

ИНСТРУКЦИЯ ПО ВЕДЕНИЮ НАУЧНОГО ИССЛЕДОВАНИЯ

Опросы





Сегодня мы изучим один из самых важных и распространенных инструментов исследования – опросы. Мы изучим как переносить ваши задачи и концепции в вопросы, как составлять вопросы, и какие бывают категории ответов.

Опрос – процесс сбора данных с помощью вопросника для того, чтобы определить характеристики, атрибуты и мнения людей.

Студенты часто недооценивают сложность создания хорошего инструмента для обследования. Лучший совет – делать это шаг за шагом, пилотировать и получать много обратной связи. Почти невозможно правильно составить анкету с первого раза. Как обсуждается ниже, разработка вопросника потребует от вас:

1. реализовать ваши концепции;
2. сформулировать вопросы;
3. определиться с категориями ответов;
4. предоставить справочную информацию и четкие инструкции;
5. принять решение об организации и продолжительности; и, наконец,
6. создать эстетически приятный макет и дизайн.

Все это должно быть сделано в сочетании с несколькими этапами пилотирования и перепланировки.

Практическая реализация концепций

Реализация концепций это превращение абстрактных понятий в измеряемые переменные. Предположим, вы хотели провести опрос, который мог бы помочь вам определить, было ли старомодное воспитание причиной подросткового бунтарства. Ваши абстрактные понятия будут «старомодное воспитание» и «подростковое бунтарство». Использование этих концепций на практике означает не только их определение, но и разработку показателей, чтобы вы могли определить, являются ли ваши респонденты продуктами старомодного воспитания и следует ли считать его бунтарским.

На этом этапе многие проекты терпят неудачу. Студенты хотят отразить концепцию, но они не прилагают достаточных усилий для того, чтобы изучить литературу и найти индикаторы, которые уже доказали свою эффективность и надежность. Например, такие понятия, как чувство собственного достоинства, гнев, беспокойство и бедность, были изучены бесчисленными исследователями, которые разработали различные шкалы, элементы и показатели, которые могут достоверно охватить эти концепции. Это именно тот момент, когда вы не захотите снова изобретать колесо. Помните: ваша цель – пополнить базу знаний, и использование того, что сделали другие исследователи, является важной частью процесса.

Действительные и надежные индикаторы для различных концепций, однако, не всегда могут быть найдены в литературе. Одним из наиболее распространенных способов реализации концепции является создание шкалы, которая позволит вам разместить респондентов вдоль континуума для некоторой переменной, которая вам интересна. Предположим, вы хотели понять отношение старшеклассников к сверстникам-геям – ваша цель может заключаться в том, чтобы дать им рейтинг, который указывает, где они находятся, от наименее до наиболее комфортного. Три варианта – шкалы Лайкерта, Гутмана и Терстоуна. Для того чтобы разработать измерение каждой переменной можно начать с создания большого набора элементов (до 100), которые отражают интересующую вас концепцию. Хорошая идея – провести мозговой штурм с хорошо осведомленной группой. Если бы вы делали это для предметов, связанных с отношением учеников старших классов к гомосексуальным сверстникам, вы могли бы составить список вопросов, включающий следующее:

1. Я считаю, что гомосексуализм аморален.
2. Мне удобно иметь друзей-геев.
3. Мне комфортно со студентами-геями в моем классе.
4. Я думаю, что студенты-геи не должны говорить о своей ориентации.
5. Я бы не хотел находиться в раздевалке со студентом-геем.
6. И так далее... (до 100 наименований).

Для всех трех шкал следующим шагом является предоставление экспертам мнения о том, насколько каждое утверждение имеет отношение к концепции. Теперь важно осознать, что вас не интересует, согласны ли эксперты лично с каждым утверждением – вы просто хотите понять, считают ли они его



актуальным.

Каждая шкала имеет свой собственный способ сбора экспертного мнения об актуальности, что приводит к следующим трем различным шкалам:

- Лайкерт – для оценки релевантности эксперты используют пятибалльную шкалу, такую как

- 1 = крайне неблагоприятно для концепции,
- 2 = несколько неблагоприятно для концепции,
- 3 = не определено,
- 4 = несколько благоприятно для концепции,
- 5 = сильно благоприятно для концепции.

Затем исследователь использует статистику для вычисления корреляций между всеми парами предметов и сохраняет предметы с наивысшими корреляциями с общим баллом по всем предметам (высокий уровень корреляции показывает, что эксперты согласны по этим конкретным вопросам). Цель состоит в том, чтобы создать 10–15 надежных вопросов.

Администрирование шкалы включает в себя обращение к респондентам с просьбой оценить каждый из выбранных 10–15 пунктов по шкале ответов от четырех до девяти пунктов. Например, пятибалльная шкала может состоять из

- 1 = категорически не согласен,
- 2 = не согласен,
- 3 = не определен,
- 4 = согласен,
- 5 = полностью согласен.

Шкалы с нечетным числом точек предлагают нейтральное серединное мнение, в то время как шкалы с четными числами опускают нейтральное мнение и вынуждают респондентов выбрать сторону. Чтобы получить общий рейтинг, отдельные баллы предметов суммируются.

- Гутман – Эксперты ставят «да» для каждого утверждения, которое считают подходящим для концепции, и «нет» для каждого, что не соответствует. Затем исследователь создает таблицу, которая показывает ответы респондентов по всем пунктам, и сортирует их в матрицу, так что респонденты, которые согласны с большим количеством утверждений, перечислены вверху, а респонденты, согласившиеся с меньшим количеством, – внизу. Цель состоит в том, чтобы придумать набор пунктов, которые упорядочены так, чтобы респондент, который согласен с любым конкретным вопросом в списке, также согласился со всеми предыдущими вопросами. Таким образом, если респондент получил 3 балла, это должно означать, что он или она согласился с первыми тремя утверждениями. Если респондент получил 7 баллов, это должно означать, что он согласен с первыми семью. Цель состоит в том, чтобы найти набор предметов (выполненный с помощью анализа скалограммы), который идеально соответствует этому шаблону.

Администрирование шкалы включает в себя просьбу к респондентам проверить пункты, с которыми они согласны. У каждого элемента есть значение шкалы, связанное с ним (полученное из анализа скалограммы), и для получения общего рейтинга вы просто добавляете значения шкалы каждого проверенного респондента.

- Терстоун – Эксперты оценивают каждый элемент от 1 до 11, где 1 крайне неблагоприятен для концепции, а 11 – исключительно благоприятен для концепции. Затем исследователь вычисляет медианный и межквартильный диапазоны для каждого элемента и выбирает операторы, которые находятся на равных интервалах в пределах диапазона медиан и имеют небольшой диапазон (это показывает наибольшее согласие между экспертами). Цель состоит в том, чтобы придумать критерий для измерения, где люди сидят на континууме. Предметы с более высокой медианой должны указывать на более благоприятное отношение к концепции. Управление шкалой включает в себя просьбу участников согласиться или не согласиться с каждым утверждением. Чтобы получить общий рейтинг, вы усредняете медианы всех пунктов, с которыми согласились респонденты.

Формулировка вопроса

Конечно, есть несколько способов задать один и тот же вопрос. На самом деле безграничное количество способов. Проблема в том, что какие-то незаметные на глаз детали в формулировке могут повлиять на ваши данные.

Каких вопросов вам следует избегать.



1. Плохо составленные

- Сложные термины и язык – многие люди "hippopotomonstrosesquippedaliophobia" (боятся больших слов). Если эти слова не нужны, не используйте их.
- Неоднозначные вопросы – то как люди понимают определенные вещи может сильно расходиться, поэтому очень легко задать двусмысленный вопрос. Например, рассмотрите вопрос «Насколько велика ваша семья?». Родные могут быть непосредственными (как братья и сестры) или включать дальних родственников; для детей разлученных родителей они могут включать два дома.
- Двойной негатив – например вопрос «Вы не удовлетворены своей работой?» ответ «не согласен» может вызвать небольшую путаницу в голове у респондента
- Двусложные вопросы – это когда вы даете только один ответ на вопрос с более чем одной проблемой. Например, «Считаете ли вы президента честным и эффективным лидером?» Респонденты могут подумать, да, эффективным, но нет, определенно не честным.

2. Предвзятый, наводящий или нагруженный

- Верные заявления – с этими утверждениями легко согласиться, просто потому что они, как правило, звучат правдоподобно. Вот несколько хороших примеров: утверждения «согласен / не согласен», например: «Вы действительно не можете полагаться на людей в эти дни».
- Заявления, с которыми трудно не согласиться с утверждениями – это те, про которые ваши респонденты, вероятно, думают: «Да, это правда, но ...». Однако им не дают возможности уточнить, и они вынуждены соглашаться или не соглашаться. Например, «для маленьких детей хорошо, если их матери остаются дома в течение недели».
- Наводящие вопросы – вести респондентов в определенном направлении может быть сделано непреднамеренно или намеренно в политических целях.

3. Вопросы, на которые вашим респондентам проблематично ответить

- Вопросы, связанные с воспоминаниями – это вопросы, основанные на памяти. Например, «Сколько у вас было отношений?» Без таких рамок, как уровень серьезности или длительность, на этот вопрос можно легко ответить «неправильно».
- Оскорбительные вопросы – если респонденты обижаются на вопрос или серию вопросов, они могут не только пропустить их, но и просто отказаться от всего опроса. Например: «Что Вы сделали такого, что Ваш муж от Вас ушел?» или «Сколько Вы зарабатываете?»
- Вопросы, которые предполагают, что респондент имеет определенные знания. Не думайте, что ваши респонденты знают или знакомы с теми же вещами, что и вы.
- Вопросы с необоснованными предположениями – Респонденты, вероятно, будут в замешательстве, когда речь заходит об ответе на вопрос, содержащий предположение, с которым они не согласны.
- Вопросы с социально желательными ответами – это скорее проблема при личном опросе. Например, респонденту может быть неудобно не соглашаться с утверждением «Считаете ли вы, что женщины, проходящие службу в вооруженных силах, должны иметь те же права и обязанности, что и их коллеги-мужчины?», Особенно если интервьюер – женщина.

Категории ответов

Как будто сделать ваши вопросы максимально точными и беспроблемными было недостаточно, хороший опрос и хорошие данные опроса в равной степени зависят от используемых вами категорий ответов. И нужно учитывать очень много вещей. Во-первых, категории ответов будет влиять на собираемые вами данные. Например, если вы добавите опцию «Я не уверен» в спорный вопрос «да / нет», это повлияет на ваши выводы. Во-вторых, разные типы категорий ответов генерируют данные с разными типами шкал измерения, а данные с разными шкалами измерений требуют совершенно иной статистической обработки. Фактически, понимание различия между номинальными, порядковыми, интервальными и относительными данными определенно облегчит процесс построения опроса, в частности, определения категорий ответов. Разные типы данных мы обсудим в следующих лекциях. Но пока у вас нет данных, с которыми можно поиграть, связь между типами данных и построением опроса может показаться довольно абстрактной.

Это делает проведение вашего первого опроса настоящим испытанием. Итак, мы возвращаемся к необходимости хорошего пилотного исследования. Пилотное исследование позволит вам не только оценить ваши вопросы и категории ответов с точки зрения ваших респондентов, но и создать небольшой набор данных, который вы можете ввести в базу данных и посмотреть можно ли провести статистическую



работу с этими данными. Это действительно лучший способ увидеть, как ваши протоколы сбора данных, включая определение категории ответа (открытая или закрытая), повлияют на ваш анализ.

Свободные ответы

При свободных ответах респондентов просят дать ответы, используя свои собственные слова. Они могут предложить любую информацию или высказать любое мнение, которое они пожелают, хотя объем места, предоставленного для ответа, как правило, ограничивает ответ. Предоставленные данные могут быть богатыми и откровенными, но их также сложно кодировать и анализировать.

Закрытые ответы

При закрытых ответах респондентов просят выбрать один из заранее определенных ответов. Данные здесь, как правило, легко кодировать и статистически анализировать. Категории закрытых ответов бывают разных форм, каждая со своими аспектами.

Да / нет или согласен / не согласен:

Ты пьешь алкоголь?

Да/ нет

«Алкоголь вреден для здоровья»

Согласен / не согласен

Хотя может быть легко работать с «двузначными» данными (или данными только с двумя потенциальными ответами), вам необходимо решить, будут ли респонденты чувствовать себя комфортно только с двумя вариантами ответа. Например, в первом вопросе респондент может подумать: «Не совсем (я пью только тогда, когда я на вечеринках, происходит крайне редко)», или по второму вопросу: «Это зависит от того, о каком количестве идет речь». Потенциальная стратегия состоит в том, чтобы предложить ответ «Не знаю» или «нет мнения», но в таком случае разрешается нейтральная позиция.

Продолжите высказывание/впишите ответ:

Сколько ты вешишь? _____

Даже простой вопрос, подобный этому (при условии, что ваши респонденты знают ответ и готовы вам ответить), может привести к запутанным данным. Будут ли респонденты писать 90 кг, 198 фунтов или 14 камней? Конечно, вы можете преобразовать эти ответы в одну систему, но это не будет возможно, если они просто поставят 90.

Выбор из списка:

Что вы употребляете чаще всего?

Пиво

Вино

Напитки

Смешанные напитки

Коктейли

Вы также должны убедиться, что все варианты покрыты (варианты являются в совокупности исчерпывающими) и не являются взаимоисключающими. Вы можете предложить вариант «Другой» или «Другой: _____».

Упорядочивание ответов:

Пожалуйста, разместите следующие напитки в порядке предпочтения:

Пиво

Вино

Напитки

Смешанные напитки

Коктейли

Эти вопросы, как правило, довольно сложны для респондентов, особенно если списки длинные. Стоит помнить, что если респонденты расстроятся, пытаясь ответить, они, скорее всего, оставят вопрос пустым, оставят его недоделанным или просто напишут что угодно.

Шкала интервальных ответов:

«Для подростков нормально чрезмерно выпивать»

1

2

3

4

5

Полностью не согласен Не согласен Не уверен Согласен Полностью согласен

Шкалы интервальных ответов, часто называемые шкалами Лайкерта, предлагают широкий диапазон ответов, как правило, от «категорически не согласен» до «полностью согласен». В этом типе шкал вам необходимо учитывать: количество баллов, которые вы будете использовать; заставите ли вы респондента принять сторону, используя четное количество ответов; и думаете ли вы, что ваши респонденты, вероятно, просто будут обводить одну и ту же цифру во всех ответах.

Пилотирование (пробный опрос) и модификация

Вы думаете Да! Эта анкета выглядит неплохо – самое время ее разослать. Не так быстро. Вполне



Книга: Инструкция по ведению научного исследования

Лекция: Опросы

Автор лекции: Альмира Абилова

вероятно, что вы попали по крайней мере в одну из наиболее распространенных ловушек. И лучший способ узнать это? Сделать пробный опрос. Очень важно, чтобы у вас был пробный опрос, и чтобы вы получили необходимую обратную связь, не только с точки зрения опыта респондентов, но и с точки зрения качества, собранных вами данных и их пригодности для статистического анализа данных. Оттуда раунд или два модификации, и вы будете готовы к своему опросу.

Администрирование и анализ опросов

В заключение! Теперь вы можете приступить к администрированию вашей анкеты, сбору данных и осмыслению всего процесса. И да, будь то личная встреча, обычный опрос, электронная почта или онлайн опрос, пришло время передать опрос в выборку ваших респондентов. Но только помните, что это только половина дела — и легкая половина. Другое половина дела заключается в том, чтобы заставить ваших респондентов вернуть анкеты с их ответами вам. И потом, конечно, это понимание значений, полученных данных — статистический анализ и осмысление значений статистики. Если ваши данные не будут эффективно управляться и тщательно анализироваться, вся ваша тяжелая работа будет потрачена впустую.