

# Σχεδιασμός και κατασκευή ερωτηματολογίων: εσφαλμένες αντιλήψεις για μια θεμελιωμένη επιστήμη

## 1.1 Εισαγωγή

Η ουσία κάθε επιστημονικής έρευνας είναι η εύρεση απαντήσεων σε συγκεκριμένα ερευνητικά ερωτήματα με συστηματικό τρόπο. Η χρήση συγκεκριμένων εργαλείων τα οποία ονομάζονται ερωτηματολόγια συνιστούν ένα από τα πιο δημοφιλή μέσα συστηματικής συλλογής δεδομένων που απαντώνται στις κοινωνικές έρευνες. Η χρησιμότητά τους απαντάται στο πεδίο των ποσοτικών μεθόδων, όπου χρησιμοποιούνται ως τα κατεξοχήν εργαλεία συλλογής συστηματικών ποσοτικών πληροφοριών από έναν μεγάλο αριθμό ατόμων που ονομάζεται δείγμα και το οποίο λαμβάνεται από τον ευρύτερο πληθυσμό στον οποίο αναφέρεται η έρευνα (De Leeuw, Hox και Dillman 2008).

Οι περισσότεροι άνθρωποι είναι ιδιαίτερα εξοικειωμένοι με το συγκεκριμένο εργαλείο, καθώς συχνά καλούνται να απαντήσουν στις ερωτήσεις ερωτηματολογίων που χρησιμοποιούνται σε διαφορετικές δημοσκοπήσεις, απογραφές, έρευνες αγοράς, είτε οποιασδήποτε άλλης έρευνας που σκοπό έχει να συλλέξει πληροφορίες. Ένας επιπρόσθετος λόγος που οι περισσότεροι άνθρωποι είναι ιδιαίτερα εξοικειωμένοι με τα ερωτηματολόγια είναι γιατί δομούνται σε διαδικασίες στις οποίες βασίζονται οι καθημερινές συνομιλίες, δηλαδή διαδικασίες απόκρισης σε συναφείς ερωτήσεις (Fowler 1995).

Η ιδιαίτερα διαδεδομένη χρήση των ερωτηματολογίων αλλά και το ότι αυτά συνάδουν με τις βασικές αρχές της καθημερινής συνομιλίας (Schwarz κ.ά. 2008· Schwarz 2010) είναι πιθανόν οι σημαντικότεροι λόγοι που έχουν συνδράμει σε μια εσφαλμένη άποψη που υποστηρίζει ότι ο σχεδιασμός και η κατασκευή τους είναι μια σχετικά απλή διαδικασία στην οποία δεν απαιτούνται εξειδικευμένες γνώσεις.

Συνεπώς, οποιοσδήποτε διαθέτει τις απαραίτητες γλωσσικές δεξιότητες μπορεί να σχεδιάσει ερωτήσεις που δύνανται να συμπεριληφθούν στο ερωτηματολόγιο μιας έρευνας (Oppenheim 1992· Foddy 1993· Fowler 1995· Gillham 2000). Η αντίληψη αυτή έχει οδηγήσει στην κατασκευή πληθώρας ερωτηματολογίων τα οποία χρησιμοποιούνται για διαφορετικούς ερευνητικούς σκοπούς και βασίζονται σε μια απλή παράθεση ερωτήσεων οι οποίες δεν αντανakλούν τα ερευνητικά ερωτήματα και τις υποθέσεις, συνεπώς αδυνατούν να συλλάβουν, δηλαδή να μετρήσουν, το κοινωνικό φαινόμενο που διερευνάται. Σε άλλες περιπτώσεις, ο λανθασμένος σχεδιασμός των ερωτήσεων συντελεί σε μεροληπτικές απαντήσεις των συμμετεχόντων στην έρευνα, με αποτέλεσμα τα δεδομένα που συλλέγονται να μην αντανakλούν την πραγματική διάσταση του κοινωνικού φαινομένου που μελετάται. Υπάρχουν και περιπτώσεις όπου οι ερωτήσεις που χρησιμοποιούνται στο ερωτηματολόγιο συλλαμβάνουν τα ερευνητικά ερωτήματα και τις υποθέσεις και είναι κατά τέτοιο τρόπο σχεδιασμένες έτσι ώστε να συντελούν σε ακριβείς απαντήσεις. Ωστόσο, η σειρά με την οποία παρουσιάζονται οι ερωτήσεις στο ερωτηματολόγιο,<sup>1</sup> τα οπτικά χαρακτηριστικά του ερωτηματολογίου (όπως, για παράδειγμα, το μέγεθος και το είδος γραμματοσειράς που χρησιμοποιείται) αλλά και ο τρόπος με τον οποίο επικοινωνούνται οι ερωτήσεις<sup>2</sup> στους συμμετέχοντες στην έρευνα δύνανται να επιδράσουν στις απαντήσεις που δίνουν, συντελώντας σε ανακριβείς μετρήσεις, δηλαδή στα λεγόμενα *σφάλματα μέτρησης* (Bradburn, Sudman και Wansink 2004· Dillman, Smyth και Christian 2014).

Όπως θα συζητηθεί εκτενώς στα επόμενα κεφάλαια του βιβλίου, ο σχεδιασμός και η κατασκευή του ερωτηματολογίου συμπεριλαμβάνει διαδικασίες, που αφορούν ζητήματα που είναι πολύ περισσότερο απαιτητικά και πολύπλοκα από μια απλή παράθεση ερωτήσεων. Ακόμα και αν αυτές οι ερωτήσεις είναι καλά σχεδιασμένες και αντανakλούν τις ερευνητικές υποθέσεις, εάν δεν ληφθούν υπόψη επιπρόσθετα ζητήματα (όπως το ευρύτερο πλαίσιο στο οποίο τοποθετούνται, η τεχνική συμπλήρωσης του ερωτηματολογίου, τα χαρακτηριστικά των συμμετεχόντων, κ.ά.), από μόνες του δεν επαρκούν για ακριβείς μετρήσεις (Dillman 2008).

Τα προαναφερθέντα ζητήματα συχνά αγνοούνται ή παραβλέπονται από άτομα τα οποία θεωρούν τον σχεδιασμό και την κατασκευή των ερωτηματολογίων μια απλή διαδικασία. Ερευνητικά συμπεράσματα τα οποία προκύπτουν βάσει αυτών των ερωτηματολογίων αμφισβητούνται ως προς την αξιοπιστία και την εγκυρότητά τους, εγείρουν σειρά δεοντολογικών ζητημάτων για την ορθή εφαρμογή των απαιτούμενων πρακτικών ερευνητικού σχεδιασμού, ενώ ταυτόχρονα ενισχύουν την κριτική που ασκείται στις ποσοτικές κοινωνικές έρευνες περί αδυναμίας σύλ-

1. Πρόκειται για τις λεγόμενες επιδράσεις πλαισίου, που θα παρουσιαστούν στο Κεφάλαιο 4.

2. Όπως θα συζητηθεί στο επόμενο κεφάλαιο, οι ερωτήσεις του ερωτηματολογίου μπορούν να επικοινωνούνται στους συμμετέχοντες στην έρευνα οπτικά, όταν εφαρμόζονται τεχνικές ατομικής συμπλήρωσης του ερωτηματολογίου, και ακουστικά, όταν χρησιμοποιούνται τυποποιημένες συνεντεύξεις (όπως, για παράδειγμα, τηλεφωνικές συνεντεύξεις).

ληψης και κατ' επέκταση ερμηνείας της κοινωνικής πραγματικότητας και των φαινομένων της. Όπως χαρακτηριστικά αναφέρει ο Gillham (2000: 1):

Το βασικό ζήτημα είναι ότι μια καλή έρευνα δεν μπορεί να δομηθεί πάνω σε φτωχά δεδομένα που έχουν συλλεχθεί, ακόμα και αν τα δεδομένα δεν προορίζονται για τίποτα περισσότερο από μια μεταπτυχιακή διπλωματική εργασία που θα λησμονηθεί, οτιδήποτε προκύπτει από αυτά δεν ευσταθεί. Ως βάση για πρακτική άσκηση, τα φτωχά συλλεγμένα δεδομένα θα είναι σπατάλη χρόνου και χρήματος και θα δυσφημούν το όνομα της «έρευνας».

Η ιδιαίτερα διαδεδομένη αντίληψη ότι χωρίς τις απαραίτητες γνώσεις και δεξιότητες οποιοσδήποτε μπορεί να σχεδιάσει ερωτηματολόγια και οι πιθανές αρνητικές επιπτώσεις της εν λόγω εσφαλμένης αντίληψης στην ποιότητα των δεδομένων που συλλέγονται, και κατ' επέκταση στα συμπεράσματα που προκύπτουν στις κοινωνικές έρευνες, αποτέλεσαν το βασικό έναυσμα για τη συγγραφή του βιβλίου. Η συγγραφέας του βιβλίου είναι απόλυτα σύμφωνη με τον Oppenheim (1992: 1), ο οποίος στην εισαγωγή του κλασικού του έργου *Questionnaire Design, Interviewing and Attitude Measurement* αναφέρει ότι ο κόσμος είναι γεμάτος από καλοπροαίρετους ανθρώπους που πιστεύουν ότι κάθε ένας που μπορεί να γράψει στη μητρική του γλώσσα «και διαθέτει το ελάχιστο μιας κοινής λογικής μπορεί να κατασκευάσει ένα καλό ερωτηματολόγιο. Αυτό το βιβλίο δεν είναι για αυτούς».

Παρόμοια, και το παρόν βιβλίο δεν αφορά το συγκεκριμένο αναγνωστικό κοινό, αλλά εκείνους που ενδιαφέρονται να κατανοήσουν εις βάθος τις διαδικασίες που απαιτούνται κατά τον σχεδιασμό και την κατασκευή ενός ερωτηματολογίου και να εντρυφήσουν σε προτεινόμενες πρακτικές έτσι όπως αποτυπώνονται στο ραγδαία εξελισσόμενο πεδίο των ποσοτικών μεθόδων, με απώτερο σκοπό την προαγωγή της επιστημονικής γνώσης στις κοινωνικές επιστήμες. Οι εν λόγω εξελίξεις, όπως συζητείται παρακάτω, αφορούν τη μετάβαση από την εποχή που ο σχεδιασμός των ερωτήσεων του ερωτηματολογίου θεωρούνταν τέχνη σε μια θεμελιωμένη πλέον επιστήμη.

Θα πρέπει να επισημανθεί ότι οι διαδικασίες που απαιτούνται κατά τον σχεδιασμό και την κατασκευή των ερωτηματολογίων κοινωνικών ερευνών δεν δύναται να διδαχτούν ή να μεταλαμπαδευτούν βάσει εγχειριδιακού τύπου προσεγγίσεων που αφορούν καθολικές οδηγίες και άκαμπτους κανόνες. Η πολυπλοκότητα της κοινωνικής πραγματικότητας και των φαινομένων της δίνει το έναυσμα για τη διερεύνηση πληθώρας ποικίλων ερευνητικών προβλημάτων, τα οποία αποτελούν αντικείμενο των κοινωνικών ερευνών. Κάθε ερευνητικό πρόβλημα που καλούνται να διερευνήσουν οι κοινωνικοί ερευνητές χαρακτηρίζεται από συγκεκριμένες ιδιαιτερότητες, ενώ το ερωτηματολόγιο, ως το βασικό εργαλείο μέτρησής τους, αποτελεί μία –ίσως την πιο κομβική– από τις ερευνητικές διαδικασίες που απαιτούνται κατά τη διεξαγωγή μιας κοινωνικής έρευνας. Ο σχεδιασμός και η κατασκευή των ερωτηματολογίων συνυφαίνεται με τους ερευνητικούς σκοπούς και τις υποθέσεις,

ευρύτερα χαρακτηριστικά της ερευνητικής διαδικασίας (όπως η τεχνική συμπλήρωσης του ερωτηματολογίου, τα χαρακτηριστικά των συμμετεχόντων στην έρευνα, κ.ά.), αλλά και ειδικότερα χαρακτηριστικά της εκάστοτε μέτρησης. Υπό αυτό το πλαίσιο, το βιβλίο δεν ασπάζεται μια εγχειριδιακού τύπου προσέγγιση, παρέχοντας καθολικούς κανόνες για τον βέλτιστο σχεδιασμό και την κατασκευή ερωτηματολογίων για τα σχεδόν άπειρα ερευνητικά ερωτήματα που δύνανται να διερευνηθούν οι κοινωνικοί επιστήμονες. Γι' αυτό και υιοθετείται ο όρος προτεινόμενες πρακτικές αντί κανόνες ή οδηγίες, δεδομένου ότι ο σχεδιασμός των ερωτήσεων και ευρύτερα του ερωτηματολογίου καθορίζεται από πολλαπλούς και διαφορετικούς παράγοντες, τους οποίους οφείλει να σταθμίσει ο ερευνητής για να λάβει τις βέλτιστες αποφάσεις.

Συνεπώς, το παρόν βιβλίο δεν αποτελεί εγχειρίδιο, αλλά παρέχει στους εν δυνάμει και τους νέους ερευνητές τις απαραίτητες γνώσεις και δεξιότητες για να εξοικειωθούν με διαφορετικές πρακτικές, να γνωρίσουν τους πιθανούς περιορισμούς και τα πλεονεκτήματά τους και να ασκηθούν στη λήψη των βέλτιστων αποφάσεων για τον σχεδιασμό και την κατασκευή των ερωτηματολογίων, σταθμίζοντας διαφορετικούς παράγοντες που αφορούν τόσο τις διαδικασίες μέτρησης όσο και επιπρόσθετα ζητήματα διεξαγωγής μιας κοινωνικής έρευνας. Για να επιτευχθούν τα παραπάνω, στο βιβλίο συζητούνται θεωρητικά ζητήματα και συναφής βιβλιογραφία έτσι όπως αποτυπώνεται στο ραγδαία εξελισσόμενο πεδίο του σχεδιασμού και της κατασκευής ερωτηματολογίων. Η συζήτηση εμπλουτίζεται με παραδείγματα εφαρμογής προτεινόμενων πρακτικών σχεδιασμού ερωτήσεων και κατασκευής του ευρύτερου ερωτηματολογίου. Για την καλύτερη κατανόηση των εν λόγω πρακτικών, πολλά από τα παραδείγματα ερωτήσεων που χρησιμοποιούνται στο βιβλίο βασίζονται σε ερωτηματολόγια διεθνικών κοινωνικών ερευνών (όπως είναι η Ευρωπαϊκή Κοινωνική Έρευνα, η Ευρωπαϊκή Έρευνα Αξιών, η Παγκόσμια Έρευνα Αξιών, κ.ά.), ευρωπαϊκών δειγματοληπτικών ερευνών που διενεργούνται στα μέλη νοικοκυριών για τη συγκέντρωση συγκεκριμένων στοιχείων (όπως η Έρευνα Εισοδήματος και Συνθηκών Διαβίωσης των Νοικοκυριών, κ.ά.), καθώς και ερευνών που έχουν διεξαχθεί στο πλαίσιο συγκεκριμένων ευρωπαϊκών προγραμμάτων, στα οποία η συγγραφέας συμμετείχε ως μέλος της ελληνικής ερευνητικής ομάδας (όπως τα ευρωπαϊκά προγράμματα EURYKA και LIVEWHAT).

## 1.2 Βασικοί λόγοι λανθασμένων ερωτηματολογίων, και η σημασία ενός σωστού σχεδιασμού και κατασκευής

Όπως αναφέρθηκε στην προηγούμενη ενότητα, ο σχεδιασμός και η κατασκευή ενός ερωτηματολογίου συχνά εκλαμβάνεται ως ένας εύκολος και γρήγορος τρόπος για τη συλλογή δεδομένων από μεγάλο αριθμό ατόμων. Ωστόσο αυτή η εσφαλμένη αντίληψη συνήθως εκφράζεται από άτομα τα οποία δεν διαθέτουν τις απαραίτητες γνώσεις για το πεδίο των ποσοτικών μεθόδων και κατ' επέκταση

των ερευνητικών πρακτικών που απαιτούνται για ευρύτερα ζητήματα διεξαγωγής κοινωνικών ερευνών, και ειδικότερα που συνδέονται με τις διαδικασίες μέτρησης, στις οποίες συμπεριλαμβάνεται ο σχεδιασμός του ερωτηματολογίου. Συνεπώς, ίσως ένας από τους βασικότερους λόγους λανθασμένου σχεδιασμού και κατασκευής ερωτηματολογίων είναι η άγνοια και η έλλειψη εξειδικευμένων γνώσεων.

Ωστόσο, ακόμα και κοινωνικοί ερευνητές με περισσότερες γνώσεις και εμπειρία δύνανται να κατασκευάσουν ερωτηματολόγια που παρουσιάζουν προβλήματα. Κατά τον σχεδιασμό και τη διεξαγωγή μιας κοινωνικής έρευνας, η κατασκευή του ερωτηματολογίου συνιστά μία από τις ερευνητικές διαδικασίες που καλούνται να υλοποιήσουν οι ερευνητές μέσα σε ένα συγκεκριμένο χρονοδιάγραμμα και πλαίσιο διαθέσιμων οικονομικών πόρων. Για λόγους εξοικονόμησης πόρων, οι ερευνητές μπορεί να θεωρήσουν τον σχεδιασμό και την κατασκευή του ερωτηματολογίου δευτερευούσης σημασίας σε σχέση με άλλες ερευνητικές διαδικασίες (όπως, λόγου χάρη, η επιλογή του δείγματος ή η εκπαίδευση των συνεντευκτών σε περιπτώσεις τυποποιημένων συνεντεύξεων), με πιθανές αρνητικές επιπτώσεις στην ποιότητα των δεδομένων που θα συλλεχθούν.

Για παράδειγμα, αν λόγω οικονομικών και χρονικών περιορισμών δεν εφαρμοστεί κάποια από τις τεχνικές αξιολόγησης του ερωτηματολογίου που συζητούνται στο Κεφάλαιο 5, τότε είναι πιθανόν το ερωτηματολόγιο που θα χρησιμοποιηθεί στην έρευνα να χαρακτηρίζεται από διαφορετικά προβλήματα που συντελούν σε ανακριβείς απαντήσεις, δηλαδή σε σφάλματα μέτρησης. Επίσης, αν χρησιμοποιείται μια σχετικά δαπανηρή τεχνική συλλογής δεδομένων, όπως είναι οι πρόσωπο-με-πρόσωπο συνεντεύξεις, είναι πιθανόν οι ερευνητές να περιορίσουν τον αριθμό των ερωτήσεων, καθώς ένα μεγάλο ερωτηματολόγιο που συμπληρώνεται με τη συγκεκριμένη τεχνική επιβαρύνει τόσο το χρονοδιάγραμμα της έρευνας όσο και τον διαθέσιμο προϋπολογισμό της. Σε αυτές τις περιπτώσεις ελλοχεύει ο κίνδυνος να παραλειφθούν σημαντικές ερωτήσεις που συλλαμβάνουν επαρκώς τα ερευνητικά ερωτήματα και τις υποθέσεις που διερευνώνται. Συνεπώς, για λόγους ευρύτερης εξοικονόμησης πόρων οι ερευνητές μπορεί να μην αφιερώσουν τον απαραίτητο χρόνο στις διαδικασίες που απαιτούνται για τον σχεδιασμό και την κατασκευή του ερωτηματολογίου και να οδηγηθούν σε φτωχές μετρήσεις.

Επιπρόσθετα, οι ερευνητές συχνά αισθάνονται ότι ένα μικρό ερωτηματολόγιο με περιορισμένο αριθμό ερωτήσεων αυξάνει τις πιθανότητες συμμετοχής στην έρευνα<sup>3</sup> και δεν συντελεί στην κόπωση των συμμετεχόντων, διασφαλίζοντας έτσι την επιτυχή συμπλήρωσή του. Ωστόσο, από τον περιορισμένο αριθμό ερωτήσεων όπου δεν συλλαμβάνονται επαρκώς οι έννοιες οι οποίες εμπεριέχονται στα ερευνητικά ερωτήματα και τις υποθέσεις εγκυμονούν σοβαροί κίνδυνοι έλλειψης αξιο-

3. Πρόκειται για το συνολικό ποσοστό απόκρισης (ή ποσοστό απόκρισης μονάδας) (*unit response rate*) και αφορά το ποσοστό των ατόμων που έχουν συμπεριληφθεί στο δείγμα και δέχονται να συμμετάσχουν στην έρευνα.

πιστίας των συμπερασμάτων που διεξάγονται. Όπως χαρακτηριστικά αναφέρει ο DeVellis (2003: 12-13):

Η επιλογή ενός ερωτηματολογίου το οποίο είναι πολύ σύντομο για να είναι αξιόπιστο είναι μια κακή ιδέα, ανεξάρτητα από το πόσο πολύ οι ερωτώμενοι προτιμούν τη συντομία. Ένα αξιόπιστο ερωτηματολόγιο που συμπληρώνεται από τους μισούς ερωτώμενους παρέχει περισσότερες πληροφορίες απ' ό,τι ένα αναξιόπιστο ερωτηματολόγιο που συμπληρώθηκε από όλους τους ερωτώμενους. Εάν δεν μπορείτε να προσδιορίσετε τι σημαίνουν τα δεδομένα, τότε ο όγκος των πληροφοριών που συλλέγονται είναι άνευ σημασίας.

Ωστόσο, πέραν των περιορισμένων γνώσεων και των πιθανών χρονικών και οικονομικών περιορισμών, οι λανθασμένοι σχεδιασμοί των ερωτήσεων του ερωτηματολογίου δύναται να συνδέονται με συγκεκριμένες σκοπιμότητες που σχετίζονται με τη χειραγώγηση της κοινής γνώμης, ζητήματα που απαντώνται κυρίως στις πολιτικές δημοσκοπήσεις<sup>4</sup> (Moore 1995· Traugott και Lavrakas 2004). Αν μια πολιτική δημοσκόπηση στοχεύει να αναδείξει τις θετικές στάσεις της κοινής γνώμης για συγκεκριμένα πολιτικά πρόσωπα ή για συγκεκριμένα πολιτικά μέτρα ή αποφάσεις, τότε ο εσκεμμένα λανθασμένος σχεδιασμός συναφών ερωτήσεων<sup>5</sup> μπορεί να καθοδηγήσει τους συμμετέχοντες να επιλέξουν συγκεκριμένες απαντήσεις που αφορούν το επιθυμητό αποτέλεσμα έτσι όπως το ορίζει ο εκάστοτε χρηματοδότης της έρευνας (Traugott και Lavrakas 2004). Για παράδειγμα, η εσφαλμένη διατύπωση της ερώτησης «*Είστε υπέρ ή κατά του μνημονίου με το ΔΝΤ και την ΕΕ με στόχο τη διάσωση της χώρας ή υπέρ της απόρριψής του με κίνδυνο τη χρεοκοπία της χώρας;*» καθοδηγεί τους συμμετέχοντες στην έρευνα να απαντήσουν ότι υποστηρίζουν την απόφαση της κυβέρνησης για τη μνημονιακή σύμβαση με το Διεθνές Νομισματικό Ταμείο (ΔΝΤ) και την Ευρωπαϊκή Ένωση (ΕΕ), για να σωθεί η χώρα από τη χρεοκοπία. Η δημοσιοποίηση τέτοιων μεροληπτικών ευρημάτων στα μέσα μαζικής ενημέρωσης δύναται να επηρεάσει την ευρύτερη κοινή γνώμη ως προς το συγκεκριμένο πολιτικό ζήτημα, εξυπηρετώντας κατά αυτό τον τρόπο συγκεκριμένα πολιτικά συμφέροντα και σκοπούς τα οποία προφανώς δεν συνάδουν με τις επιταγές της επιστημονικής έρευνας και εγείρουν σοβαρά δεοντολογικά ζητήματα.<sup>6</sup>

4. Ο όρος δημοσκόπηση περιλαμβάνει διαφορετικά είδη ερευνών κοινής γνώμης, μεταξύ αυτών και τις πολιτικές δημοσκοπήσεις, οι οποίες στοχεύουν να καταγράψουν γνώμες πάνω σε θέματα που ορίζονται ως πολιτικά. Οι δημοσκοπήσεις και οι έρευνες είναι ταυτόσημοι όροι, ωστόσο οι έρευνες συνήθως διεξάγονται από επιστημονικές οργανώσεις ή ακαδημαϊκά ιδρύματα ενώ οι δημοσκοπήσεις από εμπορικές οργανώσεις για λογαριασμό διαφορετικών φορέων, όπως είναι τα μέσα μαζικής ενημέρωσης, τα πολιτικά κόμματα, οι τοπικές αρχές, κ.ά. (Traugott και Lavrakas 2004).

5. Όπως θα συζητηθεί στο Κεφάλαιο 4, πρόκειται για τις λεγόμενες μεροληπτικές ή καθοδηγούμενες ερωτήσεις, οι οποίες συντελούν σε σημαντικά σφάλματα μέτρησης.

6. Θα πρέπει να σημειωθεί ότι οι εμπορικοί οργανισμοί/εταιρείες που προσφέρουν υπηρεσίες έρευνας αγοράς και κοινωνικής έρευνας θα πρέπει να εφαρμόζουν τους κανόνες του Διεθνούς Κώδικα Δεοντολογίας για την Πρακτική της Έρευνας Αγοράς και της Κοινωνικής Έρευνας (International

Με βάση τα παραπάνω, απαντώνται διαφορετικοί λόγοι –ο σημαντικότερος ίσως εκ των οποίων είναι η έλλειψη εξειδικευμένων γνώσεων–, οι οποίοι συντελούν στον σχεδιασμό ερωτήσεων και ευρύτερης κατασκευής του ερωτηματολογίου που δεν ικανοποιούν τις απαιτούμενες προϋποθέσεις για τη μέτρηση των ζητημάτων που διερευνώνται στις κοινωνικές έρευνες. Οι διαδικασίες μέτρησης, όπως θα συζητηθεί στο Κεφάλαιο 2, συνιστούν μια από τις ερευνητικές πρακτικές που απαιτούνται κατά τον σχεδιασμό και τη διεξαγωγή μιας κοινωνικής έρευνας. Ωστόσο, είναι η πιο κομβική, αποτελώντας τον βασικό πυλώνα κάθε κοινωνικής έρευνας (Krosnick και Presser 2010). Οι κοινωνικοί ερευνητές, έχοντας ως απώτερο σκοπό τη συστηματική διερεύνηση, τον έλεγχο και την αξιολόγηση των θεωριών και των ερευνητικών υποθέσεων που τις διέπουν καλούνται να μεταβούν από ένα επίπεδο που αναφέρεται σε θεωρητικές έννοιες και στις μεταξύ τους σχέσεις στο εμπειρικό επίπεδο. Ουσιαστικά η μέτρηση αντανάκλα τη διαδικασία διασύνδεσης θεωρητικών εννοιών με εμπειρικούς δείκτες (Blalock 1968· McGaw και Watson 1976· Zeller και Carmines 1980). Αν η μετάβαση από το αφηρημένο επίπεδο θεωρητικών εννοιών στο εμπειρικό επίπεδο δεν επιτευχθεί με τις βέλτιστες πρακτικές, τότε οι μετρήσεις θα αντανάκλουν διαφορετικά ζητήματα από αυτά που επιθυμεί να μετρήσει ο ερευνητής. Υπό αυτό το πλαίσιο, όσο βέλτιστα και αν διεξαχθούν οι υπόλοιπες ερευνητικές διαδικασίες, όπως, για παράδειγμα, να επιλεγεί ένα δείγμα συμμετεχόντων στην έρευνα το οποίο διαθέτει υψηλή αντιπροσωπευτικότητα του ευρύτερου πληθυσμού που μελετάται, ή να χρησιμοποιηθεί μια τεχνική συλλογής δεδομένων που διασφαλίζει υψηλό ποσοστό συμμετοχής στην έρευνα, ή να προσληφθούν υψηλά καταρτισμένοι συνεντευκτές για τη διεξαγωγή τυποποιημένων συνεντεύξεων, ο ακατάλληλος σχεδιασμός του ερωτηματολογίου θα παρέχει ανακριβείς μετρήσεις, συλλαμβάνοντας ανεπαρκώς τα ερευνητικά ερωτήματα και τις υποθέσεις που διερευνώνται. Όπως χαρακτηριστικά αναφέρουν οι Krosnick και Presser (2010: 263):

Η καρδιά μιας έρευνας είναι το ερωτηματολόγιό της. Η σχεδίαση του δείγματος, η πρόσληψη και η κατάρτιση των συνεντευκτών και των επιβλεπόντων, ο προγραμματισμός ηλεκτρονικών υπολογιστών και άλλες προπαρασκευαστικές εργασίες είναι όλα στην υπηρεσία της συνομιλίας που λαμβάνει χώρα μεταξύ των ερευνητών και των ερωτώμενων. Τα αποτελέσματα της έρευνας εξαρτώνται σε κρίσιμο βαθμό από το ερωτηματολόγιο που καταγράφει αυτή τη συνομιλία.

Οι διαδικασίες σχεδιασμού και κατασκευής του ερωτηματολογίου είναι ζωτικής σημασίας για την ποιότητα των δεδομένων που συλλέγονται και κατ' επέκταση των συμπερασμάτων που διεξάγονται από την υλοποίηση μιας κοινωνικής έρευ-

---

Code of Marketing and Social Research Practice), του Ευρωπαϊκού Οργανισμού Κοινής Γνώμης και Έρευνας Αγοράς (ICC/ESOMAR) και του κώδικα δεοντολογίας του Συλλόγου Εταιρειών Δημοσκοπήσης και Έρευνας Αγοράς (Σ.Ε.Δ.Ε.Α.).

νας. Αν δεν εφαρμόζονται οι απαιτούμενες πρακτικές για τη μέτρηση των κοινωνικών φαινομένων που διερευνώνται, τότε ελλοχεύουν σοβαροί κίνδυνοι έλλειψης της αξιοπιστίας και της εγκυρότητας των συμπερασμάτων και αμφισβητούνται τα ευρήματα ως προς τη χρησιμότητά τους. Συνεπώς, «Ακόμα και αν μια φτωχή μέτρηση είναι η μόνη που είναι διαθέσιμη, το κόστος από τη χρήση της μπορεί να είναι πολύ μεγαλύτερο από τα οποιαδήποτε οφέλη» (DeVellis 2003:12).

### 1.3 Από την «τέχνη» στην «επιστήμη» του σχεδιασμού των ερωτήσεων του ερωτηματολογίου

Το κλασικό έργο του Stanley Payne (1951) *The Art of Asking Questions* αποτελεί μία από τις πρώτες συστηματικές προσπάθειες διερεύνησης ζητημάτων που άπτονται του σχεδιασμού των ερωτήσεων του ερωτηματολογίου. Σε μια ενότητα του βιβλίου ο Payne (1951) παρουσιάζει 41 διαφορετικές εκδοχές διατύπωσης μιας ερώτησης πριν καταλήξει σε μια διατύπωση που θεωρεί αποδεκτή. Παρ' όλα αυτά, υπογραμμίζει ότι ακόμα και αν αυτή η ερώτηση τεθεί σε μια διαδικασία αξιολόγησης, τότε είναι πιθανόν να διαπιστωθούν προβλήματα στη διατύπωσή της. Εν κατακλείδι, ο Payne (1951) συνοψίζει μια σειρά κανόνων σχεδιασμού ερωτήσεων και αναφέρεται στα πολλαπλά και συχνά δυσεπίλυτα διλήμματα που καλούνται να αντιμετωπίσουν οι ερευνητές κατά τον σχεδιασμό και την κατασκευή του ερωτηματολογίου. Το έργο του Payne (1951) έδωσε το έναυσμα για μια σειρά συζητήσεων που εστίαζαν σε πρακτικές σχεδιασμού των ερωτήσεων του ερωτηματολογίου ως μια διαδικασία που προσεγγίζει περισσότερο την «τέχνη» και εστιάζει κυρίως στη διατύπωση των ερωτήσεων.

Τις τελευταίες δεκαετίες οι μεθοδολόγοι, στην προσπάθειά τους να κατανοήσουν εις βάθος τις γνωστικές διαδικασίες απόκρισης που ακολουθούν οι συμμετέχοντες σε μια έρευνα για να απαντήσουν στις ερωτήσεις του ερωτηματολογίου, διείσδυσαν σε διαφορετικά επιστημονικά πεδία. Σε ένα τέτοιο πλαίσιο αναπτύχθηκε ο διάλογος μεταξύ της γνωστικής ψυχολογίας και της ποσοτικής μεθοδολογίας, ο οποίος εδραιώθηκε μέσα από μια σειρά ερευνητικών συναντήσεων, σεμιναρίων και συνεδρίων που έλαβαν χώρα κατά τις δεκαετίες του 1970 και του 1980 και εστίαζαν σε βασικές έννοιες και τεχνικές της γνωστικής ψυχολογίας που δύνανται να συνδράμουν στην κατανόηση των διαδικασιών απόκρισης (Tourangeau και Bradburn 2010). Η κορύφωση στον εν λόγω διάλογο έγινε με το σεμινάριο που διεξήχθη το 1983 με τον τίτλο *Advanced Seminar on Cognitive Aspects of Survey Methodology* και το συνέδριο, το 1984, με τον τίτλο *Conference on Social Information Processing and Survey Methodology*, τα οποία συνετέλεσαν στη διαμόρφωση μιας διεπιστημονικής προσέγγισης που γεφυρώνει το πεδίο της γνωστικής ψυχολογίας και της ποσοτικής μεθοδολογίας και ονομάστηκε *Γνωστικές Πτυχές της Ερευνητικής Μεθοδολογίας (Cognitive Aspects of Survey Methodology-CASM)* (Jabine κ.ά. 1984).

Στη συγκεκριμένη προσέγγιση βασίζεται το μοντέλο απόκρισης τεσσάρων



σταδίων (Tourangeau 1984· Tourangeau, Rips και Rasinski 2000), το οποίο θα συζητηθεί εκτενώς στο Κεφάλαιο 3. Το συγκεκριμένο μοντέλο εστιάζει στις γνωστικές διαδικασίες που ακολουθούν οι συμμετέχοντες στην έρευνα στα διαφορετικά στάδια επεξεργασίας των ερωτήσεων του ερωτηματολογίου. Τα στάδια αυτά περιλαμβάνουν την κατανόηση της ερώτησης, την ανάσυρση των σχετικών πληροφοριών από τη μνήμη, την ενσωμάτωση των εν λόγω πληροφοριών στην κρίση και στην εφαρμογή στρατηγικών εκτίμησης για να αποφασιστεί η απάντηση και τελικά την παροχή της απάντησης στην ερώτηση. Το συγκεκριμένο μοντέλο απόκρισης συνδράμει στον εντοπισμό πιθανών προβλημάτων στα διαφορετικά στάδια της διαδικασίας απόκρισης που δύναται να οδηγήσουν σε ανακριβείς απαντήσεις και κατ'επέκταση σε σφάλματα μέτρησης. Συνεπώς, βοηθάει τους ερευνητές να κατανοήσουν τις διαφορετικές πηγές σφαλμάτων μέτρησης έτσι ώστε, μέσω της εφαρμογής συγκεκριμένων πρακτικών σχεδιασμού των ερωτήσεων και ευρύτερα της κατασκευής του ερωτηματολογίου, να τις περιορίσουν στον μέγιστο δυνατό βαθμό.

Μια επιπρόσθετη συνδρομή της προσέγγισης των *Γνωστικών Πτυχών της Ερευνητικής Μεθοδολογίας* σχετίζεται με την ανάπτυξη μιας ιδιαίτερα σημαντικής τεχνικής αξιολόγησης των ερωτήσεων του ερωτηματολογίου που αφορά τις γνωστικές συνεντεύξεις. Η συγκεκριμένη τεχνική αξιολόγησης, όπως θα συζητηθεί αναλυτικά στο Κεφάλαιο 5, βασίζεται σε ημι-δομημένες συνεντεύξεις βάθους, αντλώντας πληροφορίες για τα προβλήματα που αντιμετωπίζουν οι συμμετέχοντες κατά τη γνωστική επεξεργασία των ερωτήσεων του ερωτηματολογίου (Willis 2005· Beatty και Willis 2007· Willis 2015· Collins 2015· Willis 2016). Οι πληροφορίες που συλλέγονται βοηθούν τον ερευνητή να βελτιώσει τις ερωτήσεις και ευρύτερα το ερωτηματολόγιο πριν από την τελική διαμόρφωση και τη χρήση του στην έρευνα.

Οι παραπάνω εξελίξεις στο πεδίο σχεδιασμού και κατασκευής των ερωτηματολογίων επιτέλεσαν καθοριστικό ρόλο στη μετάβαση από την εποχή του Payne (1951), που ο σχεδιασμός των ερωτήσεων θεωρούνταν «τέχνη» σε μια πλέον εφαρμοσμένη επιστήμη που εδράζεται σε βασικές αρχές της γνωστικής ψυχολογίας (Schaeffer και Presser 2003· Schwarz κ.ά. 2008· Tourangeau και Bradburn 2010).

## 1.4 Ιδιαίτερα χαρακτηριστικά και δομή του βιβλίου

Η έμπνευση για τη συγγραφή του βιβλίου βασίστηκε σε αγγλόφωνους μεθοδολόγους που θεμελίωσαν και συνεχίζουν να αναπτύσσουν το επιστημονικό πεδίο σχεδιασμού και κατασκευής ερωτηματολογίων. Στο βιβλίο οι μεθοδολογικοί όροι που χρησιμοποιούνται συνοδεύονται από τους αντίστοιχους αγγλόφωνους όρους σε παρένθεση. Οι πιθανές διαφοροποιήσεις στις μεταφράσεις μεθοδολογικών όρων συχνά δημιουργούν σύγχυση στο αναγνωστικό κοινό, γι' αυτό και η συμπε-

ρίληψη των αγγλόφωνων όρων κρίνεται απαραίτητη. Επιπρόσθετα, η χρήση των αγγλόφωνων όρων είναι ιδιαίτερα βοηθητική για το αναγνωστικό κοινό που επιθυμεί να ανατρέξει στις πρωτογενείς πηγές στις οποίες βασίστηκε το βιβλίο.

Στο βιβλίο ο όρος *ερευνητής* αναφέρεται σε οποιοδήποτε άτομο ενδιαφέρεται να σχεδιάσει ένα ερωτηματολόγιο ανεξάρτητα από το επίπεδο κατάρτισης και εμπειρίας του, συμπεριλαμβάνοντας εκπαιδευόμενους, νέους ερευνητές και έμπειρους ερευνητές. Ουσιαστικά, οποιοδήποτε άτομο επιθυμεί να ασχοληθεί με τις διαδικασίες σχεδιασμού και κατασκευής ενός ερωτηματολογίου θεωρείται ως ένας «εν δυνάμει» ερευνητής. Επίσης, στο βιβλίο αντί του όρου *ερωτώμενος*, που είναι και η αυτούσια μετάφραση του *respondent* που απαντάται στη συναφή βιβλιογραφία, χρησιμοποιείται ο όρος *συμμετέχων*. Στην ουσία πρόκειται για ταυτόσημους όρους, καθώς αναφέρονται στα άτομα που συμμετέχουν σε μια έρευνα και απαντούν στις ερωτήσεις του ερωτηματολογίου. Η χρήση του όρου *συμμετέχων* γίνεται για να αποφευχθεί η επανάληψη παράγωγων λέξεων της «ερώτησης» («ερωτώμενος» και «ερωτηματολόγιο»). Θα πρέπει να σημειωθεί ότι στο βιβλίο η αποκλειστική χρήση του αρσενικού γραμματικού γένους (όπως ο ερωτώμενος, ο συμμετέχων, ο συνεντευκτής, κ.λπ.) γίνεται για καθαρά πρακτικούς λόγους.

Το βιβλίο απαρτίζεται από πέντε κεφάλαια, τα οποία συνομιλούν μεταξύ τους για τα διαφορετικά ζητήματα που προκύπτουν κατά τον σχεδιασμό και την κατασκευή ερωτηματολογίων κοινωνικής έρευνας. Στο παρόν κεφάλαιο συζητήθηκαν οι βασικοί λόγοι που συντελούν στον σχεδιασμό και την κατασκευή λανθασμένων ερωτηματολογίων, τα οποία δύναται να οδηγήσουν σε αναξιόπιστα και μη έγκυρα συμπεράσματα, που αμφισβητούνται ως προς τη χρησιμότητά τους να προαγάγουν την επιστημονική γνώση. Ο κατάλληλος σχεδιασμός και η κατασκευή του ερωτηματολογίου, ως ένα θεμελιωμένο πλέον επιστημονικό πεδίο, επιτελεί ίσως τον πιο κομβικό ρόλο για την ποιότητα των συμπερασμάτων που διεξάγονται στην κοινωνική έρευνα.

Στο δεύτερο κεφάλαιο του βιβλίου παρουσιάζονται τα διαφορετικά στάδια σχεδιασμού και υλοποίησης μιας κοινωνικής έρευνας, αναδεικνύοντας τον κομβικό ρόλο των διαδικασιών μέτρησης. Ο ακρογωνιαίος λίθος μιας κοινωνικής έρευνας είναι η αποσαφήνιση των ερευνητικών σκοπών, ερωτημάτων και υποθέσεων τα οποία καθορίζουν τις μεθόδους και τεχνικές που θα χρησιμοποιηθούν κατά τη διεξαγωγή της. Το κεφάλαιο εστιάζει στις διαδικασίες μετάβασης από ένα θεωρητικό επίπεδο αφηρημένων εννοιών έτσι όπως αποτυπώνονται στα ερευνητικά ερωτήματα και τις υποθέσεις στο εμπειρικό επίπεδο, όπου οι διαδικασίες μέτρησης συνιστούν τον συνδυαστικό κρίκο. Επίσης, συζητείται η Κλασική Θεωρία Ελέγχου, η οποία αποτελεί μία από τις σημαντικότερες θεωρίες μέτρησης στην οποία βασίζεται και η προσέγγιση του βιβλίου. Βάσει της συγκεκριμένης θεωρίας η έννοια του *σφάλματος μέτρησης* ορίζεται ως η απόκλιση μεταξύ της παρατηρούμενης και της πραγματικής τιμής. Το κεφάλαιο ολοκληρώνεται με την παρουσίαση των βασικών πηγών σφάλματος μέτρησης, οι οποίες περιλαμβάνουν τους ίδιους τους συμμετέχοντες στην έρευνα, τον σχεδιασμό των ερωτή-

σεων και ευρύτερα του ερωτηματολογίου, τους συνεντευκτές στις περιπτώσεις τυποποιημένων συνεντεύξεων και των επιδράσεων της τεχνικής συμπλήρωσης του ερωτηματολογίου.

Το τρίτο κεφάλαιο αναφέρεται στα διαφορετικά μοντέλα απόκρισης, τα οποία εστιάζουν στα διαφορετικά στάδια που ακολουθούν οι συμμετέχοντες στην έρευνα κατά τη γνωστική επεξεργασία των ερωτήσεων του ερωτηματολογίου. Η συνδρομή των συγκεκριμένων μοντέλων είναι ιδιαίτερα σημαντική για να κατανοηθεί ο ρόλος των συμμετεχόντων ως βασική πηγή σφάλματος μέτρησης. Στο κεφάλαιο παρουσιάζεται αναλυτικά το μοντέλο απόκρισης των τεσσάρων σταδίων που βασίζεται στην προσέγγιση των *Γνωστικών Πτυχών της Ερευνητικής Μεθοδολογίας* και γίνονται εκτενείς αναφορές στο κάθε ένα από αυτά τα στάδια, δηλαδή το στάδιο της κατανόησης, της ανάσυρσης πληροφοριών από τη μνήμη, της εκτίμησης και της κρίσης για απόφαση και της επιλογής της απάντησης.

Επιπρόσθετα συζητούνται μοντέλα απόκρισης που βασίζονται σε διττές προσεγγίσεις, το σημαντικότερο εκ των οποίων αφορά το μοντέλο της *ικανοποιητικότητας*. Το συγκεκριμένο μοντέλο αναφέρεται στο επίπεδο γνωστικής προσπάθειας που καταβάλλουν οι συμμετέχοντες στην έρευνα για να επεξεργαστούν τις ερωτήσεις του ερωτηματολογίου. Εκείνοι που ακολουθούν το γνωστικά επίπονο μονοπάτι της *βελτιστοποίησης* επεξεργάζονται προσεκτικά τις ερωτήσεις του ερωτηματολογίου και παρέχουν τις βέλτιστες απαντήσεις. Ενώ οι συμμετέχοντες που ακολουθούν το λιγότερο γνωστικά επίπονο μονοπάτι της *ικανοποιητικότητας* παρέχουν μια λογική απάντηση που βασίζεται σε μια μειωμένη νοητική προσπάθεια. Το κεφάλαιο ολοκληρώνεται με την παρουσίαση των πιθανών προβλημάτων που αντιμετωπίζουν οι συμμετέχοντες σε μια έρευνα κατά τη διαδικασία απόκρισης των ερωτήσεων και τα οποία δύναται να οδηγήσουν σε ανακριβείς απαντήσεις και συνεπώς σε σφάλματα μέτρησης.

Το τέταρτο κεφάλαιο αποτελεί τον κεντρικό κορμό του βιβλίου, καθώς συζητούνται οι προτεινόμενες πρακτικές σχεδιασμού των ερωτήσεων και κατασκευής του ερωτηματολογίου, λαμβάνοντας υπόψη τις διαφορετικές πηγές σφάλματος μέτρησης που συζητήθηκαν στα προηγούμενα κεφάλαια. Η ποικιλομορφία στα ερευνητικά αντικείμενα, σκοπούς και υποθέσεις που χαρακτηρίζουν τις κοινωνικές έρευνες χρήζουν σχεδιασμού ερωτήσεων που αντανakλούν διαφορετικά ερευνητικά θέματα, και κατ'επέκταση απαιτούν την κατασκευή διαφορετικών τύπων και ειδών ερωτήσεων, τα οποία εξυπηρετούν συγκεκριμένους σκοπούς μέτρησης. Οι διαφορετικοί τύποι και είδη ερωτήσεων χαρακτηρίζονται από διαφορετικά πλεονεκτήματα και περιορισμούς, ενέχουν διαφορετικό γνωστικό φορτίο επεξεργασίας για τους συμμετέχοντες στην έρευνα κατά τη διαδικασία απόκρισης και είναι επιρρεπείς σε διαφορετικές πηγές σφαλμάτων μέτρησης. Γι' αυτό και χρήζουν συγκεκριμένων πρακτικών σχεδιασμού που συνάδουν με τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά τους γνωρίσματα. Τα διαφορετικά ζητήματα που συζητούνται στο κεφάλαιο αναδεικνύουν ότι ο σχεδιασμός και η κατασκευή του ερωτηματολογίου είναι μια ιδιαίτερα απαιτητική διαδικασία, κατά την οποία ο ερευνητής συχνά κα-

λείται να αντιμετωπίσει δυσεπίλυτα διλήμματα, όπου η βέλτιστη επιλογή δεν είναι πάντοτε μια σαφής και απλή διαδικασία.

Υπό αυτό το πλαίσιο, αρχικά παρουσιάζονται οι δύο βασικοί τύποι ερωτήσεων που απαντώνται στα ερωτηματολόγια κοινωνικών ερευνών, δηλαδή οι ανοικτού και οι κλειστού τύπου ερωτήσεις. Εκτενείς αναφορές γίνονται στις κλειστού τύπου ερωτήσεις οι οποίες απαντώνται και συχνότερα στα ερωτηματολόγια κοινωνικών ερευνών και στα διαφορετικά είδη τους, όπως είναι οι ερωτήσεις με λίστα, οι ερωτήσεις κατάταξης, οι ερωτήσεις συχνότητας και οι ερωτήσεις (ή κλίμακες) βαθμολόγησης. Έπειτα παρουσιάζονται οι ευρύτερες πρακτικές σχεδιασμού των ερωτήσεων που απορρέουν από τα θεωρητικά μοντέλα απόκρισης που παρουσιάστηκαν στο προηγούμενο κεφάλαιο.

Επίσης συζητούνται τα διαφορετικά είδη ερωτήσεων που απαντώνται στα ερωτηματολόγια των κοινωνικών ερευνών και περιλαμβάνουν τις μη ευαίσθητες (ή μη απειλητικές) ερωτήσεις και τις ευαίσθητες (ή απειλητικές) ερωτήσεις συμπεριφορών και πραγματικών γεγονότων, καθώς και τις ερωτήσεις στάσεων (ή μη πραγματικών γεγονότων ή υποκειμενικών φαινομένων). Τα διαφορετικά αυτά είδη ερωτήσεων χρήζουν συγκεκριμένων πρακτικών σχεδιασμού, οι οποίες παρουσιάζονται ξεχωριστά ανά είδος. Επιπλέον συζητούνται τα βασικά στάδια κατασκευής συγκεκριμένων κλιμάκων στάσεων (όπως η *Κλίμακα Thurstone*, η *Κλίμακα Likert*, η *Κλίμακα Guttman* και η *Κλίμακα Σηματολογικής Διαφοροποίησης*), ενώ παρουσιάζονται οι πρακτικές σχεδιασμού ερωτήσεων με ιδιαίτερα χαρακτηριστικά που χρήζουν ειδικής μνείας, όπως είναι οι δημογραφικές ερωτήσεις και οι ερωτήσεις γνώσεων.

Το τέταρτο κεφάλαιο ολοκληρώνεται με δύο βασικά ζητήματα για τον σχεδιασμό και την κατασκευή των ερωτηματολογίων κοινωνικής έρευνας. Το πρώτο αφορά τις επιδράσεις πλαισίου που, μεταξύ άλλων, συμπεριλαμβάνουν τις επιδράσεις της σειράς των ερωτήσεων και της σειράς των απαντητικών επιλογών των κλειστού τύπου ερωτήσεων, οι οποίες έχουν σημαντικό αντίκτυπο στην ποιότητα των δεδομένων που συλλέγονται. Το δεύτερο αφορά την οργάνωση και την ευρύτερη μορφοποίηση του ερωτηματολογίου καθώς και τον σημαντικό ρόλο της οπτικής σχεδίασης κυρίως στις τεχνικές ατομικής συμπλήρωσης έντυπων και ηλεκτρονικών ερωτηματολογίων.

Στο τελευταίο κεφάλαιο του βιβλίου επισημαίνεται ότι ακόμα και αν ο ερευνητής λάβει τις βέλτιστες αποφάσεις για τον σχεδιασμό και την κατασκευή του ερωτηματολογίου, θα πρέπει αυτό πάντα να αξιολογείται μέσω της εφαρμογής διαφορετικών τεχνικών αξιολόγησης. Η αξιολόγηση των ερωτήσεων του ερωτηματολογίου αποτελείται από δύο βασικές συνιστώσες, η πρώτη αναφέρεται στα πιθανά προβλήματα που εμπíπτουν στα διαφορετικά στάδια απόκρισης και η δεύτερη αφορά την ποιότητα των δεδομένων που συλλέγονται, συμπεριλαμβάνοντας ζητήματα εγκυρότητας και αξιοπιστίας των μετρήσεων. Σχετικά με την πρώτη συνιστώσα, συζητούνται διαφορετικές τεχνικές αξιολόγησης και η χρησιμότητά τους σε διαφορετικά στάδια σχεδιασμού των ερωτήσεων, σε διαφορετικές τεχνικές συ-

μπλήρωσης του ερωτηματολογίου καθώς και στον εντοπισμό διαφορετικών προβλημάτων. Ο ερευνητής καλείται να σταθμίσει διαφορετικούς παράγοντες για να πάρει τις βέλτιστες αποφάσεις, λαμβάνοντας υπόψη ότι ο συνδυασμός διαφορετικών τεχνικών αξιολόγησης παρέχει συμπληρωματικές πληροφορίες που συνδράμουν σημαντικά στην αξιολόγηση των ερωτήσεων και ευρύτερα του ερωτηματολογίου. Το πέμπτο κεφάλαιο ολοκληρώνεται με ζητήματα που αφορούν την αξιολόγηση της ποιότητας των μετρήσεων, δηλαδή της αξιοπιστίας και της εγκυρότητάς τους. Για τον σκοπό αυτό παρουσιάζονται οι βασικές μέθοδοι ελέγχου αξιοπιστίας και εγκυρότητας και συζητούνται οι διαδικασίες που απαιτούνται για να ελέγξει ο ερευνητής κατά πόσο διασφαλίζονται οι βασικές αυτές προϋποθέσεις ποιότητας των μετρήσεων.