσως συμπληρούμενα (απαραίτητη η παρουσία του ερευνητή)

Οι απαντήσεις συνήθως αφορούν **άτομα**, αλλά μπορεί και κάποιο άτομο να απαντά **αντιπροσωπεύοντας ομάδα** ή **οργανισμό**. Επίσης μπορεί να χορηγείται και ομαδικά π.χ. οι φοιτητές ενός μαθήματος να συμπληρώσουν ερωτηματολόγιο, ταυτόχρονα όντας παρόντες σε μια αίθουσα.

1.2.2 ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ

Ας δούμε τώρα αναλυτικότερα τις **κατηγορίες πληροφορίας** που ανακαλούμε με τη χρήση του ερωτηματολογίου (Javeau, 1997):

1. Γεγονότα τα οποία προκύπτουν από:

- A. το προσωπικό πεδίο των ατόμων που αποτελούν το μελετώμενο κοινωνικό σύνολο
- B. από το πεδίο του άμεσου περιβάλλοντός τους
- Γ. από το πεδίο συμπεριφοράς τους

2. Υποκειμενικές κρίσεις για γεγονότα, ιδέες, συμβάντα ή άτομα, είτε

- A. Γνώμες, δηλαδή έμμεσες εκτιμήσεις
- B. στάσεις
- Γ. κίνητρα, προσδοκίες, κ.λ.π

3. Γνώσεις, δηλαδή ενδείξεις σχετικά με το επίπεδο γνώσεων των ατόμων γύρω από το αντικείμενο της έρευνας

2. ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ Ή ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗ;

Πως επιλέγουμε την κατάλληλη προσέγγιση για την έρευνά μας;

Σε γενικές γραμμές όταν το πρόβλημα είναι σχετικά σαφές και ξεκάθαρο ένα ερωτηματολόγιο είναι λειτουργικότερο και αποτελεσματικότερο.

Όταν το ερώτημά μας είναι διερευνητικής φύσεως η συνέντευξη είναι καλύτερη επιλογή.

2. ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ Ή ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗ;

Σύγκριση ερωτηματολογίου και συνέντευξης:

Το γραπτό ερωτηματολόγιο ιδιαίτερα όταν δεν συμπληρώνεται παρουσία του ερευνητή, μπορεί να μην έχει συμπληρωθεί από τον ίδιο τον ερωτώμενο. Από την άλλη η συνέντευξη χαρακτηρίζεται από αυθορμητισμό και δεν επιτρέπει σε μεγάλο βαθμό στον ερωτώμενο να επεξεργαστεί εκ των υστέρων τις απαντήσεις που έδωσε.

Για τη συμπλήρωση του ερωτηματολογίου, ο ερωτώμενος πρέπει να έχει επαρκές επίπεδο μόρφωσης, ώστε να μπορεί να κατανοήσει και να ανταποκριθεί στις ερωτήσεις που τίθενται.

Η συνέντευξη ή η παρουσία του ερευνητή βοηθά στις περιπτώσεις που χρειάζεται ο ερωτώμενος βοήθεια για την παροχή των απαντήσεων, στη συνέντευξη η παρουσία του ερευνητή είναι προϋπόθεση.

3. ΣΤΑΔΙΑ ΕΡΕΥΝΑΣ ΜΕ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ

Σύμφωνα με τον Javeau (1996) διακρίνονται τα παρακάτω στάδια στην έρευνα με ερωτηματολόγιο, κάποια από τα οποία μπορούν να διεξάγονται και παράλληλα:

- ❑ **Στάδιο 1^ο**: Προσδιορισμός του αντικειμένου έρευνας
- ❑ **Στάδιο 2^ο**: Επιλογή των υλικών μέσων που θα διατεθούν για την πραγματοποίηση της έρευνας (χρήμα, χρόνος, προσωπικό κ.α)
- ❑ **Στάδιο 3^ο** : Προηγούμενες έρευνες
- ❑ **Στάδιο 4^ο**: Καθορισμός του αντικειμενικού σκοπού της έρευνας και των υποθέσεων εργασίας

3.1 ΣΤΑΔΙΟ 7^ο ΣΥΝΤΑΞΗ ΤΟΥ ΣΧΕΔΙΟΥ ΤΟΥ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟΥ

- ❑ Αφού έχουν διατυπωθεί οι υποθέσεις εργασίας, έχει επιλεγεί η κοινωνική ομάδα (ή το δείγμα) στην οποία θα απευθυνθούμε, δημιουργούμε ένα πρώτο σχέδιο του ερωτηματολογίου με τις ερωτήσεις μας **ΑΠΛΑ** διατυπωμένες.
- ❑ Ανάλογα με τις ανάγκες της έρευνας επιλέγουμε και τους τύπους των ερωτήσεων που μας εξυπηρετούν. Δηλαδή οι ερωτήσεις που παράγονται πρέπει να εξυπηρετούν τους σκοπούς και να απαντούν στα ερευνητικά ερωτήματα.

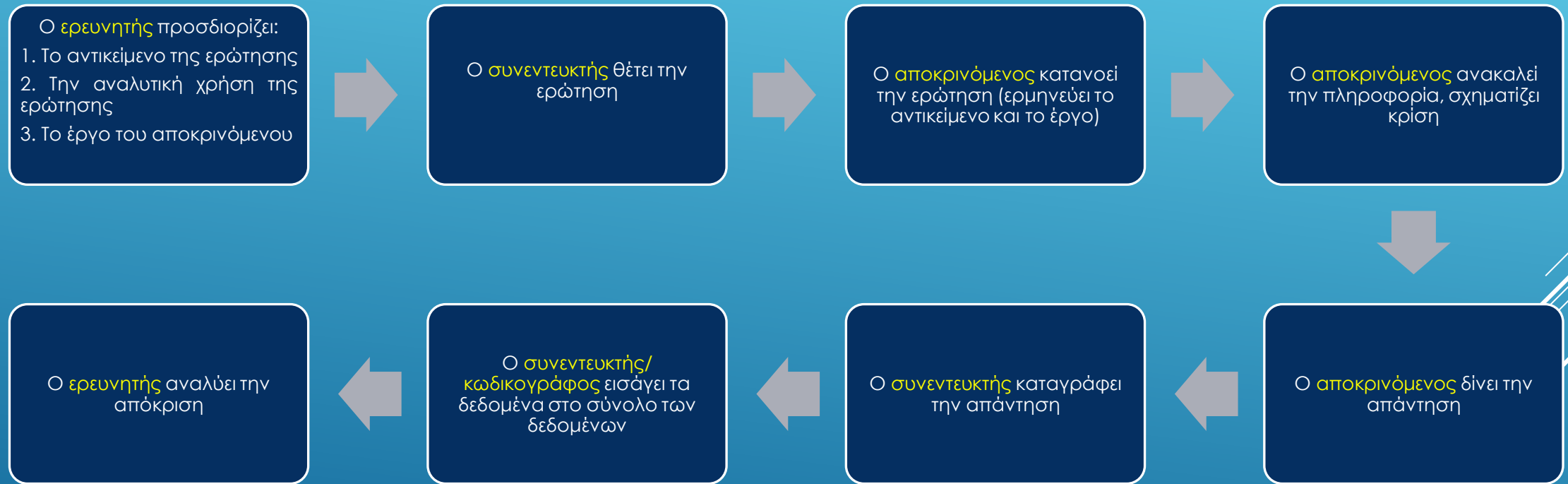
3.1 ΣΤΑΔΙΟ 7^ο ΣΥΝΤΑΞΗ ΤΟΥ ΣΧΕΔΙΟΥ ΤΟΥ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟΥ

- Θα πρέπει να έχουμε προαποφασίσει τον τρόπο επεξεργασίας του ερωτηματολογίου, καθώς αυτός αντανακλάται στην κωδικοποίηση των ερωτοαπαντήσεων.

Ακολουθεί **υπόδειγμα** (σχήμα 1) για το πώς οι ερωτήσεις της δειγματοληπτικής έρευνας ταιριάζουν στη συνολική διαδικασία της έρευνας.

Είναι ιδιαίτερα χρήσιμο γιατί δίνει έμφαση στο ρόλο του ερευνητή, αλλά και του αποκρινόμενου.

Σχήμα 1: Υπόδειγμα της διαδικασίας συλλογής δειγματοληπτικών δεδομένων



Σύμφωνα με τον Robson (2010) ένα **καλό ερωτηματολόγιο**:

1. Προσφέρει έγκυρη μέτρηση των ερευνητικών ερωτημάτων
2. Εξασφαλίζει τη συνεργασία των αποκρινόμενων
3. Αποσπτά ακριβείς πληροφορίες

Οι αποκρινόμενοι πρέπει να μπορούν να **κατανοούν** τις ερωτήσεις, να έχουν πρόσβαση στην πληροφορία που θα τους βοηθήσει για να απαντήσουν. Είναι τέχνη να κατασκευαστεί ένα ερωτηματολόγιο που οι αποκρινόμενοι να κατανοούν τι θέλουν απ' αυτούς και να το δώσουν με ευχαρίστηση.

Ο ερευνητής πρέπει να **συνδέσει τις ερωτήσεις με τα ερωτήματα της έρευνας** και ο αποκρινόμενος να κατανοήσει την ερώτηση και να την απαντήσει, γι' αυτό και η διατύπωσή της είναι πολύ σημαντική.

Το σύνολο των πιθανών προσδιορισμένων εναλλακτικών απαντήσεων πρέπει να είναι ακριβές, εξαντλητικό, αμοιβαία αποκλειόμενο και μονοδιάστατο.

Ακριβές σημαίνει ότι συνδέεται με το κεντρικό ζήτημα της ερώτησης.

Εξαντλητικό σημαίνει ότι καλύπτονται όλες οι πιθανές επιλογές (κατά τον προέλεγχο προσπάθεια για εντοπισμό των περισσότερο εναλλακτικών, ώστε η χρήση του <άλλο> να περιοριστεί στο ελάχιστο).

Αμοιβαία αποκλειόμενο σημαίνει ότι ισχύει μια από τις πιθανές αποκρίσεις.

Ένα σύνολο αποκρίσεων που περιλαμβάνει χαρακτηρισμούς όπως <χρήσιμο>, <πολύ χρήσιμο>, <βαρετό>, <πολύ βαρετό> δεν έχει μια διάσταση.

Για την παρουσίαση των εναλλακτικών αποκρίσεων ο συνηθέστερος τρόπος είναι η **αριθμητική κλίμακα**, συμπεριλαμβανομένων και των κλιμάκων Likert.

3.2 ΤΥΠΟΙ ΕΡΩΤΗΣΕΩΝ

1. ΚΛΕΙΣΤΕΣ ΕΡΩΤΗΣΕΙΣ

Οι απαντήσεις καθορίζονται από πριν και ο ερωτώμενος πρέπει να επιλέξει μεταξύ των προτεινόμενων απαντήσεων. Η επιλογή και η ελευθερία έκφρασης είναι περιορισμένες στο ελάχιστο (Φίλιας, 1996)

Πχ. Ποια είναι η οικογενειακή σας κατάσταση;

- Άγαμος/η
- Έγγαμος/η

Χαρακτηριστικά:

1. Προσφέρεται ευκολότερα για στατιστική επεξεργασία
2. Υπάρχει κίνδυνος «υπαγόρευσης» της απάντησης
3. Είναι εύκολα κατανοητές
4. Εγγυώνται ανωνυμία, είναι περισσότερο απρόσωπες
5. Μπορούν να χρησιμεύσουν ως ΕΡΩΤΗΣΕΙΣ ΦΙΛΤΡΑ (π.χ. πίνετε καφέ; ΝΑΙ/ΟΧΙ, αν ΝΑΙ τι μάρκα;)
6. Αφορούν κυρίως ανταποκρίσεις σε αντικειμενικές καταστάσεις

3.2 ΤΥΠΟΙ ΕΡΩΤΗΣΕΩΝ

1. ΑΝΟΙΚΤΕΣ ΕΡΩΤΗΣΕΙΣ

Οι απαντήσεις δεν προβλέπονται ούτε καθορίζονται από πριν και ο ερωτώμενος είναι ελεύθερος να εκφραστεί όπως θέλει.

Πχ. Ποια είναι η άποψή σας για την οικονομική κατάσταση της χώρας;

.....

Χαρακτηριστικά:

1. Αν είναι σωστά διατυπωμένες βοηθούν στη συγκέντρωση ικανοποιητικών πληροφοριών
2. Θεωρούνται απαραίτητες για συλλογή πληροφοριών σε θέματα λεπτεπίλεπτα.
3. Επιβάλλονται όταν δεν είναι δυνατή η πρόβλεψη πιθανών απαντήσεων
4. Απαιτούν ιδιαίτερη προσοχή κατά τη διατύπωσή τους
5. Η ανάλυσή τους είναι δύσκολη (ανάλυση περιεχομένου)

3.2 ΤΥΠΟΙ ΕΡΩΤΗΣΕΩΝ

1. ΗΜΙ -ΑΝΟΙΚΤΕΣ ή ΗΜΙ- ΚΛΕΙΣΤΕΣ ΕΡΩΤΗΣΕΙΣ

Οι απαντήσεις που προβλέπονται είναι οι **κυριότερες πιθανές**, αλλά υπάρχει το περιθώριο ο ερωτώμενος να συμπληρώσει κατά την κρίση του. Ονομάζονται επίσης και ερωτήσεις με προκατασκευασμένες απαντήσεις (Φίλιας, 1996).

Δηλαδή υπάρχει επιλογή (συνήθως «άλλο») όπου ο ερωτώμενος συμπληρώνει σε ειδικό χώρο.

Χαρακτηριστικά:

1. Διευκολύνουν την επεξεργασία, αλλά αφήνουν και περιθώριο για ελεύθερη έκφραση
2. Υπάρχει κίνδυνος να επηρεάσουν τον ερωτώμενο με την υποβολή απαντήσεων
3. Πρέπει να διατυπώνονται με τέτοιο τρόπο, ώστε να μην υπάρχει πληθώρα απαντήσεων στην επιλογή «άλλο»

3.2 ΤΥΠΟΙ ΕΡΩΤΗΣΕΩΝ

Παράδειγμα:

Για ποιους λόγους επιλέξατε την παρακολούθηση του συγκεκριμένου μεταπτυχιακού προγράμματος;

(Παρακαλώ επιλέξτε τους 3 σημαντικότερους ή ταξινομήστε τους τρεις σημαντικότερους από το 1 έως το 3 κατά φθίνουσα σειρά.)

- Ενδιαφέρον για το περιεχόμενο σπουδών
- Μικρό κόστος σπουδών
- Θα βοηθήσει στην επαγγελματική μου πορεία
- Θα με βοηθήσει στην εργασία μου
- Άλλο

Εάν επιλέξατε <Άλλο> παρακαλώ προσδιορίστε περισσότερο:

-

3.2 ΤΥΠΟΙ ΕΡΩΤΗΣΕΩΝ

Άμεσες ή έμμεσες. Ανάλογα με τη φύση του ερωτήματος μπορούμε να λάβουμε την πληροφορία με άμεσο ή έμμεσο τρόπο. Ιδιαίτερα όταν τα ερωτήματα μπορεί να δυσκολέψουν τον ερωτώμενο λόγω του περιεχομένου τους, η έμμεση ερώτηση είναι η καλύτερη επιλογή.

Σκοπός είναι να μην λαμβάνουμε απαντήσεις **κοινωνικά αποδεκτές** από την πλευρά του ερωτώμενου, γιατί τότε διακυβεύεται η αξιοπιστία της έρευνάς μας.

Παράδειγμα: αντί να ρωτήσουμε ποιο κόμμα ψηφίζει κάποιος, μπορούμε να ρωτήσουμε για τη γνώμη του για την πολιτική που ασκούν τα διάφορα κόμματα.

3.3 ΔΙΑΜΟΡΦΩΣΗ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟΥ – ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΑ ΜΟΡΦΗΣ

Κάποια από τα βασικά πρώτα ερωτήματα που τίθενται κατά τη διαμόρφωση του σχεδίου του ερωτηματολογίου είναι τα εξής:

- Ποιος είναι ο καταλληλότερος τρόπος συμπλήρωσης;
- Τι είδους ερωτήσεις θα χρησιμοποιηθούν;
- Τι γλώσσα θα χρησιμοποιηθεί;
- Ποιος ο τρόπος επεξεργασίας του;
- Πως μπορούν να αποφευχθούν **ακούσιες διαστρεβλώσεις** στις απαντήσεις των ερωτώμενων;

3.3.1 ΑΚΟΥΣΙΕΣ ΔΙΑΣΤΡΕΒΛΩΣΕΙΣ

Σύμφωνα με τον Laveau (1996) οι ακούσιες διαστρεβλώσεις διακρίνονται σε **επτά κατηγορίες**:

1. Η αντίδραση για λόγους γοήτρου (κοινωνικά αποδεκτές απαντήσεις).
2. Η αυτοάμυνα σε προσωποποιημένες ερωτήσεις.
3. Οι υπαγορευμένες από τη διατύπωση της ερώτησης, απαντήσεις.
4. Η έλξη της θετικής απάντησης.
5. Ο φόβος ορισμένων λέξεων.
6. Η έλξη από τις αναφορές σε προσωπικότητες.
7. Ο φόβος μιας αλλαγής.

3.3.2 ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΕΛΕΓΧΟΥ ΓΙΑ ΤΗ ΔΙΑΤΥΠΩΣΗ ΤΩΝ ΕΡΩΤΗΣΕΩΝ 1/3

- ❖ Χρησιμοποιείστε **απλή γλώσσα**. Αποφύγετε την επαγγελματική γλώσσα, χωρίς όμως να γίνετε συγκαταβατικοί.
- ❖ Κρατείστε τις ερωτήσεις **σύντομες**. Οι μεγάλες και σύνθετες ερωτήσεις είναι δύσκολο να γίνουν κατανοητές.
- ❖ Αποφύγετε τις **διφορούμενες** ερωτήσεις, δηλαδή τις ερωτήσεις που περιέχουν ταυτόχρονα δύο ερωτήματα
- ❖ Αποφύγετε τις ερωτήσεις που **κατευθύνουν** προς μια απάντηση.
- ❖ Αποφύγετε τις **αρνητικές ερωτήσεις**. Οι αρνητικά σχηματισμένες ερωτήσεις είναι δύσκολο να γίνουν κατανοητές ειδικά όταν πρέπει κάποιος να επιλέξει ανάμεσα σε συμφωνία-διαφωνία.

3.3.2 ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΕΛΕΓΧΟΥ ΓΙΑ ΤΗ ΔΙΑΤΥΠΩΣΗ ΤΩΝ ΕΡΩΤΗΣΕΩΝ 2/3

- ❖ Θέστε τις ερωτήσεις μόνο όταν οι αποκρινόμενοι είναι πιθανό να έχουν την **απαραίτητη γνώση** για να τις απαντήσουν.
- ❖ Προσπαθήστε να εξασφαλίσετε ότι όλες οι ερωτήσεις **σημαίνουν το ίδιο** για τους συμμετέχοντες. Τα νοήματα και οι όροι μπορεί να διαφέρουν από περιοχή σε περιοχή κλπ
- ❖ Αποφύγετε τη **μεροληψία γοήτρου**, όταν μια ερώτηση συνδέεται με ένα πρόσωπο κύρους.
- ❖ Εξαλείψτε την **ασάφεια**- σημασία στη δομή της πρότασης
- ❖ Αποφύγετε άμεσες ερωτήσεις για **ευαίσθητα θέματα** – ιδίως στις συνεντεύξεις.
- ❖ Εξασφαλίστε ότι είναι σαφές το **πλαίσιο αναφοράς** της ερώτησης πχ χρονική περίοδος για κάποιο γεγονός.

3.3.2 ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΕΛΕΓΧΟΥ ΓΙΑ ΤΗ ΔΙΑΤΥΠΩΣΗ ΤΩΝ ΕΡΩΤΗΣΕΩΝ 3/3

- ❖ Χρησιμοποιείτε **προσωπική διατύπωση** εάν θέλετε τα συναισθήματα του αποκρινόμενου. Η απρόσωπη διατύπωση δίνει την αντίληψή τους για στάσεις άλλων ανθρώπων
- ❖ Αποφύγετε **άχρηστες ή ενοχλητικές** λεπτομέρειες- πχ ομαδοποίηση ηλικιών αντί για ηλικία του καθενός.
- ❖ Αποφύγετε τις **εναλλακτικές εκ των προτέρων**. Πρώτα η ουσία της ερώτησης μετά οι εναλλακτικές.
- ❖ Αποφύγετε να παράγετε **σύνολα αποκρίσεων** – ιδιαίτερα στις συνεντεύξεις. Με ερωτήσεις του τύπου συμφωνώ/διαφωνώ μερικοί τείνουν να συμφωνούν ανεξάρτητα από την πραγματική γνώμη τους- τάση για συναινετικές αποκρίσεις- acquiescence response ή επιλέγουν απαντήσεις που τους κάνει να φαίνονται καλοί- social desirability response set. Γενικά προσπαθήστε να τους κάνετε να νιώσουν άνετα και αποφύγετε να δώσετε την εντύπωση ότι κάποιες απαντήσεις τους είναι κανονικές ή ασυνήθεις.

Επιπρόσθετα των παραπάνω σύμφωνα με τον Laveau (1996) πρέπει να φροντίζουμε ώστε:

- Να προετοιμάζουμε τον ερωτώμενο πριν τη συμπλήρωση με ομαλό τρόπο- κείμενο εισαγωγής
- Το ερωτηματολόγιο να μην είναι χρονικά εκτενές- να μην ξεπερνά η συμπλήρωσή του τα 45-60 λεπτά και τις 20-30 ερωτήσεις. Γενικά ο χρόνος συμπλήρωσης αποτελεί ένα συμβιβασμό μεταξύ του χρόνου που μπορεί να διαθέσει ο ερωτώμενος και του χρόνου που ο ερευνητής θεωρεί ότι χρειάζεται για να λάβει όλες τις πληροφορίες που θεωρεί ότι απαιτούνται
- Να υπάρχει πρόβλεψη για πιθανότητα αναπάντητων ερωτήσεων, η οποία να έχει ληφθεί υπόψη κατά την κωδικογράφηση.

- Οι επιλογές «δεν ξέρω/απαντώ», «χωρίς γνώμη» κ.α. πρέπει να προβλέπονται, αλλά να μην γίνεται υπερ-χρήση τους, καθώς υπάρχει ο κίνδυνος να γενικευθεί η επιλογή αυτή από την πλευρά του ερωτώμενου.
- Σε κάποιες περιπτώσεις είναι βέλτιστο να χρησιμοποιούμε κλειστές ερωτήσεις, καθώς διευκολύνεται η διαδικασία ανάλυσης δεδομένων. Π.χ. όταν ζητούνται δημογραφικά χαρακτηριστικά όπως ηλικία, φύλο, κ.λ.π.
- Να μην ξεχνάμε ότι οι κλειστές ερωτήσεις λόγω των προκαθορισμένων απαντήσεων μπορεί να μας δώσουν μια παραπλανητική εικόνα της πραγματικότητας, επομένως χρειάζεται προσοχή κατά τη διατύπωσή τους.

3.4 ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ ΤΟΥ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟΥ (1/2)

Αφού αντιμετωπίσαμε κάποια ζητήματα που αφορούν το περιεχόμενο των ερωτήσεων ας εξετάσουμε μερικά **πρακτικά ζητήματα** για τη διαμόρφωση του ερωτηματολογίου, που η εφαρμογή τους θα το κάνει περισσότερο **λειτουργικό και αποτελεσματικό**.

Ο Laveau (1996) χρησιμοποιεί τον όρο <Οικονομία του ερωτηματολογίου> ο οποίος αφορά την βέλτιστη κατανομή των <πόρων> του ερωτηματολογίου.

1. ΣΕΙΡΑ ΔΙΑΔΟΧΗΣ ΕΡΩΤΗΣΕΩΝ

- ❖ Μετάβαση από τις πιο απλές στις πιο σύνθετες ερωτήσεις.
- ❖ Παρεμβολή «εύκολων» ερωτήσεων ανάμεσα σε «δύσκολες».
- ❖ Να είναι διασκορπισμένες οι ερωτήσεις που μπορούν να επηρεάσουν η μια την άλλη

3.4 ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ ΤΟΥ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟΥ (2/2)

- ❖ Να υπάρχει μια ομαλή μετάβαση από το ένα θέμα στο άλλο ή τον ένα τύπο ερώτησης στον άλλο
- ❖ Η σειρά και η διατύπωση των ερωτήσεων να έχει μια συνέχεια και μια λογική.
- ❖ Ερωτήσεις δημογραφικού χαρακτήρα στην αρχή ή στο τέλος του ερωτηματολογίου.

2. ΕΙΣΑΓΩΓΙΚΑ ΚΑΙ ΣΥΝΔΕΤΙΚΑ ΚΕΙΜΕΝΑ

Περιλαμβάνουν:

1. Υποδείξεις αναφερόμενες στα θέματα της έρευνας.
2. Τεχνικές υποδείξεις.
3. Εκφράσεις ευγένειας.
4. Ενημερωτικές διατυπώσεις.

3.4 ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ ΤΟΥ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟΥ (3/3)

3. ΠΛΕΟΝΑΣΜΟΙ ΚΑΙ ΕΛΕΓΧΟΙ

Επαναληπτικές ερωτήσεις για έλεγχο δοσμένων απαντήσεων

4. ΥΛΙΚΗ ΚΑΙ ΤΥΠΟΓΡΑΦΙΚΗ ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ

1. Εύκολο στη χρήση.
2. Εύκολο στην ανάγνωση.
3. Εύκολο στη συμπλήρωση.
4. Αισθητικά όμορφο.
5. Εύκολο στην ανίχνευση.

3.5 ΤΟ ΣΥΝΟΔΕΥΤΙΚΟ ΣΗΜΕΙΩΜΑ (1/2)

Η παρουσία εισαγωγικού/συνοδευτικού σημειώματος είναι ιδιαίτερα σημαντική, γιατί έτσι δημιουργείται μια βάση για μια **πρώτη επικοινωνία** μεταξύ ερευνητή – ερωτώμενου, ιδιαίτερα στις περιπτώσεις αυτοσυμπληρούμενων ερωτηματολογίων που αποστέλλονται ταχυδρομικά/e-mail/internet.

Ενδεικτικά τα **περιεχόμενά** του πρέπει να περιλαμβάνουν πληροφορίες για:

- την ταυτότητα ερευνητή (ίδρυμα, θέση, όνομα, τηλ., e-mail, κ.λπ.)
- τον σκοπό και στόχο της έρευνας
- τη σημαντικότητα της έρευνας (χρησιμότητα, αξιοποίηση πληροφοριών)
- τον τρόπο επιλογής του δείγματος

3.5 ΤΟ ΣΥΝΟΔΕΥΤΙΚΟ ΣΗΜΕΙΩΜΑ (2/2)

- να επισημαίνεται η ανωνυμία συμπλήρωσης του ερωτηματολογίου
- τον τρόπο απάντησης των ερωτήσεων
- να καλείται ο ερωτώμενος ευγενικά για τη συμπλήρωση (απάντηση όλων των ερωτήσεων, ιδιαίτερα των ανοικτών, επανέλεγχος ερωτήσεων, κ.λπ.)
- να παροτρύνονται οι ερωτώμενοι να δείξουν υπευθυνότητα στη συμπλήρωση (ειλικρίνεια, ελευθερία απόψεων, κ.λπ.)
- να υπάρχει αναφορά και στα κίνητρα που δίνονται για τη συμπλήρωση
- να δίνονται πληροφορίες για τη δημοσιότητα των αποτελεσμάτων της έρευνας (κοινοποίηση στον ημερήσιο τύπο, ημερίδα, ανάρτηση σε ιστοσελίδα, e-mail, ταχυδρομική αποστολή, επίσκεψη στο γραφείο, κ.λπ.)

Επιπρόσθετα πρέπει να υπάρχουν πληροφορίες για τον τρόπο επιστροφής των ερωτηματολογίων (τόπος, χρόνος, απαντητικός φάκελος, γραμματόσημο κ.λπ.)

3.6 ΠΡΟΕΛΕΓΧΟΣ

Ένας **πρόχειρος προέλεγχος** μπορεί να γίνει άτυπα εντός του οικογενειακού και φιλικού σας κύκλου. Μπορούν να σας δώσουν συμβουλές για τις ερωτήσεις, αν είναι απλές, κατανοητές και μη διφορούμενες.

Ένα **δεύτερο στάδιο** αφορά τη διανομή του σε αποκρινόμενους από τις ομάδες ενδιαφέροντος. Μπορεί να γίνει σε ατομική βάση ρωτώντας άμεσα ο ερευνητής και λαμβάνοντας πληροφόρηση από αυτούς ώστε να βελτιώσει τη διατύπωση.

3.6 ΠΡΟΕΛΕΓΧΟΣ

Ο προέλεγχος μπορεί να γίνει επιλέγοντας αποκρινόμενους περιλαμβανομένων και των **υποομάδων που ενδιαφέρουν**, ανάλογα βέβαια και τους διαθέσιμους πόρους- ο στόχος είναι τουλάχιστον 20. Εάν προκύψουν ελάχιστες αλλαγές απαιτείται ένας δεύτερος προέλεγχος, ενώ αν υπάρξουν σημαντικές τότε πρέπει η όλη διαδικασία πρέπει να γίνει από την αρχή, με άτυπους προελέγχους.

Στις αυτοσυμπληρούμενες δειγματοληπτικές έρευνες, η **χαμηλή απόκριση** κατά τον προέλεγχο σημαίνει ότι κάτι δεν πάει καλά. Αξίζει να το διερευνήσετε και να κάνετε μια επαφή με τους μη αποκρινόμενους. Εάν και κατά το δεύτερο προέλεγχο υπάρχουν ανάλογα ζητήματα τότε πρέπει να επανεξετάσετε την προσέγγισή σας, επιλέγοντας τη συνέντευξη.

3.7 ΤΕΛΙΚΟ ΣΧΕΔΙΟ ΚΑΙ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΙΣΜΟΣ

Αφού ολοκληρωθεί ο προέλεγχος ακολουθεί η **επιμέλεια** του ερωτηματολογίου. Βασικό να μην υπάρχουν ορθογραφικά λάθη, να αφήνετε κατάλληλες αποστάσεις και καθαρή εμφάνιση.

Ουσιαστικής σημασίας είναι να έχετε καταλήξει στον **τρόπο επεξεργασίας** του ερωτηματολογίου και ανάλυσης των δεδομένων που θα προκύψουν, αλλιώς θα έχετε σπαταλήσει αδίκως σημαντικούς πόρους για κάτι που δεν μπορεί να αναλυθεί.

3.8 ΣΥΛΛΟΓΗ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ

Καλό είναι να είστε οργανωμένοι και να κρατάτε **αρχείο** για το πότε συνέβη κάτι. Στα ερωτηματολόγια που αποστέλλονται αυτό περιλαμβάνει ημερομηνίες αποστολής του υλικού και συνοδευτικών ερωτηματολογίων-follow up, καταγραφή των επιστρεφόμενων κλπ.

Στις συνεντεύξεις αντίστοιχα ημερομηνίες όλων των επαφών και τις επόμενες ενέργειες. Αυτό βοηθά σε περίπτωση που διαπιστώσετε κάποιο πρόβλημα, μπορεί να υπάρξει έγκαιρη αντιμετώπιση.

3.8 ΣΥΛΛΟΓΗ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ

Εάν για παράδειγμα σε επιστρεφόμενο ερωτηματολόγιο που ελέγχετε διαπιστώσατε κάποια παράληψη ή κάτι είναι δυσανάγνωστο ή ασυνεπές ως προς την απόκριση, μια δεύτερη επαφή ίσως λύσει το πρόβλημα, βέβαια αυτό σημαίνει ότι πρέπει να γνωρίζουμε **σε ποιόν** έχουμε στείλει το ερωτηματολόγιο.

Εδώ τίθεται το ερώτημα του αν υπάρχει πραγματικά ανωνυμία στη συμπλήρωση των ερωτηματολογίων. Η ανωνυμία βασίζεται στην δεοντολογία και την ηθική του ερευνητή στην πραγματικότητα.

3.9 ΑΝΑΛΥΣΗ: ΚΩΔΙΚΟΠΟΙΗΣΗ ΤΩΝ ΑΠΟΚΡΙΣΕΩΝ (1/4)

Οι κωδικοί είναι **σύμβολα** που μας βοηθούν να προσδιορίσουμε συγκεκριμένες αποκρίσεις ή τύπους αποκρίσεων. Βοηθούν στην καλύτερη οργάνωση, τον ποσοτικό προσδιορισμό και την ανάλυση των δεδομένων μας. Είναι συνήθως αριθμοί πχ το 1 –γυναίκα, 2- άνδρας.

3.9 ΑΝΑΛΥΣΗ: ΚΩΔΙΚΟΠΟΙΗΣΗ ΤΩΝ ΑΠΟΚΡΙΣΕΩΝ (2/4)

Κλειστές ερωτήσεις: η κωδικοποίηση δεν θα πρέπει να παρουσιάζει μεγάλες δυσκολίες. Είναι προτιμότερο οι κωδικοί να υπάρχουν ήδη καταγεγραμμένοι στο ερωτηματολόγιο, καθώς έτσι υπάρχει οικονομία χρόνου κατά την ανάλυση. Υπάρχει ελευθερία στη χρήση τους, ο καθένας μπορεί να δώσει τους κωδικούς που θέλει, αρκεί το συγκεκριμένο νόημά τους να είναι συνεπές στο πλαίσιο ενός συγκεκριμένου σχεδίου κωδικοποίησης. Καλό είναι να προβλεφθεί και κωδικός για τη μη απόκριση.

3.9 ΑΝΑΛΥΣΗ: ΚΩΔΙΚΟΠΟΙΗΣΗ ΤΩΝ ΑΠΟΚΡΙΣΕΩΝ (3/4)

Ανοικτές ερωτήσεις: κατά την κωδικοποίησή τους αυτό που κάνουμε είναι να εντάξουμε αυτές τις αποκρίσεις σε **μεγαλύτερες κατηγορίες** ώστε να βοηθηθεί η στατιστική επεξεργασία τους. Αυτό βέβαια σημαίνει ότι χάνουμε λεπτομέρειες από την πληροφορία.

Η κωδικοποίηση τους πρέπει να βασίζεται σε ένα ικανό αντιπροσωπευτικό δείγμα πχ 50 περιπτώσεις που θα έχει επιλεγεί από το σύνολο των απαντήσεων.

3.9 ΑΝΑΛΥΣΗ: ΚΩΔΙΚΟΠΟΙΗΣΗ ΤΩΝ ΑΠΟΚΡΙΣΕΩΝ (4/4)

Δεν πρέπει να βασίζεται αποκλειστικά στο αρχικό πλάνο κωδικοποίησης καθώς οι πληροφορίες από τις αποκρίσεις μπορεί να δημιουργήσουν την ανάγκη εμπλουτισμού ή αναθεώρησής του.

Η κατηγοριοποίηση των πληροφοριών που αποκτήθηκαν σημαίνει ότι οι αποκρίσεις στις ανοικτές ερωτήσεις μετατράπηκαν σε έναν καθορισμένο αριθμό τυποποιημένων απαντήσεων.

3.10 ΣΤΑΔΙΟ 10^ο : Η ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ ΤΩΝ ΕΡΕΥΝΗΤΩΝ

Ας εξετάσουμε τώρα με περισσότερη λεπτομέρεια το σημείο που αφορά αυτούς που θα διεξαγάγουν την έρευνα και θα κληθούν να ασχοληθούν με τη συμπλήρωση των ερωτηματολογίων. Θα είναι οι ίδιοι οι ερευνητές, θα είναι φοιτητές, θα είναι εργαζόμενοι; Όποιοι και να είναι πρέπει οπωσδήποτε να είναι ενήμεροι:

- Για τους σκοπούς της έρευνας, τις κύριες υποθέσεις εργασίας
- Την επιλεγμένη μεθοδολογία δειγματοληψίας
- Τον τρόπο συμπλήρωσης του ερωτηματολογίου
- Σημεία που αφορούν στοιχεία για την παρουσίαση της έρευνας στους ερωτώμενους, τον τρόπο συγκέντρωσης των ερωτηματολογίων, έξοδα της έρευνας, τυχόν ανταμοιβή για τη συμμετοχή των ερωτώμενων κ.α.
- Τον τρόπο αμοιβής τους, αν υπάρχει.

Καλό είναι να δίνεται στον κάθε ερευνητή ένας φάκελος με υλικό που θα τον βοηθήσει κατά τη διεξαγωγή της έρευνας, αλλά και μια πιστοποίηση ότι όντως είναι αυτό που λέει πχ επιστολή από υπεύθυνο καθηγητή, κάρτα οργανισμού, πανεπιστημίου κ.α.

3.10 ΣΤΑΔΙΟ 10^ο : Η ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ ΤΩΝ ΕΡΕΥΝΗΤΩΝ

Τα σημαντικότερα προσόντα του δυνητικού ερευνητή είναι:

Η **ουδετερότητα**- δεν θα πρέπει να δημιουργεί συναισθήματα στους ερωτώμενους που μπορούν να επηρεάσουν τις απαντήσεις τους π.χ. αν είναι πολύ συμπαθής.

Ο ερευνητής πρέπει να εμφανίζεται ότι είναι **αμέτοχος**. Να είναι σοβαρός, ενημερωμένος για τους σκοπούς της έρευνας, ευγενικός, βοηθητικός στην παροχή διευκρινήσεων, να διαχειρίζεται τυχόν εντάσεις ή έκφραση αμφιβολίας από την πλευρά του ερωτώμενου.

Η σχέση μεταξύ ερευνητή- ερωτώμενου είναι συγχρόνως **εχθρική αλλά και ανεκτική** και αυτό επηρεάζει την επικοινωνία τους και επιδρά άμεσα και στα δεδομένα που συλλέγονται.

3.10 ΣΤΑΔΙΟ 10^ο : Η ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ ΤΩΝ ΕΡΕΥΝΗΤΩΝ

Επιπρόσθετα σύμφωνα με τον Φίλια (1996) ο ερευνητής πρέπει γενικά να καταργήσει τους αρνητικούς παράγοντες και να ενισχύσει τις θετικές δυνάμεις του ερωτώμενου.

Ακόμη σημειώνει ότι η καλύτερη επικοινωνία υπάρχει όταν ο ερωτώμενος θεωρεί τον ερευνητή ως άτομο ικανό να τον καταλάβει και να τον δεχθεί έτσι όπως είναι στην πραγματικότητα. Τονίζει ότι δεν υπάρχει όφελος αν τον θεωρεί όμοιό του.

Τέλος, διακρίνει σε διάφορους τύπους ερωτώμενων, όπως ο συνεσταλμένος, ο φοβιτσιάρης, ο φλύαρος, ο συζητητής, ο καλαμπουρτζής και ο σίγουρος για τον εαυτό του.

3.10.1 Η ΣΧΕΣΗ ΕΡΕΥΝΗΤΗ - ΕΡΩΤΩΜΕΝΟΥ

Σύμφωνα με τον Φίλια (1996) πρόκειται για μια **μορφή επικοινωνίας** μεταξύ δύο άγνωστων ατόμων, όπου ο ερευνητής πρέπει να δημιουργήσει μια διαδικασία επικοινωνίας όπου τα εμπόδια εκλείπουν ή περιορίζονται.

Από την πλευρά του ερωτώμενου υπάρχουν κάποιες κατηγορίες **μηχανισμών** που αποτελούν ανασταλτικούς παράγοντες για την ολοκλήρωση της διαδικασίας. Τέτοιοι είναι η **φυγή** – δηλαδή η βίαιη άρνηση απάντησης ή η αποφυγή συμμετοχής, η **εκλογίκευση**- απάντηση που δεν ανταποκρίνεται στην πραγματικότητα καθώς και άλλοι μηχανισμοί .

Παράγοντες όπως η ευγένεια του ερευνητή, η επιθυμία του ερωτώμενου να επηρεάσει, η απλή ανάγκη επικοινωνίας και έκφρασης, ωθούν προς τη συμμετοχή και απάντηση.

4. ΜΕΤΡΗΣΗ ΣΤΑΣΕΩΝ (1/2)

Πολλές έρευνες ερωτηματολογίων πραγματοποιούνται με αυτό που ονομάζουμε «μέτρηση στάσεων»

➤ **Τι είναι όμως η στάση;**

Ο όρος «στάση» δηλώνει έναν **αρκετά σταθερό** τρόπο σκέψης ή συμπεριφοράς ενός ατόμου απέναντι σε κάποιο ζήτημα. Είναι κάτι περισσότερο «βαθύ» και σταθερό σε σχέση με τη γνώμη.

Σκοπός μιας τέτοιας διερεύνησης είναι η τοποθέτηση του συνόλου των ατόμων (που αποτελούν το δείγμα) σε μια **κλίμακα στάσεων**, της οποίας οι ευδιάκριτες βαθμίδες αντιστοιχούν σε κάποιο τύπο στάσης. Δηλαδή αφορά μια προσπάθεια δημιουργίας μιας ταξινομικής κλίμακας, όπου τα άτομα του δείγματος τοποθετούνται σε ένα σημείο της.

4. ΜΕΤΡΗΣΗ ΣΤΑΣΕΩΝ (2/2)

Σύμφωνα με τον Robson (2010) ο όρος στάση θεωρείται **ρευστός**, συσχετίζεται με τις πεποιθήσεις- αξίες, γνώμες των ατόμων.

Η ευρεία του χρήση δίνει την ευκαιρία στους ερευνητές να τον ερμηνεύσουν-προσαρμόσουν στους δικούς τους σκοπούς.

Η στάση απέναντι σε ένα ζήτημα προσδιορίζεται από έναν αριθμό ερωτήσεων και το πρόβλημα αφορά την **επιλογή των κατάλληλων ερωτήσεων**, αλλά και την **επιλογή της κατάλληλης κλίμακας κατάταξης**.

Η **τοποθέτηση** στην κλίμακα γίνεται:

A) είτε από τους συνεντευκτές/ερευνητές

B) είτε από τους ίδιους τους ερωτώμενους (αυτοτοποθέτηση-κλειστή ερώτηση ή με βαθμολογική κλίμακα)

4.1 ΚΑΤΑΣΚΕΥΗ ΚΛΙΜΑΚΩΝ

Η δημιουργία μιας κλίμακας στάσεων βασίζεται στην αρχή ότι ξεκινάμε από τη διατύπωση απλής γνώμης και καταλήγουμε στις στάσεις.

Οι απαντήσεις-γνώμες συλλέγονται ως εξής:

- **Δυαδική επιλογή:** ο ερωτώμενος επιλέγει μεταξύ δύο αντίθετων ως προς την έννοια προτάσεων π.χ. ναι- όχι, συμφωνώ- διαφωνώ, σωστό-λάθος
- **Πολλαπλή επιλογή:** ο ερωτώμενος καλείται να διατυπώσει τη γνώμη του, μεταξύ μιας σωρείας απαντήσεων σε κλειστού τύπου ερωτήσεις. Οι επιλογές κυμαίνονται μεταξύ κάποιων σημείων μιας κλίμακας (συνήθως 5), όπου το ένα άκρο ταυτίζεται με την απόλυτη διαφωνία- αποδοκιμασία και το άλλο με την απόλυτη συμφωνία- επιδοκιμασία.

Σκοπός της κατασκευής κλιμάκων είναι ο προσδιορισμός της θέσης του ερωτώμενου στην κλίμακα με βάση κάποιο βαθμό ή ανώτατο όριο (score), το οποίο προσδιορίζεται από τις απαντήσεις του.

4.2 ΠΩΣ ΠΡΟΣΔΙΟΡΙΖΕΤΑΙ Η ΘΕΣΗ ΤΟΥ ΕΡΩΤΩΜΕΝΟΥ ΣΤΗΝ ΚΛΙΜΑΚΑ;

Υπάρχει δυσκολία στην ποσοτική διαβάθμιση των απαντήσεων, ώστε να ταξινομηθούν οι ερωτώμενοι στην εκάστοτε κλίμακα.

Η απόδοση μιας **σταθερής αξίας** (βαθμού) σε κάθε απάντηση βοηθά στο να ξεπεραστεί αυτή η δυσκολία.

Το **άθροισμα** των διαφόρων βαθμών δίνει την τελική βαθμολογία του, αλλά το πρόβλημα είναι ότι η ίδια τελική βαθμολογία, μπορεί να έχει προκύψει από διαφορετικούς συνδυασμούς επί μέρους βαθμών.

4.3 ΕΙΔΗ ΚΛΙΜΑΚΩΝ

Διακρίνουμε 4 κύρια είδη κλιμάκων. Αυτές είναι: **Ονομαστικές κλίμακες, Τακτικές Κλίμακες, Κλίμακες ίσων διαστημάτων- διαστημικές κλίμακες, Αναλογικές κλίμακες.**

Στις Κοινωνικές Επιστήμες γίνεται χρήση κυρίως **των ονομαστικών και των τακτικών κλιμάκων.**

Παράδειγμα ευρείας χρησιμοποιούμενης κλίμακας είναι η **προσθετική κλίμακα κατατάξεων Likert.**

4.4 Η ΠΡΟΣΘΕΤΙΚΗ ΚΛΙΜΑΚΑ ΚΑΤΑΤΑΞΕΩΝ LIKERT(1/2)

Η χρήση της **προσθετικής κλίμακας κατατάξεων** είναι ευρεία και είναι εύκολο να δημιουργηθεί. Αποτελεί επινόηση του Likert τη δεκαετία του 1930 και οι κλίμακες που αναπτύχθηκαν με αυτή τη μέθοδο ονομάζονται κλίμακες Likert.

Οι μονάδες των ερωτήσεων φαντάζουν ενδιαφέρουσες για τους αποκρινόμενους που τις συμπληρώνουν ευχάριστα, σημαντικό γεγονός τόσο για την ποιότητα και την ειλικρίνεια των απαντήσεων τους.

Η συστηματική διαδικασία που χρησιμοποιείται διασφαλίζει ότι η κλίμακα έχει εσωτερική συνοχή και/ή την ικανότητα να διακρίνει μεταξύ διαφορετικών ατόμων.

4.4 Η ΠΡΟΣΘΕΤΙΚΗ ΚΛΙΜΑΚΑ ΚΑΤΑΤΑΞΕΩΝ LIKERT(2/2)

Αποτελείται από **προτάσεις** (ευνοϊκές ή δυσμενείς σε σχέση με το υπό μελέτη ζήτημα) που ακολουθούνται από μια σειρά **δυνητικών απαντήσεων**.

Συνήθως οι απαντήσεις αυτές μπορούν να δοθούν με τη μορφή μίας κλίμακας πέντε ή επτά σημείων/επιλογών, που υποδηλώνουν διαφορετικό βαθμό συμφωνίας ή διαφωνίας με την πρόταση (πχ επιλογές μεταξύ του 'διαφωνώ απόλυτα' και του 'συμφωνώ απόλυτα'). Τα σημεία αυτά αντιστοιχούν σε μία **αριθμητική τιμή** την οποία ορίζει ο ερευνητής (πχ 1 έως 5 ή -2 έως +2 κ.ο.κ.).

Η βαθμολόγηση του κάθε συμμετέχοντα υπολογίζεται από τον **μέσο όρο** των απαντήσεων που θα δώσει.

4.4.1 ΑΝΑΠΤΥΣΣΟΝΤΑΣ ΜΙΑ ΠΡΟΣΘΕΤΙΚΗ ΚΛΙΜΑΚΑ ΚΑΤΑΤΑΞΕΩΝ (1/2)

Σύμφωνα με τον Robson (2010) τα βήματα που ακολουθεί κανείς για τη δημιουργία μιας τέτοιας κλίμακας είναι τα εξής:

- ❖ Συγκέντρωση ενός αριθμού **μονάδων-ερωτήσεων** που σχετίζονται με ένα θέμα. Αυτές πρέπει να αντανakλούν μια θετική και μια αρνητική θέση έναντι του ζητήματος. Όχι ακραίες θετικές ή αρνητικές θέσεις. Θα πρέπει να υπάρχει ο ίδιος αριθμός περίπου θετικών-αρνητικών δηλώσεων.
- ❖ Απόφαση για το **σύστημα κατηγοριοποίησης** των απαντήσεων. Το σύνηθες είναι η ύπαρξη 5 εναλλακτικών εκφράσεων οι οποίες διατυπώνονται ως εξής: συμφωνώ απολύτως, συμφωνώ, αναποφάσιστος, διαφωνώ, διαφωνώ απολύτως. Σε κάθε χαρακτηρισμό αποδίδεται ένα βάρος από το 1 έως το 5.

4.4.1 ΑΝΑΠΤΥΣΣΟΝΤΑΣ ΜΙΑ ΠΡΟΣΘΕΤΙΚΗ ΚΛΙΜΑΚΑ ΚΑΤΑΤΑΞΕΩΝ (2/2)

- ❖ Οι αποκρινόμενοι θα πρέπει να επιλέξουν μεταξύ των δηλώσεων. Μην ξεχνάμε ότι το δείγμα πρέπει να είναι αντιπροσωπευτικό.
- ❖ Υπολογισμός του **συνολικού βαθμού** κάθε αποκρινόμενου. Δηλαδή πρόσθεση της τιμής-βάρους της κάθε απάντησης και στη συνέχεια ιεράρχηση τους ανάλογα με το συνολικό βαθμό τους.
- ❖ Επιλογή των μονάδων ερωτήσεων για την **τελική κλίμακα** χρησιμοποιώντας την ανάλυση μονάδων-ερωτήσεων. Μια τυπική κλίμακα θα πρέπει να αποτελείται από 20-30 τέτοιες ερωτήσεις.

4.4.2 ΣΥΜΒΟΥΛΕΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΚΑΤΑΣΚΕΥΗ ΠΡΟΤΑΣΕΩΝ

- Η πρόταση πρέπει να εκφράζει μια γνώμη, όχι ένα γεγονός
- Η πρόταση πρέπει να είναι σύντομη, απλά εκφρασμένη, προσαρμοσμένη στη γλώσσα των ατόμων στα οποία απευθύνεται
- Η πρόταση πρέπει να εκφράζει μια πλήρη σκέψη
- Η πρόταση να διατυπώνεται στην ενεργητική φωνή και η τοποθέτηση να είναι προσωπική
- Το αντικείμενο της μετρούμενης στάσης να είναι και το θέμα της φράσης.
- Η πρόταση δεν πρέπει να δημιουργεί αμφιβολίες στον ερωτώμενο ως προς τις πεποιθήσεις του.

5. ΑΝΑΛΥΟΝΤΑΣ ΤΙΣ ΜΟΡΦΕΣ Δ.Ε

Αφού εξετάσαμε κάποια ζητήματα που αφορούν γενικά την δημιουργία του ερωτηματολογίου θα προχωρήσουμε στη συγκριτική αξιολόγηση των τριών μορφών ως προς διάφορα στοιχεία που εμπλέκονται με αυτές και θα αναλύσουμε με περισσότερη λεπτομέρεια τις τρεις μορφές δειγματοληπτικών ερευνών, δηλαδή το αυτοσυμπληρούμενο ερωτηματολόγιο, την πρόσωπο με πρόσωπο συνέντευξη και την τηλεφωνική συνέντευξη, όπως παρουσιάζονται από τον Robson (2010).

5.1 ΣΥΓΚΡΙΣΗ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΕΩΝ ΓΙΑ ΣΥΛΛΟΓΗ ΔΕΙΓΜΑΤΟΛΗΠΤΙΚΩΝ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ (1/2)

Πτυχή της δειγματοληπτικής έρευνας	Αυτοσυμπληρουμενο ερωτηματολόγιο	Πρόσωπο με πρόσωπο συνεντεύξεις	Τηλεφωνικές συνεντεύξεις
Παράγοντες πόρων			
κόστος	Χαμηλό	Υψηλό	Χαμηλό/μεσαίο
Διάρκεια περιόδου συλλογής δεδομένων	Μακρά	Μεσαία/μακρά	Σύντομη
Κατανομή του δείγματος	Μπορεί να είναι ευρεία	Πρέπει να είναι σε συστάδες	Μπορεί να είναι ευρεία
Ζητήματα ερωτηματολογίου			
Μήκος	Σύντομο	Μπορεί μεγάλο	Μεσαίο
Πολυπλοκότητα του ερωτηματολογίου	Πρέπει να είναι απλό	Μπορεί να είναι σύνθετο	Μπορεί να είναι σύνθετο
Πολυπλοκότητα των ερωτήσεων	Απλές έως μέτριες	Μπορεί να είναι σύνθετες	Σύντομες και απλές
Έλεγχος της διάταξης των ερωτήσεων	Φτωχός	Πολύ καλός	Πολύ καλός
Χρήση ανοικτών ερωτήσεων	Φτωχή	Καλή	Ικανοποιητική
Χρήση οπτικών βοηθημάτων	Καλή	Πολύ καλή	Συνήθως αδύνατη

5.1 ΣΥΓΚΡΙΣΗ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΕΩΝ ΓΙΑ ΣΥΛΛΟΓΗ ΔΕΙΓΜΑΤΟΛΗΠΤΙΚΩΝ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ (2/2)

Πτυχή της δειγματοληπτικής έρευνας	Αυτοσυμπληρούμενο ερωτηματολόγιο	Πρόσωπο με πρόσωπο συνεντεύξεις	Τηλεφωνικές συνεντεύξεις
Χρήση προσωπικών/ οικογενειακών αρχείων	Πολύ καλή	Καλή	Ικανοποιητική
Σχέση ερωτώμενου/ερευνητή	Ικανοποιητική	Πολύ καλή	Ικανοποιητικά/ καλά
Ευαίσθητα θέματα	Καλά	Ικανοποιητικά	Ικανοποιητικά/ καλά
Ζητήματα ποιότητας δεδομένων			
Μεροληψία του δειγματοληπτικού πλαισίου	Συνήθως χαμηλή	Χαμηλή	Χαμηλή- με τυχαία κλήση αριθμών
Ποσοστό απόκρισης	Δύσκολα να είναι υψηλό	Μεσαίο/ πολύ υψηλό	Μεσαίο/υψηλό
Μεροληψία απόκρισης	Μεσαία	Χαμηλή	Χαμηλή
Έλεγχος της κατάστασης απόκρισης	Φτωχός	Καλός	Ικανοποιητικός
Ποιότητα της καταγεγραμμένης απόκρισης	Φτωχή	Καλή	Ικανοποιητική

5.2 ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΔΕΙΓΜΑΤΟΛΗΠΤΙΚΩΝ ΕΡΕΥΝΩΝ

Α. Γενικά για όλες τις δειγματοληπτικές έρευνες που βασίζονται σε αποκρινόμενους

1. Τα δεδομένα **επηρεάζονται** από τα χαρακτηριστικά των αποκρινόμενων (π.χ. μνήμη, γνώση εμπειρία, κίνητρα, προσωπικότητά τους)
2. Οι αποκρινόμενοι **δεν θα αναφέρουν πάντα** τις πεποιθήσεις, στάσεις κ.λ.π. με ακρίβεια (μπορεί να υπάρχει μεροληψία από μέρους τους που οδηγεί σε κοινωνικά αποδεκτές απαντήσεις)

5.2 ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΔΕΙΓΜΑΤΟΛΗΠΤΙΚΩΝ ΕΡΕΥΝΩΝ

B. Δειγματοληπτικές έρευνες δια του ταχυδρομείου και άλλες αυτοσυμπληρούμενες δειγματοληπτικές έρευνες

1. Συνήθως έχουν **χαμηλό ποσοστό απόκρισης** και εφόσον δεν γνωρίζουμε τα χαρακτηριστικά των μη αποκρινόμενων μπαίνουν ερωτηματικά εάν το δείγμα είναι όντως αντιπροσωπευτικό.
2. Μπορεί να **μην εντοπιστούν ασάφειες ή παρανοήσεις** στις ερωτήσεις που τίθενται.
3. Οι αποκρινόμενοι μπορεί να **μην πάρουν στα σοβαρά το ρόλο** τους και αυτό δεν μπορεί να το γνωρίζει ο ερευνητής.

5.2 ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΔΕΙΓΜΑΤΟΛΗΠΤΙΚΩΝ ΕΡΕΥΝΩΝ

Γ. Δειγματοληπτικές έρευνες με συνεντεύξεις

1. Τα δεδομένα μπορεί να **επηρεάζονται** από τα χαρακτηριστικά των συνεντευκτών (π.χ. κίνητρα, ικανότητες, εμπειρία) αλλά και να υπάρχει μεροληψία από την πλευρά τους, η οποία με διάφορους τρόπους λεκτικούς ή μη, να επηρεάζει την επιλογή των απαντήσεων.
2. Τα δεδομένα μπορεί να επηρεαστούν από την **αλληλεπίδραση και την επικοινωνία** μεταξύ συνεντευκτή και αποκρινόμενου (π.χ. αν έχουν κάποια κοινά γνωρίσματα ηλικία, εμφάνιση, εθνικό υπόβαθρο ή κοινωνική τάξη).
3. Οι αποκρινόμενοι να αισθάνονται ότι οι απαντήσεις τους **δεν είναι ανώνυμες** και να εκφράζεται και στη συμπεριφορά τους – π.χ. να είναι λιγότερο φιλικοί ή ανοικτοί.

5.3 ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΔΕΙΓΜΑΤΟΛΗΠΤΙΚΩΝ ΕΡΕΥΝΩΝ

Α. Γενικά σε όλες τις δειγματοληπτικές έρευνες που χρησιμοποιούν αποκρινόμενους

1. Προσφέρουν μια σχετικά **απλή και άμεση προσέγγιση** για τη μελέτη στάσεων, πεποιθήσεων και κινήτρων.
2. Είναι **ευπροσάρμοστες** σε κάθε δειγματοληπτική προσπάθεια που αποσκοπεί στη συλλογή δεδομένων.
3. Παρέχουν **μεγάλα σύνολα** τυποποιημένων δεδομένων.

5.3 ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΔΕΙΓΜΑΤΟΛΗΠΤΙΚΩΝ ΕΡΕΥΝΩΝ

B. Δειγματοληπτικές έρευνες δια του ταχυδρομείου και άλλες αυτοσυμπληρούμενες δειγματοληπτικές έρευνες

1. Συχνά είναι ο **μόνος ή ο ευκολότερος** τρόπος για την ανάκληση πληροφοριών σχετικά με την παρελθούσα ιστορία ενός μεγάλου συνόλου ανθρώπων.
2. Μπορεί να είναι **εξαιρετικά αποτελεσματικές** για την παραγωγή μεγάλων συνόλων δεδομένων, με σχετικά χαμηλό κόστος σε σύντομο χρονικό διάστημα.
3. Επιτρέπουν την **ανωνυμία**, η οποία μπορεί να ενθαρρύνει την ειλικρίνεια όταν αφορά ευαίσθητα θέματα.

5.3 ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΔΕΙΓΜΑΤΟΛΗΠΤΙΚΩΝ ΕΡΕΥΝΩΝ

Γ. Δειγματοληπτικές έρευνες με συνεντεύξεις

1. Ο συνεντευκτής μπορεί να **αποσαφηνίσει** τις ερωτήσεις.
2. Η παρουσία του συνεντευκτή **ενθαρρύνει** τη συμμετοχή και την εμπλοκή στην έρευνα (ο ίδιος μπορεί να κρίνει την έκταση κατά την οποία η έρευνα αντιμετωπίστηκε σοβαρά)

Η τηλεφωνική δειγματοληπτική έρευνα είναι μια παραλλαγή της δειγματοληπτικής έρευνας με συνεντεύξεις, η οποία δεν ενέχει την πρόσωπο με πρόσωπο αλληλεπίδραση και έχει άλλα πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα.

5.4 ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΔΙΑΣΦΑΛΙΣΗΣ ΕΝΟΣ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΤΙΚΟΥ ΠΟΣΟΣΤΟΥ ΑΠΟΚΡΙΣΗΣ ΣΕ ΕΝΑ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ ΜΕ ΤΑΧΥΔΡΟΜΕΙΟ (1/4)

1. Η εμφάνιση είναι κρίσιμη. Πρέπει να δείχνει εύκολο στη συμπλήρωσή του με πολύ χώρο για ερωτοαπαντήσεις.
2. Η σαφήνεια στη διατύπωση και η απλότητα στο σχέδιο είναι ουσιαστικής σημασίας. Να υπάρχουν σαφείς οδηγίες.
3. Οι ερωτήσεις να είναι καταταγμένες ανάλογα με το περιεχόμενο, ώστε να διασφαλίζεται η μεγαλύτερη δυνατή συνεργασία. Οι ερωτήσεις στάσεων να παρεμβάλλονται σε διάφορα σημεία του.

A. Σχεδιασμός και εμφάνιση

- ❑ Οι χρωματιστές σελίδες μπορεί να δείχνουν πιο ξεκάθαρα τη δομή του.
- ❑ Οι απαντήσεις τοποθετώντας σταυρό σε κουτάκι είναι περισσότερο οικείες, απ' ό,τι το κύκλωμα των προκωδικοποιημένων απαντήσεων που μπορεί να προκαλέσει σύγχυση.

5.4 ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΔΙΑΣΦΑΛΙΣΗΣ ΕΝΟΣ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΤΙΚΟΥ ΠΟΣΟΣΤΟΥ ΑΠΟΚΡΙΣΗΣ ΣΕ ΕΝΑ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ ΜΕ ΤΑΧΥΔΡΟΜΕΙΟ (2/4)

- ❑ Η αρίθμηση των υποερωτήσεων βοηθά στην ομαδοποίηση ερωτήσεων για ένα συγκεκριμένο ζήτημα.
- ❑ Επανάληψη των οδηγιών όπου υπάρχει πιθανότητα σύγχυσης.
- ❑ Οι αρχικές ερωτήσεις να είναι εύκολες και ενδιαφέρουσες. Οι μεσαίες να καλύπτουν τα δύσκολα θέματα. Οι τελευταίες επίσης πρέπει να είναι ενδιαφέρουσες για να ενθαρρυνθεί ο αποκρινόμενος να <επιστρέψει> πάλι στο ερωτηματολόγιο.
- ❑ Ο τρόπος διατύπωσης των ερωτήσεων έχει τεράστια σημασία. Ο προέλεγχος είναι ουσιαστικός.
- ❑ Στο τέλος μια σύντομη σημείωση μπορεί να ζητήσει από τους αποκρινόμενους να ελέγξουν εάν έχουν αφήσει αναπάντητες ερωτήσεις, να εκφράζει μια παράκληση για τη σύντομη επιστροφή του, να τους ευχαριστεί για τη βοήθειά τους και να προσφέρει τη δυνατότητα αποστολής μιας περίληψης των ευρημάτων της έρευνας.

5.4 ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΔΙΑΣΦΑΛΙΣΗΣ ΕΝΟΣ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΤΙΚΟΥ ΠΟΣΟΣΤΟΥ ΑΠΟΚΡΙΣΗΣ ΣΕ ΕΝΑ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ ΜΕ ΤΑΧΥΔΡΟΜΕΙΟ (3/4)

Β. Η αρχική ταχυδρομική αποστολή

Γενικά να χρησιμοποιούνται φάκελοι καλής ποιότητας με προσυμπληρωμένα τα στοιχεία του παραλήπτη, εσωκλειόμενο γραμματόσημο για την επιστροφή του, αλλά και ο φάκελος αποστολής να είναι ανάλογης ποιότητας.

Γ. Η συνοδευτική επιστολή

Η επιστολή να υποδεικνύει το σκοπό της έρευνας, να τονίζει τη σημασία της, να διαβεβαιώνει για την εχεμύθεια και να ενθαρρύνει την απάντηση. Να είναι προσαρμοσμένη λεκτικά ανάλογα με το κοινό που απευθύνεται. Πρέπει να αναφέρονται τα στοιχεία αυτού που διεξάγει την έρευνα. Έχει παρατηρηθεί ότι επιστολές που αποστέλλονται πριν το ερωτηματολόγιο αυξάνουν το ποσοστό απόκρισης.

5.4 ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΔΙΑΣΦΑΛΙΣΗΣ ΕΝΟΣ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΤΙΚΟΥ ΠΟΣΟΣΤΟΥ ΑΠΟΚΡΙΣΗΣ ΣΕ ΕΝΑ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ ΜΕ ΤΑΧΥΔΡΟΜΕΙΟ (4/4)

Δ. Δεύτερη επιστολή που ακολουθεί την αποστολή του ερωτηματολογίου (follow up letter)

Είναι ο πιο αποδοτικός παράγοντας για την αύξηση του ποσοστού απόκρισης. Ισχύουν οι παραπάνω υποδείξεις. Να τονιστεί η σημασία της έρευνας και η αξία της συμμετοχής. Καλό είναι να εσωκλεισθεί και ένα δεύτερο αντίγραφο του ερωτηματολογίου με τα συνοδευτικά του –φάκελο και γραμματόσημο.

Ε. Περαιτέρω επιστολές

Υπόκεινται στο νόμο φθίνουσών επιστροφών αλλά αξίζει τον κόπο καθώς οι τρεις υπομνήσεις που προτείνονται μπορεί να αυξήσουν το ποσοστό απόκρισης κατά το 1/3.

Στ. Χρήση κινήτρων

Τα κίνητρα που συνοδεύουν την αρχική αποστολή μπορεί να αποδειχθούν περισσότερο αποτελεσματικά από την επιβράβευση της επιστροφής των ερωτηματολογίων. Αυτά πρέπει να θεωρούνται ως προσφορά παρά ως αμοιβή πχ ένα στυλό διαρκείας.

5.5 ΣΧΕΔΙΑΖΟΝΤΑΣ ΔΕΙΓΜΑΤΟΛΗΠΤΙΚΕΣ ΕΡΕΥΝΕΣ ΠΟΥ ΒΑΣΙΖΟΝΤΑΙ ΣΕ ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΕΙΣ (1/3)

Το διακριτικό χαρακτηριστικό τους είναι ότι είναι **πολύ δομημένες**.

Περιλαμβάνουν τη χρήση του ίδιου τύπου βασικού εργαλείου με την αυτοσυμπληρούμενη δειγματοληπτική έρευνα, δηλαδή κάνουν **χρήση ερωτηματολογίου**. Υπάρχει ένα προσδιορισμένο σύνολο ερωτήσεων με εκ των προτέρων προσδιορισμένη και τυποποιημένη διατύπωση.

Οι εναλλακτικές αποκρίσεις είναι επίσης τυπικά προσδιορισμένες και καθορισμένες εκ των προτέρων, αν και συνηθίζεται να υπάρχει και ένας μικρός αριθμός ερωτήσεων με ανοικτή απάντηση του τύπου <οποιοδήποτε άλλο σχόλιο>.

Το ερωτηματολόγιο σε μια δειγματοληπτική έρευνα που βασίζεται σε συνεντεύξεις αναφέρεται ως **σχέδιο συνέντευξης** (interview schedule).

5.5 ΣΧΕΔΙΑΖΟΝΤΑΣ ΔΕΙΓΜΑΤΟΛΗΠΤΙΚΕΣ ΕΡΕΥΝΕΣ ΠΟΥ ΒΑΣΙΖΟΝΤΑΙ ΣΕ ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΕΙΣ (2/3)

Το ερωτηματολόγιο σε μια τέτοια έρευνα καλύπτει:

- Όσα θα πει εισαγωγικά ο συνεντευκτής
- Εισαγωγές σε συγκεκριμένες ερωτήσεις ή ομάδες ερωτήσεων
- Τις ερωτήσεις
- Την έκταση ή το σύνολο των πιθανών απαντήσεων
- Τους κωδικούς των αποκρίσεων
- Πιθανές υπερπηδήσεις στη σειρά των ερωτήσεων, δηλαδή ανάλογα με το αν η απάντηση ναι-όχι συνεπάγεται την απάντηση και σε μια άλλη συνδεδεμένη ερώτηση.
- Τα καταληκτικά σχόλια
- Τις υπομνήσεις προς το συνεντευκτή σχετικά με τη διαδικασία

5.5 ΣΧΕΔΙΑΖΟΝΤΑΣ ΔΕΙΓΜΑΤΟΛΗΠΤΙΚΕΣ ΕΡΕΥΝΕΣ ΠΟΥ ΒΑΣΙΖΟΝΤΑΙ ΣΕ ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΕΙΣ (3/3)

Είναι χρήσιμο να διακριθούν τα τμήματα του ερωτηματολογίου που λειτουργούν ως υποβοηθήματα υπόμνησης (aide memoirs) για το συνεντευκτή από εκείνα που πρέπει να ειπωθούν από τον αποκρινόμενο π.χ. διαφορετικά χρώματα ή πεζά- κεφαλαία.

Οι κωδικοί για τις διαφορετικές αποκρίσεις συνήθως κυκλώνονται άμεσα κατά τη διάρκεια της συνέντευξης από το συνεντευκτή, έτσι ώστε να βοηθηθεί η περαιτέρω ανάλυση.

Όλες οι φαινομενικά ανοικτές ερωτήσεις συνήθως συνοδεύονται από ένα σύνολο προκατηγοριοποιημένων αποκρίσεων και είναι στην ευθύνη του συνεντευκτή να αποφασίσει σε ποια από αυτές τις κατηγορίες ανήκει η απόκριση. Αυτό μπορεί να γίνει κατά τη συνέντευξη, αλλά και αργότερα εφόσον ο συνεντευκτής έχει καταγράψει πλήρως τις απαντήσεις. Πάντως πρέπει να γίνει το δυνατό συντομότερο.

Το σύνολο των προ-κατηγοριοποιημένων απαντήσεων αναπτύσσεται κατά τη διάρκεια του προελέγχου.

5.5 ΣΧΕΔΙΑΖΟΝΤΑΣ ΔΕΙΓΜΑΤΟΛΗΠΤΙΚΕΣ ΕΡΕΥΝΕΣ ΠΟΥ ΒΑΣΙΖΟΝΤΑΙ ΣΕ ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΕΙΣ (3/3)

Όταν χρησιμοποιούνται εξειδικευμένοι συνεντευκτές είναι χρήσιμο να έχουν έναν **ξεχωριστό οδηγό συνέντευξης**. Αυτός δίνει λεπτομερείς οδηγίες σχετικά με τη διαδικασία της συνέντευξης, ώστε να διασφαλίζεται ότι υπάρχει μια τυποποίηση μεταξύ διαφορετικών συνεντευκτών. Μπορεί να γίνουν και εκπαιδευτικά σεμινάρια για αυτό το σκοπό. Αν όμως ο ερευνητής είναι και αυτός που διεξάγει τη συνέντευξη αυτό παραλείπεται.

5.6 ΓΕΝΙΚΕΣ ΣΥΜΒΟΥΛΕΣ ΓΙΑ ΤΟΥΣ ΣΥΝΕΝΤΕΥΚΤΕΣ ΠΟΥ ΔΙΕΞΑΓΟΥΝ ΔΟΜΗΜΕΝΕΣ ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΕΙΣ

1. **Εμφάνιση** – ντύσιμο που **ταιριάζει** με αυτό των αποκρινόμενων. Εάν δεν υπάρχει σχετική γνώση, τότε ουδέτερη εμφάνιση.
2. **Προσέγγιση**- να είστε ευχάριστοι- κάντε τον αποκρινόμενο να αισθανθεί άνετα.
3. **Οικειότητα** με το ερωτηματολόγιο- σχέδιο της συνέντευξης. Να το γνωρίζετε λεπτομερώς.
4. **Διατύπωση** των ερωτήσεων. Χρησιμοποιείστε την ακριβή διατύπωση των ερωτήσεων και μείνετε πιστοί στη σειρά τους.
5. Ερωτήσεις με προσδιορισμένες- εναλλακτικές αποκρίσεις- επιτρέψτε **μόνο τις τυποποιημένες εναλλακτικές**.
6. Ερωτήσεις με **ανοικτή απόκριση**. Είτε κωδικοποιήστε τις αμέσως, είτε καταγράψτε τις απαντήσεις με ακρίβεια για την μετέπειτα κωδικοποίησή τους. Μην παρεμβαίνετε αισθητικά με τροποποιήσεις, διορθώσεις, παραποιήσεις.

5.7 ΣΥΓΚΡΙΣΗ ΑΥΤΟΣΥΜΠΛΗΡΟΥΜΕΝΩΝ ΔΕΙΓΜΑΤΟΛΗΠΤΙΚΩΝ ΕΡΕΥΝΩΝ ΜΕ ΑΥΤΕΣ ΠΟΥ ΒΑΣΙΖΟΝΤΑΙ ΣΤΗ ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗ (1/2)

Η κύρια διαφορά τους είναι στο **ποιος συμπληρώνει** το ερωτηματολόγιο. Στην μια περίπτωση είναι ο αποκρινόμενος ενώ στη δεύτερη ο συνεντευκτής. Το γεγονός αυτό έχει πολύπλοκες **έμμεσες συνέπειες**.

Η παρουσία του συνεντευκτή ανοίγει το δρόμο σε παράγοντες που σχετίζονται με τον ίδιο: τις ικανότητές του, την εμπειρία του, την προσωπικότητά του και το βαθμό εμπλοκής ή αποξένωσης από την έρευνα.

Όταν εμπλέκονται πολλοί συνεντευκτές είναι εύκολο να αποδειχθεί πόσο σημαντικοί είναι παράγοντες σαν τους παραπάνω στο **βαθμό απόκρισης** των ερωτώμενων.

Οι **αλληλεπιδράσεις** του συνεντευκτή και του ερωτώμενου μπορούν να ασκήσουν επίσης κάποια επιρροή, οι διαφορές ή ομοιότητες στην ηλικία, το φύλο, την κοινωνική τάξη, την εθνική καταγωγή, την κοινωνική θέση μπορεί να επιδράσουν στη σχέση τους, καθώς και στο βαθμό στον οποίο ερωτώμενος μπορεί να προσπαθήσει ή να ευχαριστήσει ή να αντιδράσει κατά του συνεντευκτή (**επιδράσεις του συνεντευκτή - interviewer effects**).

5.7 ΣΥΓΚΡΙΣΗ ΑΥΤΟΣΥΜΠΛΗΡΟΥΜΕΝΩΝ ΔΕΙΓΜΑΤΟΛΗΠΤΙΚΩΝ ΕΡΕΥΝΩΝ ΜΕ ΑΥΤΕΣ ΠΟΥ ΒΑΣΙΖΟΝΤΑΙ ΣΤΗ ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗ (2/2)

Το αυτοσυμπληρούμενο ερωτηματολόγιο ο ερευνητής μπορεί να αγνοεί πολλούς από τους παράγοντες που επηρεάζουν την επιλογή μιας απόκρισης σε μια ερώτηση. Η εγκυρότητα μιας απόκρισης μπορεί να ελεγχθεί με την εισαγωγή ανάλογων ερωτήσεων σε διάφορα σημεία, αλλά αυτή η δυνατότητα μπορεί να σημαίνει ότι ακόμη και ασήμαντες αλλαγές στη διατύπωση μπορεί να επιφέρουν ριζικές αλλαγές στην απόκριση.

Είναι σχεδόν αδύνατο να εκτιμηθεί εάν ο ερωτώμενος αντιμετώπισε τις ερωτήσεις με προσοχή και σοβαρότητα, ή θεώρησε ότι πρόκειται για μια ανιαρή αγγαρεία που ολοκλήρωσε βιαστικά. Μια συνέντευξη επιτρέπει την εκτίμηση αυτού του παράγοντα και δίνει τη δυνατότητα διαφοροποίησης των αποκρινόμενων σε αυτή τη βάση. Επίσης λόγω της προσωπικής αλληλεπίδρασης η προσωπική εμπλοκή του ερωτώμενου είναι πιθανά μεγαλύτερη και επομένως αυτό μπορεί να επηρεάσει θετικά και την ποιότητα των δεδομένων.

Το ποσοστό άρνησης για συνέντευξη είναι τυπικά πολύ μικρότερο απ' ότι στην περίπτωση ενός ερωτηματολογίου ταχυδρομικού- μπορεί να αυξηθεί με την επανάληψη των αποστολών.

5.8 ΕΞΕΙΔΙΚΕΥΜΕΝΑ ΖΗΤΗΜΑΤΑ ΓΙΑ ΔΕΙΓΜΑΤΟΛΗΠΤΙΚΕΣ ΕΡΕΥΝΕΣ ΜΕ ΤΗΛΕΦΩΝΙΚΕΣ ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΕΙΣ

Η χρήση τους γίνεται ολοένα και **ευρύτερη** καθώς μπορούν να επιτύχουν πλεονεκτήματα της συνέντευξης, με **μικρότερο κόστος σε χρόνο και οικονομικούς πόρους**, καθώς δεν απαιτούνται μετακινήσεις.

Ένα πρόβλημα που αφορά την μη δυνατότητα χρήσης **απόρρητων τηλεφωνικών αριθμών**, αυτό ξεπερνιέται με την τεχνική τυχαίας κλήσης ψηφίων. Είναι ένας τρόπος επιλογής αριθμών για μια τηλεφωνική δειγματοληπτική έρευνα όπου μερικά από τα τελευταία ψηφία του τηλεφωνικού αριθμού παράγονται τυχαία.

5.9 ΣΧΕΔΙΑΖΟΝΤΑΣ ΚΑΙ ΔΙΕΞΑΓΟΝΤΑΣ ΤΗΛΕΦΩΝΙΚΕΣ ΔΕΙΓΜΑΤΟΛΗΠΤΙΚΕΣ ΕΡΕΥΝΕΣ (1/2)

- Αποτελεί καλή κίνηση στρατηγικής να στείλετε επιστολή πριν το τηλεφώνημα. Αυτό βέβαια δεν μπορεί να συμβεί εάν χρησιμοποιηθεί η τεχνική της τυχαίας κλήσης αριθμών.
- Παρουσιάστε και εξηγήστε το σκοπό και τις προσδοκίες σας.
- Σιγουρευτείτε ότι μιλάτε με το σωστό πρόσωπο. Μπορεί και να σας παραπέμψουν σε κάποιον που ταιριάζει καλύτερα στους σκοπούς σας.
- Αφού σιγουρευτείτε για το άτομο που θέλετε να μιλήσετε, επιβεβαιώστε ότι είναι κατάλληλη η ώρα, αλλιώς κλείστε άλλο τηλεφωνικό ραντεβού και να είστε συνεπής σε αυτό.
- Ο τηλεφωνικός χρόνος πρέπει να είναι σύντομος και να μπορείτε να δώσετε μια εκτίμηση του, στον αποκρινόμενο.

5.9 ΣΧΕΔΙΑΖΟΝΤΑΣ ΚΑΙ ΔΙΕΞΑΓΟΝΤΑΣ ΤΗΛΕΦΩΝΙΚΕΣ ΔΕΙΓΜΑΤΟΛΗΠΤΙΚΕΣ ΕΡΕΥΝΕΣ (2/2)

- Δημιουργήστε μια σχέση και κινηθείτε γρήγορα και οργανωμένα.
- Χρησιμοποιήστε κατάλληλο τόνο φωνής- φιλικό και συνομιλητικό. Ακουστείτε φρέσκος, ενθουσιώδης και μετρημένος. Αν κουραστείτε σταματήστε και συνεχίστε αργότερα.
- Μιλήστε με τη σωστή ταχύτητα, ανάλογα με το συνομιλητή σας.
- Κρατήστε ημερολόγιο κλήσεων που έγιναν και των αποτελεσμάτων τους- σημειώστε ώρα και ημερομηνία.
- Κάντε πρόβες πριν διεξάγετε την έρευνα.
- Δημιουργήστε ωριαίους στόχους για καλύτερη οργάνωση και λιγότερο άγχος επί των αποτελεσμάτων.
- Εάν μαγνητοφωνήσετε μια κλήση πρέπει να ενημερώσετε τον αποκρινόμενο για αυτό.

6. Η ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗ

Η **συνέντευξη** είναι η πιο διαδεδομένη τεχνική συλλογής/παραγωγής **ποιοτικού υλικού** και πληροφοριών- ιδιαίτερα στις Κοινωνικές Επιστήμες.

Έχει σκοπό να **οργανώσει μια σχέση προφορικής επικοινωνίας** ανάμεσα σε δύο πρόσωπα, τον συνεντευκτή και τον ερωτώμενο έτσι ώστε να επιτρέψει από τον πρώτο τη συλλογή ορισμένων πληροφοριών από το δεύτερο, πάνω σε ένα συγκεκριμένο αντικείμενο.

Η συνέντευξη ως ερευνητική μέθοδος ενέχει τον ερευνητή και το/τα άτομα από τα οποία λαμβάνονται οι συνεντεύξεις. Οι συνεντεύξεις διεξάγονται συνήθως έναν προς έναν, αλλά μπορεί να γίνουν και σε **περιβάλλοντα ομάδας**, αλλά και από το τηλέφωνο.

Η συνέντευξη μπορεί να σταθεί μόνη της ή σε συνδυασμό με άλλες μεθόδους προκειμένου να προσεγγιστεί το υπό διερεύνηση θέμα.

6. ΜΟΡΦΕΣ ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗΣ (1/2)

Μπορεί να λάβει πολλές μορφές και ανάλογα με το βαθμό δόμησης της, δηλαδή το **βαθμό τυποποίησής** της διακρίνονται 3 βασικά είδη (Ιωσηφίδης, 2008, Robson, 2010). Ανάλογα με το βάθος των αποκρίσεων που ζητάμε χρησιμοποιούμε και την αντίστοιχη μορφή:

- **Πλήρως Δομημένη συνέντευξη (structured interview)**

Έχει προκαθορισμένες ερωτήσεις με προκαθορισμένη διατύπωση, συνήθως σε προκαθορισμένη διάταξη. Βασισμένη σε κλειστού τύπου ερωτηματολόγιο, τίθεται με ενιαίο τρόπο σε όλους τους ερωτώμενους. Πρόκειται ουσιαστικά για ένα ερωτηματολόγιο όπου οι αποκρίσεις στις περισσότερες ερωτήσεις πρέπει να επιλεγούν μέσα από έναν κατάλογο εναλλακτικών απαντήσεων.

Για παράδειγμα η **συνέντευξη της δειγματοληπτικής έρευνας** αποτελεί παράδειγμα μιας πολύ δομημένης μορφής.

6.1 ΜΟΡΦΕΣ ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗΣ (2/2)

- **Ημιδομημένη συνέντευξη (semi- structured interview)**

Σύνολο προκαθορισμένων ερωτήσεων, **ευελιξία** ως προς τη σειρά και το περιεχόμενο, μπορεί να **περιληφθούν θέματα** που απασχολούν τον ερωτώμενο.

Έχει προκαθορισμένες ερωτήσεις αλλά η διάταξή τους μπορεί να τροποποιηθεί ανάλογα με την αντίληψη του συνεντευκτή σχετικά με το τι φαίνεται καταλληλότερο. Η διατύπωση της ερώτησης μπορεί να αλλάξει και να δοθούν εξηγήσεις, να παραληφθούν ή να προστεθούν ερωτήσεις.

- **Μη δομημένη συνέντευξη (unstructured interview)**

Απουσία προκαθορισμένων ερωτήσεων και οι θεματικές προκύπτουν από την αλληλεπίδραση ερευνητή και ερωτώμενου. Υπάρχει απόλυτη ελευθερία έκφρασης πάνω στο θέμα της συνέντευξης, με ελάχιστη προτροπή από τον ερευνητή. Ο συνεντευκτής έχει μια γενική περιοχή που τον απασχολεί αλλά επιτρέπει τη συζήτηση να αναπτυχθεί στο πλαίσιο αυτής. Μπορεί να είναι τελείως άτυπη.

6.2 ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗΣ

- Η συνέντευξη είναι ένας **ευέλικτος και προσαρμοστικός** τρόπος για να λαμβάνουμε πληροφορίες
- **Άντληση** πληροφορίας σε βάθος
- Λόγω της αμεσότητας της σχέσης μπορεί να **τροποποιηθεί το περιεχόμενο**, αναδεικνύοντας νέα θέματα διερεύνησης – τροποποίηση της ερευνητικής κατεύθυνσης
- **Μη λεκτικές ενδείξεις** μπορούν να δώσουν διαφορετικό νόημα στις αποκρίσεις και να βοηθήσουν στην κατανόησή τους. Ο ερευνητής «κατανοεί» τα θέματα που τίθενται μέσα από την οπτική των ερωτώμενων που εκφράζεται από τις συμπεριφορές, στάσεις και αντιλήψεις τους.

6.3 ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗΣ

- Δεν είναι εύκολη τεχνική όσο αφορά τη συλλογή ποιοτικών δεδομένων. Χρονοβόρα μέθοδος (υλοποίηση και σχεδιασμός και από άποψη οργάνωσης αλλά και κατά τη διεξαγωγή).
- Προϋποθέτει αυξημένα επικοινωνιακά προσόντα από τον ερευνητή (ευαισθησία, γνήσιο ενδιαφέρον και ευελιξία). Απαιτεί εμπειρία και ικανότητες από την πλευρά του.
- Σημαντικό τμήμα της πληροφορίας δεν είναι απαραίτητο ή δεν γίνεται αντικείμενο ανάλυσης.
- Σε πολλές περιπτώσεις το υποκειμενικό στοιχείο είναι κυρίαρχο, διακυβεύοντας την αξιοπιστία της έρευνας. Ενέχεται πάντα ο κίνδυνος της μεροληψίας.

6.4 Η ΣΕΙΡΑ ΤΩΝ ΕΡΩΤΗΣΕΩΝ

Σύμφωνα με τον Robson (2010) η σειρά που ακολουθείται για την πραγματοποίηση μιας συνέντευξης είναι η εξής:

1. Η **εισαγωγή**. Ο συνεντευκτής παρουσιάζεται, εξηγεί το σκοπό της συνέντευξης, διαβεβαιώνει για την εχεμύθεια, ζητά την άδεια μαγνητοφώνησης/σημειώσεων.
2. Το **<ζέσταμα>**. Συνήθως εύκολες μη απειλητικές ερωτήσεις στην αρχή, για λόγους εξοικείωσης.
3. Το **κύριο μέρος** της συνέντευξης. Καλύπτει τον βασικό σκοπό της συνέντευξης. Τα επικίνδυνα ερωτήματα στο τέλος, ώστε αν υπάρξει άρνηση συνέχισής της, να έχει συλλεγεί το μεγαλύτερο μέρος της πληροφορίας.
4. Το **χαλάρωμα**. Συνήθως απλές ερωτήσεις, ώστε να διαλυθεί οποιαδήποτε ένταση είχε πιθανά δημιουργηθεί.
5. Το **κλείσιμο**. Ευχαριστίες και αποχαιρετισμός. Σε αυτή τη φάση ο ερωτώμενος μπορεί να δώσει επιπλέον πληροφορίες, οπότε είναι στο χέρι του συνεντευκτή να το χειριστεί αναλόγως.

7. ΔΕΟΝΤΟΛΟΓΙΑ ΚΑΙ ΗΘΙΚΗ ΣΤΗΝ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΡΕΥΝΑ

Κατά τον Ιωσηφίδη (2008) ζητήματα ηθικής και δεοντολογίας ανακύπτουν κατά τη διεξαγωγή οποιασδήποτε ποσοτικής ή ποιοτικής έρευνας.

Στην κοινωνική έρευνα η βαρύτητα είναι μεγαλύτερη καθώς εμπλέκονται κοινωνικά υποκείμενα και άμεση επαφή και σχέση μεταξύ ερευνητή και υποκειμένων.

Τα ζητήματα ηθικής και δεοντολογίας αφορούν κυρίως τα μέσα που χρησιμοποιούνται από τον ερευνητή. Ορισμένα από τα σημαντικότερα και περισσότερο συνηθισμένα ζητήματα είναι τα παρακάτω:

7. ΔΕΟΝΤΟΛΟΓΙΑ ΚΑΙ ΗΘΙΚΗ ΣΤΗΝ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΡΕΥΝΑ

- **Εμπιστευτικότητα και ανωνυμία.** Η ανωνυμία πρέπει να είναι **απόλυτα εγγυημένη**, ιδιαίτερα όταν το αντικείμενο της έρευνας αφορά ιδιαίτερος εμπιστευτικά θέματα. Δεν αφορά μόνο την ηθική διάσταση, αλλά επηρεάζει και την **ποιότητα** της ερευνητικής διαδικασίας.
- **Εντιμότητα και εμπιστοσύνη.** Η εντιμότητα που πρέπει να επιδεικνύει ο ερευνητής οικοδομεί **σχέσεις εμπιστοσύνης** που σημαίνει συλλογή ουσιαστικών δεδομένων.
- **Προστασία από τυχόν κινδύνους.** Οι τυχόν κίνδυνοι για την προσωπική ζωή των συμμετεχόντων πρέπει να **αποφεύγονται και αυτοί να προστατεύονται**, καθώς αντίθετη περίπτωση μπορεί να οδηγήσει σε «κλείσιμο» του πεδίου έρευνας για μελλοντικούς ερευνητές

7. ΔΕΟΝΤΟΛΟΓΙΑ ΚΑΙ ΗΘΙΚΗ ΣΤΗΝ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΡΕΥΝΑ

- Πληροφορημένη συναίνεση (informed consent). Αφορά στη διάθεση του συνόλου των πληροφοριών του ερευνητικού εγχειρήματος στους συμμετέχοντες. Μετά την πλήρη πληροφόρησή τους, ζητείται η συναίνεση για τη συμμετοχή τους (μπορεί να γίνει και γραπτώς).
- Κόστος, όφελος και αμοιβαιότητα. Οι συμμετέχοντες να ενημερώνονται για τα πιθανά οφέλη από τη συμμετοχή τους, να αποφεύγεται η ύπαρξη άλλων κινήτρων πχ οικονομικά.
- Πρόσβαση στα αποτελέσματα της έρευνας. Ο ερευνητής θα πρέπει να εγγυηθεί την πλήρη πρόσβαση των συμμετεχόντων στα αποτελέσματα της έρευνας. Αυτό μπορεί να γίνει με διάφορους τρόπους πχ ευρεία δημοσιοποίηση.
- Χρήση των αποτελεσμάτων της έρευνας. Να γίνεται ορθή χρήση από τον ερευνητή καθώς αυτός έχει τον έλεγχο επί αυτών (πχ αν χρησιμοποιούνται για σκοπούς πέραν των επιστημονικών ή για σκοπούς που δεν είχαν πληροφορηθεί οι συμμετέχοντες).

8. ΣΥΝΟΨΗ

Όπως διαπιστώσαμε η χρήση του ερωτηματολογίου είναι **ευρεία και ουσιαστικής σημασίας** για την εξυπηρέτηση των σκοπών της εκάστοτε ερευνητικής προσπάθειας. Κάθε τύπος έχει τις **ιδιαιτερότητές** του, ως προς τις απαιτήσεις και τη διαχείριση του, ωστόσο υπάρχουν πολλοί **βαθμοί ελευθερίας** στο να δημιουργήσουμε το ερωτηματολόγιο που μας εξυπηρετεί.

Στα αυτοσυμπληρούμενα το ίδιο το ερωτηματολόγιο έχει τον σημαίνοντα ρόλο, ενώ στην περίπτωση της συνέντευξης η άμεση επαφή και η σχέση μεταξύ των δύο δρώντων δηλαδή του ερευνητή/συνεντευκτή και του ερωτώμενου μπορεί να επηρεάσει το τελικό αποτέλεσμα, ανεξάρτητα από την αρτιότητα του ερωτηματολογίου που έχει χρησιμοποιηθεί.

Εν κατακλείδι, το ερωτηματολόγιο/ συνέντευξη μπορούν να **εξυπηρετήσουν ποικίλους αλλά και διαφορετικούς ερευνητικούς σκοπούς και ενέχουν την ευελιξία ως προς τη διαμόρφωση** τους ανάλογα με τις απαιτήσεις, τους πόρους και το ζητούμενο της κάθε ερευνητικής προσπάθειας.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

1. **Η Έρευνα με ερωτηματολόγιο**, Claude Javeau, 1996, επιμέλεια Κ.Τζαννόνε- Τζώρτζη, εκδόσεις «Τυπωθήτω»
2. **Εισαγωγή στη Μεθοδολογία και τις Τεχνικές των Κοινωνικών Ερευνών**, επ. Β.Φίλιας, 1996, β' έκδοση, εκδόσεις «Gutenberg»
3. **Ποιοτικές Μέθοδοι Έρευνας στις Κοινωνικές Επιστήμες**, Θ.Ιωσηφίδης, 2008, εκδόσεις «Κριτική»
4. **Η έρευνα του πραγματικού κόσμου**, Colin Robson, 2010, β' εκδ. «Gutenberg»

