

طراحی پرسشنامه

○ فردین بهرامی
کارشناس ارشد جامعه‌شناسی

Asking Questions
A Practical Guide to
questionnaire Design

Symour Sudman
& Norman M. Bradburn

- Asking Questions ; A Practical Guide to questionnaire Design
- Symour Sudman , Norman M. Bradburn
- Jossey Bass Publishers
- 1991

کننده هدف تحقیق و به صورتی کلی و احتمالاً حاوی مفاهیم انتزاعی که ممکن است توسط پاسخگویان فهمیده نشود، می‌دانند که سایه‌وار بر کل تحقیق حاکم است. سؤال پرسشنامه علیرغم داشتن اهداف متفاوت، دارای روش ساخت مشابهی است. ایشان در انتهای فصل، منابع خطا در پاسخ‌ها را به این صورت بر می‌شمرند: ۱- اعتبار سؤالات، ۲- طبقه‌بندی نادرست حوادث در یک دوره زمانی خاص (Telescoping)، ۳- اعتماد پاسخگو به پرسشگر به اینکه آن چیزی که می‌گوید مکتوم نگه‌دارد، ۴- قصد پاسخگو برای تأثیر بر پرسشگر، ۵- ناتوانی پاسخگویان از فهم پرسش‌ها آن گونه که مدنظر محقق است.

در فصول دو و سه تقسیم‌بندی سؤالات در مورد رفتار، به تهدیدآمیز و غیر تهدیدآمیز، مجموعه‌ای از حوزه‌های رفتاری به عنوان غیر تهدیدآمیز تلقی شده و فصل دوم به آن اختصاص یافته است. سؤالات در مورد خصوصیات افراد، کارهایی که انجام می‌دهند یا چیزهایی که برای آنها اتفاق افتاده، است و نیز درباره‌ی فعالیت‌های تفریحی و اعمالی که شخصی انجام داده‌اند

تأثیراتش بر روی پاسخگویان است. لذا باید پرسشنامه مرتب باشد تا باعث رنجش خاطر و خستگی پاسخگو و سر باز زدن او از همکاری نشود. پاسخگویان همواره دوست دارند که «پاسخگویان خوب» باشند و در این تعامل به صورت پسنیدیده ظاهر شوند و این امر از لحاظ جهت‌گیری پاسخ‌ها قضیه مهمی است. از سوی دیگر در مورد سؤالات حساس، افراد تردید دارند که بین دو حالت پاسخگوی خوب و یا یک فرد خوب کدامیک را انتخاب کنند.

از مهم‌ترین اصول حاکم در تعامل اجتماعی فوق، رعایت اصول اخلاقی پرسش سؤال است که بر روی سه اصل تمرکز می‌یابد: حقوق زندگی خصوصی، موافقت آگاهانه پاسخگو و رازداری مصاحبه‌گر.

مصاحبه حضوری یک تعامل اجتماعی است و این تعامل در مصاحبه تلفنی و پستی کمتر است که محقق باید با طراحی دقیق سؤالات و ایجاد انگیزه مشارکت به پاسخگو اثرات فقدان تعامل را خنثی کند. نویسندگان با تفکیک سؤال تحقیق از سؤال پرسیده شده از پاسخگویان، سؤال تحقیق را تعیین

سودمن و برادبورن با تفکیک سؤال به دو صورت فی البداهه و بدون اصول و راهنما و سؤال ساخت یافته یا برنامه ریزی شده در یازده فصل، به بررسی پرسش سؤالات ساخت یافته در تحقیقات اجتماعی می‌پردازند.

در فصل اول با عنوان زمینه اجتماعی پرسش سؤال، پرسش سؤال به عنوان یک فرایند اجتماعی تلقی شده است. در این فرایند مصاحبه‌گر فرصت ملاقات و صحبت کردن با افراد گوناگون را پیدا می‌کند و در جستجوی یافتن پاسخ برای سؤالات خویش است و پاسخگو نیز از صحبت کردن با مصاحبه‌گر به عنوان یک شنونده همدل لذت می‌برد و با او به درد دل می‌پردازد. البته بعضی‌ها که به طور کلی تحقیقات را دوست ندارند مشارکت در مصاحبه تحقیقاتی به عنوان پاسخگو را رد می‌کنند.

مصاحبه تحقیقاتی دارای هنجارها و اصولی است که آن را از گفتگوی تنظیم شده متمایز می‌سازد. از مهم‌ترین اصول حاکم در یک مصاحبه تحقیقاتی، تلقی پرسشنامه مصاحبه به عنوان یک کل و در نظر گرفتن

در این فصل همچنین سنجش شدت نگرش نسبت به موضوع مطرح شده است که برای هر کدام از سه جزء نگرش‌ها می‌تواند به کار رود. سه استراتژی کلی برای سنجش شدت نگرش عبارت‌اند از: ۱. قرار دادن یک سوگیری قوی در خود سؤال، آنچنان که ارزیابی‌ها و شدت، هم زمان سنجیده شوند، ۲. استفاده از سؤال جداگانه برای ارزیابی شدت، ۳. ارزیابی شدت به وسیله پرسیدن یک سری از سؤالات مستقل. فصل پنجم با بحث درباره روش‌های جایگزین و نظم سؤال‌ها به پایان می‌رسد.

فصل ششم به گزینه‌های پاسخ‌ها و شیوه‌های ثبت پاسخ‌ها می‌پردازد. در بعضی زمینه‌ها تمایز بین تنظیم سؤالات و تکنیک‌های ثبت پاسخ‌ها امری مصنوعی است زیرا شکل سؤالات اغلب تکنیک‌های مناسب برای ثبت پاسخ‌ها را تعیین می‌کند. دو شکل اصلی ثبت به صورت باز و بسته است. در سؤال باز حداقل راهنمایی در مورد نحوه پاسخگویی به عمل می‌آید و پاسخ‌ها با عبارات متعلق به پاسخگو تنظیم می‌شوند. شکل پاسخ‌های بسته از دو طریق کدگذاری پیشین اعمال می‌شود. هر کدام از دو شکل بسته و باز دارای معایب و مزایایی‌اند.

در این فصل همچنین مقیاس‌های ترتیبی عددی (کمی) و رتبه‌بندی پاسخ‌ها تشریح شده است. در مواردی پاسخگويان علاوه بر اعلام مخالفت یا موافقت با گزینه‌های خاص، به آن رتبه‌ی نسبی می‌دهند. زمانی که تعداد گزینه‌ها محدود باشد، رتبه‌بندی مشکل نیست اما در مواردی که گزینه‌ها زیاد باشند، باید از روش‌های دیگری از قبیل روش ابتکاری روکیچ و روش مقایسه‌ی زوجین استفاده نمود.

در فصل هفتم به عنوان نمونه سؤالات استاندارد در مورد مولفه‌های جمعیت‌شناسی عمده که به سال ۱۹۷۵ توسط انجمن تحقیق علوم اجتماعی تهیه شده‌اند آورده شده است. این گونه سؤال‌ها در هر شرایطی قابل استفاده‌اند. مولفه‌های جمعیت‌شناختی که پرسشنامه‌های مربوط به آنها طرح شده شامل فهرست افراد خانوار و سن و جنس و وضعیت تأهل و...، خاستگاه ملی، مذهب، آموزش، وضعیت شغلی، درآمد نهایی و محل سکونت آنها می‌شود. استفاده از سؤالات استاندارد جمعیت‌شناختی مذکور توان مقایسه‌ی اطلاعات حاصل را به ما می‌دهد.

از فصل هشتم به بعد بر خلاف فصول قبلی که به تک تک سؤالات پرسشنامه پرداخته می‌شد، اصول ساخت کلی پرسشنامه مورد بحث قرار می‌گیرد. سؤالات پرسشنامه باید به دفعات منظم شوند تا این که بهترین نظم حاصل شود. در فصل هشتم نویسنده با

محققین بی تجربه، پردازش و تحلیل داده‌ها را به اتمام مصاحبه موکول می‌کنند که در این صورت، رفع اشکال در پردازش نتیجه‌ها مشکل است در حالی که محققین مجرب، مقدمات ممکن برای پردازش داده‌ها را قبل از چاپ پرسشنامه انجام می‌دهند



در مواردی که پاسخگويان دارای نظرات و عقایدی نسبت به موضوع‌اند و نظراتشان را فرموله کرده‌اند، روش ترتیب قیفی و در مواردی که پاسخگويان نظراتشان را فرموله نکرده باشند و در نتیجه نتوانند نخست به سؤالات کلی جواب دهند، روش قیف وارونه به کار برده می‌شود

برده می‌شود به این معنا که نخست سؤالات جزئی و سپس سؤالات کلی پرسشنامه مطرح می‌شوند.

در این فصل همچنین تغییر موضوعات در داخل پرسشنامه، سؤالات فیلتر و طول پرسشنامه مورد بحث قرار گرفته است.

فصل نهم به ظاهر پرسشنامه و اهمیت تأثیر آن بر دقت نتایج حاصل می‌پردازد. در شکل بندی پرسشنامه مهم‌ترین عاملی که باید مد نظر باشد، پاسخگويان، نیازها و وضعیت آنها است. ظاهر نامناسب پرسشنامه می‌تواند منجر به پاسخ‌های غلط و مشارکت کمتر پاسخگويان و کاهش پایایی نتایج شود. نویسندگان پس از ذکر مثال‌هایی از پرسشنامه و سپس استفاده از ظاهر دفترچه‌ای پرسشنامه و دلایل آن، به بحث درباره‌ی ظاهر پرسشنامه در پرسشنامه‌های خود اجرا (غیرحضور) که تأثیر مهم‌تری بر روی پاسخگو دارد، می‌پردازند. قانون کلی طرح پرسشنامه این است که پرسشنامه باید به اندازه ممکن برای پاسخگو آسان دیده شود و در عین حال باید به گونه‌ای باشد که پاسخگو احساس کند که پرسشنامه به طور تخصصی طراحی شده است.

شماره گذاری سؤالات، چیدن سؤالات بر روی صفحه پرسشنامه، ظاهر سؤالات شناسایی، ظاهر

ذکر یک نمونه پرسشنامه، نظم سؤالات را مورد بحث قرار داده است.

ترتیب پرسشنامه به این صورت است که در ابتدا با معرفی پرسشنامه به صورت مقدمه شروع می‌شود، این بخش از پرسشنامه باید هدف مطالعه را بیان کند. مقدمه پرسشنامه نباید خیلی طولانی یا پیچیده باشد. هر گونه شک و شبهه یا ترس پاسخگويان باید در این قسمت از پرسشنامه رفع شود. سؤالات نخستین پرسشنامه باید غیرتهدیدآمیز و کاملاً آشکار و همچنین برای پاسخگو آسان باشند. سؤالات جمعیت‌شناختی از قبیل سن، وضعیت شغلی، مخصوصاً درآمد از ناحیه بعضی از پاسخگويان به عنوان سؤالات شخصی و تهدیدآمیز تلقی می‌شوند. به طور کلی این سؤالات باید در آخر پرسشنامه پرسیده شوند.

نویسندگان تکنیک‌های مختلف تنظیم پرسشنامه را ذکر می‌کنند. این تکنیک شامل استفاده از ترتیب قیفی و قیف وارونه و استفاده از نظم زمانی است. در مواردی که پاسخگويان دارای نظرات و عقایدی نسبت به موضوع‌اند و نظراتشان را فرموله کرده‌اند، روش ترتیب قیفی و در مواردی که پاسخگويان نظراتشان را فرموله نکرده باشند و در نتیجه نتوانند نخست به سؤالات کلی جواب دهند، روش قیف وارونه به کار

غیر تهدیدآمیز محسوب شده‌اند.

تعیین سطح تهدید در یک پرسش از دیگر موضوعات مورد بحث در این فصل است. بعضی از رفتارها توسط غالب مردم به عنوان رفتارهای پسندیده تلقی می‌شوند. مانند شهروند خوب بودن. که غالب این سوالات غیر تهدیدآمیزاند و گاهی سوالاتی درباره‌ی جنبه‌هایی از رفتار ممکن است در مورد افرادی خاص تهدیدآمیز به حساب آیند درحالی که برای افراد دیگر این چنین نیست. لذا تهدیدآمیز بودن سوالات دارای سطوح مختلف و امری نسبی است.

ساختن سوالات رفتاری آسان‌تر، مهم‌ترین نکته برای دستیابی به جواب دقیق در سوالات غیر تهدیدآمیز است. در ادامه، پاسخگو به عنوان اطلاع‌رسان در نظر گرفته می‌شود و در صورتی که رفتارهای مورد سؤال به اندازه کافی نمایان باشند و پاسخگویان از رفتارها آگاهی داشته باشند، اطلاعات به دست آمده قابل اعتماداند. مهم‌ترین نکات در طرح سوالات رفتاری غیر تهدیدآمیز، جلب رضایت پاسخگو برای همکاری، تکنیک‌های به خاطر آوردن اطلاعات توسط پاسخگو، استفاده از سوالات خاص تا سوالات کلی و عمومی، انتخاب دوره زمانی مناسب برای سؤال، انتخاب مناسب کلمات سوالات و طول مناسب سوالات است. پرسش سوالات تهدیدآمیز در مورد رفتار، مستلزم دقت خاصی در جمله‌بندی سوالات است. تکنیک‌های

استفاده از سوالات تهدیدآمیز در فصل سوم توضیح داده شده‌اند. سوالات مربوط به رفتارهای تهدیدآمیز به عنوان مثال شامل رفتار رأی دادن، نقض عادات، اعمال جنسی، مصرف مواد مخدر و تخلفات ترافیکی می‌شود. در این فصل مجموعه‌ای از تکنیک‌ها برای کسب گزارش‌های دقیق‌تر از موضوعات تهدیدآمیز مطرح شده که شامل استفاده از سوالات باز و طولانی با کلمات هم خانواده است.

فصل چهارم به تشریح روش‌های پرسش سوالات اطلاعاتی می‌پردازد. این سوالات میزان اطلاع پاسخگو از موضوع را می‌سنجد. سوالات اطلاعاتی برای ارزیابی موفقیت آموزشی، طرح و اجرای برنامه‌های اطلاع رسانی یا انجام فعالیت‌ها، تعیین آگاهی عمومی نسبت به مسایل جاری و اشخاص و ... کارایی دارند. هم چنین به منظور سنجش نگرش‌ها نسبت به هر مسأله‌ای، مقدماً نیازمند آگاهی از اطلاع پاسخگو از آن مسأله‌ایم. سنجش اطلاعات نسبت به مسایل عمومی نظیر پیمان مربوط به کانال پاناما، اطلاعات در مورد اشخاص (مثلاً کاندیداها)، اطلاعات بهداشتی، آگاهی نسبت به تولیدات و کارخانجات، محیط اطراف، مشاغل و برنامه‌های آموزشی نمونه‌هایی از مثال‌های مطرح شده در این فصل‌اند. تکنیک‌ها و استراتژی‌های سوالات اطلاعاتی، روش‌هایی مانند تقلیل تهدید، حدس و گمان و

اطلاعات مبالغه‌آمیز پاسخگویان و همچنین پرسش سوالات عددی (کمی)، استفاده از اطلاعات کلیدی و افزایش پایایی از طریق استفاده از سوالات اطلاعاتی متعدد یا اطلاعات متعدد را شامل می‌شود که هر کدام از این تکنیک‌ها به صورت مختصر مورد بحث قرار گرفته‌اند.

فصول پنجم و ششم به سنجش نگرش‌ها می‌پردازد. سنجش نگرش‌ها در دو مقوله مورد بحث قرار می‌گیرند:

۱. مسایل جمله بندی سوالات سنجش نگرش‌ها که فصل پنجم به آن اختصاص یافته است.
۲. شیوه‌هایی که سوالات به وسیله پاسخگویان می‌توانند پاسخ گفته شوند (گزینه‌های پاسخ‌ها) که فصل ششم به آن اختصاص یافته است.

البته این دو بحث را نمی‌توان کاملاً متمایز از هم دانست زیرا گزینه‌های پاسخ‌ها هنگام جمله سازی سوالات، از لحاظ محل قرار گرفتن، از مهم‌ترین فاکتورهای جمله سازی سوالات است.

نگرش‌ها وجود انتزاعی ندارند. نگرش‌ها همواره درباره یا نسبت به بعضی چیزها که موضوع نگرش خوانده می‌شوند، وجود دارند. موضوع نگرش می‌تواند متفاوت باشد و دامنه آن از موضوعات کاملاً خاص تا موضوعات انتزاعی و کلی از قبیل آزادی مدنی یا حقوق خصوصی باشد. اولین قدم در تنظیم سوالات نگرشی، تشخیص این نکته است که موضوع نگرش در بسیاری موارد مستلزم تفکر و تجربه است. مثلاً این سؤال که «آیا شما فکر می‌کنید حکومت بسیار زیاد یا بطور کافی یا بسیار کم به دفاع از حقوق می‌پردازد؟» موضوع نگرشی این سؤال ممکن است سیاست حکومت نسبت به دفاع حقوق باشد اما کدام حکومت؟ فدرال یا حکومت محلی؟ معنی دفاع از حقوق چیست؟ توصیه نویسندگان برای شروع نوشتن سوالات نگرشی این است که در صورتی که سوالات برای پاسخگویان خیلی صریح و نمایان نباشند، از سوالاتی که قبلاً استفاده شده است استفاده کنیم که ما را از زحمت تنظیم سوالات و آزمون مقدماتی خلاص می‌کند. اما در مواردی که نتایج با هم مقایسه می‌شوند مفاهیم باید تغییر یابند.

در بررسی موضوع نگرش‌ها، جنبه‌ی مورد نظر سنجش باید کاملاً مشخص باشد. جنبه‌های موضوع سنجش نگرش موارد زیر را در بر می‌گیرد: ۱- تأثیرپذیری یا ارزیابی پاسخگو از موضوع، ۲- جزء شناختی (اینکه پاسخگو چه شناختی از موضوع دارد)، ۳- جزء کنشی (تمایل یا عدم تمایل پاسخگو جهت همراهی با موضوع نگرش).

مهم‌ترین نکات در طرح سوالات رفتاری غیر تهدیدآمیز، جلب رضایت پاسخگو برای همکاری،

تکنیک‌های به خاطر آوردن اطلاعات توسط پاسخگو، استفاده از سوالات خاص تا سوالات کلی و عمومی،

انتخاب دوره زمانی مناسب برای سؤال، انتخاب مناسب کلمات سوالات و طول مناسب سوالات است



سوالات اطلاعاتی برای ارزیابی موفقیت آموزشی،

طرح و اجرای برنامه‌های اطلاع رسانی یا انجام فعالیت‌ها،

تعیین آگاهی عمومی نسبت به مسایل جاری و اشخاص و ... کارایی دارند