

Eranus Eliza, Láng Sarolta,
Máth András és Rácz Attila

A kérdőíves adatfelvétel újabb módszerei:
telefonos, számítógéppel támogatott (CAPI,
CATI) és internetes adatgyűjtés

I. A kérdőíves technika alapjai

I. 1. A KÉRDŐÍVES KUTATÁS CÉLJA ÉS VÁRHATÓ EREDMÉNYEI

A kérdőíves vizsgálati technika a társadalomtudományi kutatásoknak azon kvantitatív módszere, ahol az elemzési egységek attitűdjeiről, társadalmi, demográfiai jellemzőiről úgy gyűjtünk adatokat, hogy a kutatási téma szempontjából általunk megfogalmazott, relevánsnak vélt kérdéseket és/vagy állításokat írott formában eljuttatjuk az elemzési egységekhez, és a kitöltés vagy lekérdezés után elemezzük a kapott válaszokat.

A kérdőíves vizsgálatok egyaránt alkalmazhatóak leíró, magyarázó és felderítő célokra. Leginkább olyan kutatásokban használják, ahol az egyes ember az elemzési egység, de más elemzési egységek esetén is alkalmazható, pl. csoportok attitűdjeinek, interakcióinak vizsgálatára. Az azonban fontos, hogy *a válaszadók, illetve adatközlők egyes emberek legyenek* (Babbie [1965] 1995: 278.).

Várható eredmények

A kérdőíves módszert olyan kutatási témához célszerű választani, amikor a közvetlen megfigyelés céljára túlságosan nagy méretű alapsokaságra vonatkozó adatokat akarunk gyűjteni. A módszer kiválóan alkalmas keresztmetszeti, longitudinális, trend, kohorsz valamint panel jellegű vizsgálatokra egyaránt.

Megfelelő mintavétel, valamint jól kidolgozott kutatási terv esetén a kérdőíves vizsgálati módszer a kapott adatok érvényessége és megbízhatósága szempontjából is jó mérőeszköz.

546 TELEPÜLÉSKUTATÁS – V. INTERJÚ, KÉRDŐÍV ÉS ADATBÁZISOK GYŰJTÉSE – TEREPEEN

A kérdőívvel gyűjtött adatok érvényességét¹ és megbízhatóságát² azonban jelentősen befolyásolja a kutatás tervezésekor mérni kívánt fogalmak gondos konceptualizálása és operacionalizálása. A konceptualizálás az a folyamat, amelynek során meghatározzuk, hogy a kérdőívünkben szereplő egyes kifejezéseken pontosan mit fogunk érteni. Az operacionalizálás pedig azoknak a konkrét kutatási eljárásoknak (műveleteknek) a kialakítása (pl. kérdőívszerkesztés), mely eredményeképpen az e fogalmakat a valóságban megjelenítő empirikus megfigyelésekhez jutunk.

I. 2. A KÉRDŐÍVSZERKESZTÉS LÉPÉSEI

Mielőtt a kérdőívünk megszerkesztéséhez fogunk, mindenképpen gondosan kidolgozott kutatási tervvel kell rendelkezniünk, azaz tisztában kell lenniünk azzal, hogy mely alapsokaságon, milyen jellegű vizsgálatot kívánunk elvégezni. Amennyiben például felderítő vizsgálatot tervezünk egy általunk ismeretlen alapsokaságon, és ehhez a kérdőíves módszert választottuk, nem árt, ha a kérdések megfogalmazása előtt terepmunkát végzünk. (Az adott témában készítsünk néhány interjút.) Ez azért is hasznos lehet, hogy a tervezett kérdőív kérdéseinek megfogalmazásakor „egy nyelvet” beszéljünk azokkal, akiktől a válaszokat várjuk. Magyarán, értsék azt, hogy mit kérdezünk.

A vizsgálat tárgyára, a válaszadói mintára és az adatfelvétel módjára való tekintet nélkül univerzálisan érvényes a kérdésalkotás *5 fő szabálya*:

1. A kérdést olyan nyelven tegyük fel, amelyet az interjú készítője és a kérdezett egyaránt tökéletesen megért!
2. A felhasznált szavakat és kifejezéseket mindkét fél ismerje!
3. Próbáljunk olyan szavakat és szófordulatokat keresni, amelyeket egyformán ért mindenki a vizsgált terület és célcsoport bármely vidékén, függetlenül attól, hogy a válaszadók milyen demográfiai, társadalmi jellemzőkkel rendelkeznek!
4. Soha ne használjunk „húzó” vagy „torzító” kifejezéseket, azaz a kérdéssel ne befolyásoljuk a válaszadót! (Scipione 1994: 146.)
5. Kerüljük a tagadó kérdéseket!

¹ Az érvényesség arra vonatkozik, hogy a mérésből származó adatok mennyire kapcsolódnak az adott fogalom elfogadott jelentéseihez.

² A megbízhatóság azt a valószínűséget jelenti, hogy egy mérési eljárás egy bizonyos jelenségről másodszor is ugyanazt a leírást adja, ha újra elvégezzük.

Példa:

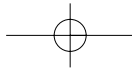
A Gallup Intézet egyik közvélemény-kutatása már sok-sok évvel ezelőtt rámutatott arra, hogy a kérdésfeltevés módja milyen közvetlenül befolyásolhatja az eredményeket. „Az embereket arról kérdezték, hogy van-e a tulajdonukban értékpapír. Az USA délnyugati részéből meglepően sok értékpapírtulajdonosról érkezett jelzés, akiket személyesen is meginterjúvoltak, és ekkor derült ki, hogy az angol »stock« (értékpapír) szó másik jelentésének megfelelően ezen a vidéken a válaszadók a marhaállományról beszéltek. A kérdést át kellett fogalmazni, hogy jelentése egyértelműen valamilyen tőzsdén jegyzett értékpapír legyen.” (Scipione 1994: 145.)

Azzal is tisztában kell lennünk, hogy a kérdőíves adatfelvételt milyen módszerrel (kérdőbiztossal, önkitöltős postai stb.) végeztetjük. A választott adatfelvételi módszer ugyanis bizonyos mértékben meghatározhatja a kérdőív struktúráját, tartalmát és a kitöltési instrukciókat egyaránt.

Forma

Az önkitöltős és a kérdezőbiztosi kitöltésű kérdőív külső megjelenésével kapcsolatos elvárások jelentősen eltérnek egymástól. Az önkitöltős esetben a „külsőalaknak” alapvető hatása lehet az érthetőségre és a kitöltési hajlandóságra; a külső legalább annyira fontos, mint az, hogy mit kérdezzünk és milyen konkrét megfogalmazásban. A kérdezőbiztosi kérdőívvel kapcsolatban is elvárható, hogy a címlapon (ahogyan ezt a neve is sugallja) minden esetben feltüntetésre kerüljön:

- A kutatási téma címszerű megfogalmazása, azaz adjunk nevet a kérdőívünknek.
- Itt szerepeljen továbbá a megbízó cég, illetve intézet, vagy ha ilyen nincs, akkor a kutató vagy a kutatásért felelős személy neve, továbbá az, hogy a kérdőív kitöltése önkéntes.
- A bizalom és ezáltal a válaszadási hajlandóság növelése érdekében célszerű még, ha itt szerepeltetjük azon nyilatkozatunkat, hogy a szolgáltatott adatokat bizalmasan kezeljük.
- Fontos, hogy se a kérdőívben, se a kérdőívben ne szerepeljen a válaszadóra vonatkozó olyan adat (név vagy azonosítószám), amely alapján kiderülhet, hogy személy szerint ki töltötte ki az adott kérdőívet. (Ez alól bizonyos adatfelvételek kivételt képezhetnek: pl. a népszámlálás esetében, de a szociometria alkalmazásánál is kifejezetten szükséges a név vagy az azonosítószám használata.)

**548** TELEPÜLÉSKUTATÁS – V. INTERJÚ, KÉRDŐÍV ÉS ADATBÁZISOK GYŰJTÉSE – TEREPEEN

- Célszerű a címlapon kérdőíveinket sorszámmal vagy a sorszám beírására kialakított rubrikákkal ellátni.
- Célszerű továbbá az adatfelvétel évét feltüntetni (ez leginkább longitudinális vizsgálatoknál lehet majd a későbbiek során hasznos).

Standardítás, avagy mindenkinek ugyanazt, ugyanúgy

A kérdőíves adatfelvétel korábban már ismertetett érvényességi és megbízhatósági kritériumoknak további fő tényezője a standardítás követelménye. Egy adott sokaságra vonatkozó kérdőíves felméréstől a szociológiai kutatások során általában akkor szoktak magas megbízhatóságú és érvényességű adatot remélni, ha a megfelelő valószínűségi mintavételi eljárás során kiválasztott egyének mindegyikének ugyanazt a kérdést, ugyanabban a formában tesszük fel. (A standard kérdések érvényességi problémáival kapcsolatban lásd jelen fejezet bevezető tanulmányát.)

Struktúra

Ha egy kérdőívnek rossz az elrendezése, akkor a válaszadó kérdéseket felejt ki, esetleg nem érti, milyen adatokat kérnek tőle. Ilyenkor jobb esetben „kihajítja”, rosszabb esetben pedig rosszul tölti ki a kérdőívet.

A kérdések elhelyezésével kapcsolatos általános szabályok a következők:

- A kérdőív gazdálkodjék bőségesen a hellyel, és legyen rendezett!
- Soha ne illesszünk több kérdést egy sorba. Egy kérdés, egy sor!
- A kérdéseinkben soha ne használjunk rövidítéseket!
- Nyitott kérdések feltevésekor bőven hagyjunk helyet a válaszoknak!

Kérdőívünk zárt kérdéseire adható válaszok jelölésére olyan módot alkalmazunk, amely a legtöbb válaszadó számára a kitöltés kezdetétől fogva egyértelművé teszi, hogy miként kell jelölnie az egyes válaszkategóriákat. Az erre vonatkozó instrukciót az első kérdés előtt írjuk be a kérdőívünkbe, de a nagyobb hatékonyság kedvéért akár oldalanként is meg lehet ismételni a kitöltési utasításokat. Kérdéseinket és a rájuk adható válaszkategóriákat a könnyebb rögzítés érdekében is számozzuk meg. Feltétlenül kódoljuk a „nem válaszolt”, a „nem tudja”, valamint szűrő jellegű kérdések után a „nem vonatkozik rá” kategóriákat. Kerüljük a római számokat, lehetőség szerint a betűket is! Lehetőleg arab számokat használjunk minden esetben!

Példa:

Az Ön egészségi állapota az elmúlt 5 évben

- 5 – nagyon javult
- 4 – inkább javult
- 3 – nem változott
- 2 – inkább romlott
- 1 – nagyon romlott

77 – nem válaszolt

88 – nem vonatkozik rá

99 – nem tudja

Kérdéstípusok

Kérdőívünk készítésekor két kérdéstípus közül választhatunk:

- Nyitott kérdés az, amire a kérdezettnek a saját szavaival kell válaszolnia. Ennél a kérdésfajtnál a kérdőívünkben megfelelő nagyságú helyet hagyunk, ahová a válaszadó, vagy a kérdezőbiztos beírhatja a választ. Amennyiben kérdezőbiztossal végeztetjük az adatfelvételt, célszerű felhívni a figyelmét arra, hogy nyitott kérdésekre adott válaszokat lehetőleg *szó szerint* írják le.
- Zárt kérdés az, melynél a megkérdezettnek a kutató által megadott válaszlehetőségek közül kell választania. A zárt kérdések nagy hátránya, hogy behatárolja a válaszokat. Ezért zárt kérdések szerkesztésekor fokozott figyelmet kell fordítanunk arra, hogy egyrészt legyen teljes a megadott válaszlehetőségek listája, férjen bele minden elképzelhető válasz, másrészt a válasz kategóriák legyenek *egymást kölcsönösen kizáróak* (Babbie 1965 [1996]: 176.). A zárt kérdések válaszai gyakran egy korábbi kutatási fázisban gyűjtötték össze.

Kérdőívünk szerkesztésekor törekedjünk arra, hogy lehetőleg zárt kérdéseket tegyünk fel, továbbá arra is, hogy a válaszlehetőségek lehetőleg magas mérési szintű (intervallum, ill. arányskála) változókat alkossanak. Ez jelentősen megkönnyíti a későbbi adatfeldolgozást, valamint az elemzést. Amennyiben kutatási témánk olyan jellegű, ahol zárt kérdések az esetek többségében nem alkalmazhatóak, inkább válasszunk más kutatási módszert (pl. strukturált interjú, fókuszcsoport).

Kérdések sorrendje, kérdésblokkok

Kérdőívünk szerkesztésekor fordítsunk kellő figyelmet arra, hogy a kérdések felolvasása során olyan légkört teremtsünk, amely kedvezően befolyásolja az interjúszituációt. Célszerű kérdésblokkokat kialakítani, és a legérdekesebb kérdés-csoporttal indítani. Főleg az önkitöltős kérdőíveknél törekedjünk arra, hogy ha a potenciális válaszadó átfutja az első néhány kérdést, legyen kedve válaszolni rájuk. Az unalmas demográfiai adatokra, valamint a „kényes” témákra vonatkozó kérdéseket a kérdőívek végén célszerű elhelyezni.

Ha egy kérdőív kérdései nem kellően átgondolt sorrendben következnek egymás után, az egyrészt csökkentheti a válaszadási hajlandóságot (vagyis növeli a nem mintavételből származó hibák számát), másrészt befolyásolhatja a választót.

Például a „Mennyi az Ön havi jövedelme?” kérdéssel kezdődő kérdések valószínűleg gyorsan véget érnek.

Vagy ha először felteszünk egy sor kérdést arról, milyen veszélyt jelent a megkérdezett szerint az Amerikai Egyesült Államokra nézve a terrorizmus, majd egy nyitott kérdésben arra kérjük, fejtse ki szabadon, hogy szerinte milyen veszélyek leselkednek az USA-ra, a terrorizmust többen fogják említeni.

A kérdőív végén elhelyezett „levezető” jellegű kérdések a későbbi kutatások szempontjából hasznosak lehetnek. Törekedjünk tehát kérdéseink megszerkesztésekor arra, hogy a válaszadó a lehetőségekhez mérten jól érezze magát az adatfelvétel során, és legközelebb is szívesen lásson bennünket vagy kollégáinkat. „Ne égessük föl magunk mögött a terepet!”

Instrukciók

A kérdőíves vizsgálatok minden fajtájánál minden kérdőívben egyértelmű utasításokat és magyarázó megjegyzéseket kell elhelyeznünk ott, ahol ez szükséges. Ahogyan arra már az előzőekben is utaltunk, célszerű minden kérdőívet a kitöltésre vonatkozó alapvető instrukciókkal kezdeni. Fokozottan vonatkozik ez a kitétel az önkitöltős kérdőívekre. Leginkább zárt kérdések feltevése esetén fordul az elő – minden igyekezetünk ellenére –, hogy valakire egynél több válasz-kategória is érvényes lehet. Ha csak egy választ szeretnénk kapni, először is annak megfelelően tegyük fel a kérdést. Pl. „Ön szerint mi a *legfontosabb* oka annak, hogy...” A kérdés mellett, pedig zárójelben kiemelve tüntessük fel, hogy: „Egy választ jelöljön!”

Próbakérdezés

Amennyiben úgy gondoljuk, elkészültünk a kérdőívünkkel, *minden esetben* győződjünk meg arról, hogy működik-e! Ne sajnáljuk rá az időt és a fáradságot, végezzünk el néhány próbakérdezést. Próbakérdezésnél ügyeljünk arra, hogy ne csak a kollégáinkon próbáljuk ki kérdéseinket, hanem lehetőleg eltérő demográfiai és társadalmi jellemzőkkel rendelkező embereken is. Így tesztelhetjük legjobban azt, hogy a standard kérdőívünk minden társadalmi csoportban működőképes, vagy esetleg még csiszolnunk kell rajta egy kicsit. Amennyiben nem elvárásainknak megfelelően működik, semmiképpen ne kezdjünk hozzá a tervezett adatfelvételhez. A rossz kérdőívvel elkezdett adatfelvétel megghiúsíthatja az egész kutatást, hiábavalóvá válik minden eddigi munkánk! Csak a próbakérdezés után változtathatunk még kérdőívünkön! Ha „éles” adatfelvétel közben változtatunk a kérdéseinken, mert azzal eltérünk a standardítás alapvető követelményétől, az eredmények értelmezése külön megfontolást igényel! (A standard kérdésseltevésektől való eltérések lehetőségeivel és problémáival kapcsolatban lásd jelen fejezet bevezető tanulmányát.)

I. 3. MINTAVÁLASZTÁS

A mintavételi eljárások két főbb csoportját különböztetjük meg:

1. Valószínűségi mintavétel

A társadalomtudományi kutatások alapvető mintavételi módszere, amely *biztosítja* nagy minták esetén is *a reprezentativitást*. *Törekedjünk mindig arra, hogy kutatásainkban valószínűségi mintavételt alkalmazzunk!*

Az eljárás kulcsa a *véletlen kiválasztás*: a vizsgálni kívánt alapsokaság minden egyes elemének egyenlő az esélye a mintába kerülésre. Ezen belül négy mintavételi módszer létezik:

- a) Egyszerű véletlen mintavétel, ahol rendelkezésünkre álló alapsokaság elemeit megszámozzuk, úgy hogy *egyet sem hagyunk ki*, majd egy véletlenszám-táblázat segítségével választjuk ki a mintába kerülő elemeket.
- b) Szisztematikus mintavétel, ahol teljes felsorolás minden k-adik elemét válogatjuk be (szisztematikusan) a mintába.
- c) Rétegzett mintavétel, ahol az alapsokaságot viszonylag homogén részcsoportokra osztjuk, és mindegyikből megfelelő számú elemet választunk valamely véletlen módszerrel.

552 TELEPÜLÉSKUTATÁS – V. INTERJÚ, KÉRDŐÍV ÉS ADATBÁZISOK GYŰJTÉSE – TEREPEEN

- d) Többlépcsős csoportos mintavétel, melyet akkor alkalmazunk, mikor lehetetlen vagy nagyon költséges, hogy teljes körű felsorolást készítsünk az alapsokaság elemeiről. Ilyenkor az alapsokaság részcsoportjainak listáját vesszük alapul, és onnan választunk véletlen mintát.

2. Nem valószínűségi mintavétel

Akkor használatos, amikor a valószínűségi minta kiválasztása lehetetlen, vagy nehezen megvalósítható. A gyakorlatban négy fajtája fordul elő leggyakrabban:

- a) Szakértői mintavétel, amely az alapsokaságra vonatkozó előzetes ismereteinkre épít. Az eljárás feltételezi, hogy a kutató által kiválasztott elemek reprezentálják a vizsgálni kívánt populációt.
- b) Kvótás mintavétel, ahol ismerjük a vizsgálandó alapsokaság néhány jellemzőjét (hány százalék férfi, és mennyi a nő, és az egyes nemek hány százaléka esik a kor, iskolai végzettség stb. szerinti különböző kategóriákba), és ennek megfelelően töltjük fel a mintánkat.
- c) Egyszerűen elérhető alanyokra hagyatkozó mintavétel, például egy cégvezetők körében kitöltendő adatlap esetében azokat a cégeket részesítjük előnyben, ahol fogadnak bennünket.
- d) Hólabda-módszer, amely akkor használatos, amikor nehézségekbe ütközik egy populáció tagjainak körülhatárolása. Ennél a módszernél adatokat gyűjtünk a populáció általunk ismert néhány tagjától, akiket megkérünk, hogy adják meg más, általuk ismert a populációba tartozó személyek elérhetőségét.

II. Az adatfelvétel újabb módjai

A kutatások jelenkori hazai végrehajtói két nagy csoportra oszthatóak: tudományos kutatók és üzleti célú vizsgálatokat kivitelező piackutatók. Amíg a tudományos célból vizsgálódók számára a leggyakoribb eszköz a kismintás – nagyon gyakran teljes körű – adatfelvétel (pl. helyi közösségek kutatása; munkahelyi kis-csoportok elemzése; kisebb populációk értékelése), addig a piaci alapú vizsgálatok zöme nagy alapsokaságok adatainak gyűjtését célozza meg. A magyar gyakorlatot jelentősen befolyásolja a lakosság technikai eszközökkel való ellátottsága, valamint a megrendelők legfontosabb kutatási igényei. Ez egy folyamatosan változó környezetet jelent, hiszen míg a '90-es évek elején minden új célpiacon a teljes vásárlói közönség felmérése volt a cél – ekkor személyes, országos, reprezentatív mintákat használtak nagyszámban –, mostanra a legtöbb ügyfél „megtanulta” saját célcsoportját és kisebb, célzott, célcsoportos vizsgálatra tart igényt.

A technikai háttér változásával együtt – a lakossági telefonpenetráció folyamatos és gyors bővülésével – változik a piackutató gyakorlat is. A 2000-es évek közepére éppen ezért a személyes kérdések aránya visszaszorult 55-60%-ra,³ míg a telefonos vizsgálatok (költségük és sebességük miatt) aránya megnőtt 30-35%-ra. A fennmaradó 5-10% egyéb módszerekre jut. Az on-line adatgyűjtés – leginkább az alacsony (20% alatti) penetráció miatt – csak nagyon speciális célcsoportok esetén kerül a képbe.

II. 1. HAGYOMÁNYOS (SZEMÉLYES) ADATFELVÉTEL

Az adatgyűjtés azon módszere, amikor kérdezőbiztosok személyes megkeresés útján szóban teszik fel kérdőívünk kérdéseit a mintába került embereknek. A kérdés során a kérdezőbiztos szó szerint felolvassa a kérdőív kérdéseit, (valamint zárt kérdések esetén az adható válaszokat), és rögzíti a kérdőívben a kapott válaszokat.

A személyes adatfelvételnek számos előnye van:

- Viszonylag magas a válaszadási hajlandóság. Ma Magyarországon 55-60%-os válaszadási arány az elvárható, természetesen ezt az arányt a téma, a kérdőív terjedelme, a kérdező cég jó híre, a kérdezőbiztosok tapasztalata és más tényezők nagymértékben befolyásolják.
- Hosszabb időtartamú kérdőív is lekérdezhető. Az ideális időtartam 45 perc, de a 75-80 perc még elfogadhatónak tekinthető.
- A kérdőívben belüli a „nem tudja” és a „nincs válasz” itemek számát csökkentheti a kérdező jelenléte.
- A kérdező jelenléte megóvhat az itemekkel kapcsolatos esetleges zavaroktól és félreértésektől is. Amikor a válaszadó nyilvánvalóan félreérti a kérdést, a kérdező tisztázhatja a dolgot.
- A kérdezőbiztos jelenléte kizárhatja az olyan egyéb befolyásoló tényezőket, mint pl. a családtagok véleményének befolyása a válaszadóra.
- A kérdező a kérdés során meg is figyelhet és rögzíthet olyan dolgokat, amelyeket egyébként „kényes kérdésnek” tarthatunk (pl. a kérdezett bőrszíne, a lakás minősége stb.).

³ A megkérdezettek számát tekintve.

554 TELEPÜLÉSKUTATÁS – V. INTERJÚ, KÉRDŐÍV ÉS ADATBÁZISOK GYŰJTÉSE – TEREPEN

Az előnyök mellett azonban a személyes lekérdezés hátrálynak tekinthető, mert:

- Nagy szervezőmunkát és jól képzett kérdezőbiztosokat igényel, ezért igen drága.
- A rosszul képzett kérdezőbiztosok jelentősen növelhetik a nem mintavételből származó hibák számát, ha pl. befolyásolják a válaszadót, vagy a standardítás követelményeit mellőzve a kérdéseket nem szó szerint olvassák fel.
- Jelentősen növelik a kutatás időtartamát.

A „hagyományos” személyes megkeresés SWOT-táblája

ERŐSSÉGEK	GYENGESÉGEK
<ul style="list-style-type: none"> • Nagyobb válaszolási hajlandóság • Hosszabb időtartamú kérdőív is sikerrel lekérdezhető • Csökken a „nem tudom” és „nincs válasz” ítemek száma” • A kérdezőbiztos jelenléte kizárhatja az esetleges befolyásoló tényezőket (pl. más családtagok véleménye stb.) 	<ul style="list-style-type: none"> • Sok pénzbe kerül • Jól képzett kérdezőbiztos gárdára van szükség • Nagy szervezőmunkát és fegyelmet igényel
LEHETŐSÉGEK	VESZÉLYEK
<ul style="list-style-type: none"> • A kérdező az adatfelvétel során meg is figyelhet • A kérdező jelenléte megóvhat az ítemekkel kapcsolatos esetleg es zavaroktól 	<ul style="list-style-type: none"> • A kérdezőnek nagy hangsúlyt kell fektetnie a standardítás követelményeinek betartására a kérdezés során • Rosszul kiképzett kérdezőbiztos befolyásolhatja a válaszadót • A kérdezőbiztos preconcepciói befolyásolják a válaszokat • A kérdezők alacsony motiváltsága mellett nőhet az inkorrekt adatfelvétel (pl. önköltés)

A „Szegec Studies” kutatási gyakorlat

A Szegeci Tudományegyetemen Feleky Gábor a 2000/2001-es tanévtől egy olyan módszertani képzési terv kidolgozását és bevezetését indította el, amely lehetőséget biztosít a Szociológia Tanszék hallgatói számára, hogy egyetemi tanulmányaik alatt, intézményi keretek között a gyakorlatban is elsajátíthassák az empirikus társadalomtudományi kutatás különféle módszereit a tervezéstől kezdődően az adatfelvételen, adatelemzésen át a tanulmányírásig. A személyes kérdezésre épülő, kérdőíves adatfelvételt a tanszék 2000 novemberétől évente végzi. A kutatási problémák konceptualizálásában és operacionalizálásában, a kérdőív elkészítésében a tanszék oktatói, valamint szemináriumi keretek között a negyedik évfolyamos hallgatók vesznek részt.

A hallgatók adatfelvételre történő elméleti felkészítése során az oktatók nagy hangsúlyt fektetnek a társadalomtudományi kutatások etikai normáinak betartására, az esetleges hibák módszertani és gyakorlati következményire. Az adatfelvétel szakszerűségét minden adatfelvétel után a Társadalomkutató Intézet (TÁRKI) szakemberei ellenőrzik.

Az adatfelvételt a kérdőívszerkesztéstől a „*system file*” (az adatbázis-keret) és a dokumentáció elkészítéséig a Szociológia Tanszék módszertanoktatói fogják össze. A mintavétel szisztematikus jellegű. A címeket a legnaprakészebb forrásból, a Központi Nyilvántartó és Választási Hivataltól kéri meg a tanszék.

A pontos nevek és címek ismeretében a mintába került személyeket (családokat) levélben kérik fel a válaszadásra a terepmunka kezdete előtt néhány nappal. Az eddigi tapasztalatok szerint ez növeli a válaszolók bizalmát, csökkenti a válaszmegtagadók arányát, viszont jelentősen növeli a költségeket és a ráfordított időt.

A végleges kérdőív kidolgozását minden esetben egy vagy két próbakérdézési hullám előzi meg. A kérdezői munka megkönnyítése érdekében már a kérdések kérdőívbeli formájának kialakításakor arra törekednek, hogy megelőzzék az olyan kérdezői hibákat, amelyek utólag már ritkán korrigálhatók. A kérdezők minden adatfelvételhez írásos kérdezési útmutatót kapnak, mely egyrészt felhívja a figyelmet a kérdőív legfontosabb részeire, másrészt a viszonylag ritkábban előforduló kérdezési helyzetek megoldásához ad iránymutatást. Emellett tartalmazza a vizsgálat célját is. A kérdezői hálózatot a kutatásvezető oktató irányításával a IV. évfolyamos hallgatók mint körzeti instruktorok működtetik. Az instruktorok folyamatosan tartják a kapcsolatot kérdezőikkel, és megbeszélik velük a kérdés során felmerült problémákat. A körzetükben lekérdezett kérdőívek mindegyikén 100%-os kitöltéskontrollt végeznek, azaz ellenőrzik, hogy kitöltendő rubrika, válaszlehetőség ne maradjon üresen, illetve ne legyen logikai ellentmondás.

**556** TELEPÜLÉSKUTATÁS – V. INTERJÚ, KÉRDŐÍV ÉS ADATBÁZISOK GYŰJTÉSE – TEREPEEN

dás. Emellett a TÁRKI ellenőrei a Szociológia Tanszék megbízásából szűrőpróbaszerűen ellenőrzik a kérdezőket, a kérdezett személyt felkeresve.

A felvett adatok rögzítése a III–IV. évfolyamos hallgatóink által ugyancsak szemináriumi kereteken belül, tanári vezetéssel, SPSS-ben történik. A fájlok első kontrollja a rögzített adatok leadásakor az átvételi program segítségével történik. Az itt előkerülő hibákat (pl. sorszámelhelyezés, elcsúszás) még a hallgató maga javítja. A leadott fájlok összefűzése után kezdődik az alapsorok tisztítása és az adatok logikai ellenőrzése. Ezt a munkát a hibakeresésben, javításban gyakorlatlall rendelkező oktatóink végzik.

A tudományosan leginkább elfogadható, Európában bevett szisztéma az, amikor nagyobb induló mintával és a minta csökkenésével számolnak a kiesések következtében. (Ezzel szemben a piackutatásban ez másképp működik, hiszen ebben az esetben az elemszám az egyik legfontosabb szempont.) Nincsenek tehát pótcímek; ha egy cím kiesik, az a minta és a kérdező vesztesége. Ezt a módszert tartjuk tehát szakmailag a legbiztosabbnak. A 2001-es és 2002-es kutatásainkban ezt az eljárást alkalmaztuk, mert:

- Minden kérdezettnek egyforma az esélye a mintába kerülésre.
- Minden kérdezett postán kap felkérő levelet. (A pótcímkezésnél a pótcímeknek a kérdező adja át.)
- A kérdező abban érdekelt, hogy minden címet megkérdezzen; csökkenhet a kényelemből kiejtett címek száma.
- Más mintákhoz képest kisebb a szisztematikus torzulás.

Ugyanakkor ez a módszer szervezésigényesebb, mint a többi. Nem lehet garantálni a lekérdezett minta darabszámát sem. Az „induló” minta kb. 55%-ára lehet számítani, kb. 5% tűréshatárral.

2000. évi vizsgálatunkkor egy másik pótcímvételi eljárást alkalmaztunk, az ún. „jobb szomszédos módszert”. Ennél a módszernél a kérdezők a kieső főcím helyébe a tőle közvetlen jobbra eső címen lévő háztartás valamely tagját kérdezték le, akit ún. Laslie-kulcs alapján választottak ki. Ez a módszer azonban nem vált be annyira, mint a fentebb már ismertetett csökkenő mintás, mivel a kérdezők több alkalommal a számukra könnyebben elérhető, a válaszadásra nagyobb hajlandóságot mutató „jobb szomszédokkal” készítették el az interjút. Ez jelentősen megnövelte a mintavételből származó hibák számát.

A 2003-as tanévtől kezdődően a tanszéken folyó módszertani képzés tovább bővült, olyan kutatási módszerek elméleti és gyakorlati oktatásával, mint a kapcsolatháló-elemzés, résztvevő megfigyelés, fókuszcsoportos vizsgálat, vala-

mint mentális térképezés, amelyek jól alkalmazhatók a piackutatás és a településfejlesztés területén is.

II. 2. TELEFONOS KÉRDŐÍVES ADATGYŰJTÉS

A telefonos adatgyűjtés egyik legjelentősebb előnye, hogy egyetlen helyről elérhetünk földrajzilag szétszórtan elhelyezkedő válaszadókat. A személyes adatgyűjtés költségeit ugyanis jelentős mértékben megnöveli a potenciális válaszadók elérésének költsége: egy országosan reprezentatív minta biztosítása esetén például gyakorlatilag körbe kell utaznunk az országot. Telefonon történő megkeresés esetén azonban egyetlen telefonvonal mellett ülve, gyorsabban és olcsóbban érhetjük el az ország bármely csücskében élő embereket. A gyorsaság szintén jelentős szempont: ma már ugyanis a lehető leggyorsabban van szükségünk az információkra. Egy, a parlamenti választások előtt zajló politikai közvélemény-kutatás esetében például egyáltalán nem mindegy, hogy a megszerzett információk fölhasználhatóak még a választások előtt, vegyük figyelembe azt is, hogy az időközben zajló kampányok jelentősen módosíthatják a szavazók véleményét.

A telefont már az 1930-as években elkezdték használni az Egyesült Államokban mint adatgyűjtési csatornát, ekkor a legnagyobb problémát a lefedettség jelentette, vagyis hogy a háztartások viszonylag kis százaléka rendelkezett telefonvonnallal (ld. Nathan 2001). Ebben az időben leginkább kiegészítő jelleggel használták a telefont, például nyomonkövető kutatások esetében. A hatvanas évektől a telefonellátottság nőni kezdett, ezáltal szélesebb társadalmi rétegek váltak elérhetővé – felvetvén ezzel a telefon elsődleges adatgyűjtési csatornaként való használatának lehetőségét.

Már ekkor folytattak módszertani kutatásokat, melyek a telefonos adatgyűjtés megbízhatóságát, illetve a válaszadási hajlandóságot vizsgálták (elsősorban a személyes megkérdezéssel összehasonlítva), azonban ellentmondó empirikus tapasztalatok születtek (ld. például Green, Krosnick és Holbrook 2001). Egyértelműen ma sem mondhatjuk ki, hogy a telefonon keresztül gyűjtött információk kevésbé megbízhatóak lennének, illetve hogy a telefonos válaszadási hajlandóság alacsonyabb vagy magasabb-e a személyes kérdezésnél tapasztaltakhoz képest.

A korai időszakban a telefonos kutatások mintavételi kerete elsősorban nyilvánosan hozzáférhető, illetve megvásárolt adatbázisokból került ki. Ez fölveti az úgynevezett regiszter-problémát: az a keret, amelyből a mintát vesszük, nem

558 TELEPÜLÉSKUTATÁS – V. INTERJÚ, KÉRDŐÍV ÉS ADATBÁZISOK GYŰJTÉSE – TEREPEEN

reprezentálja megfelelően a vizsgálni kívánt sokaságot. Egy telefonkönyvben például nem találjuk meg a titkosított telefonszámokat vagy a telefonkönyv kiadása óta telefonhoz jutott háztartásokat, többször szerepelhet viszont egy háztartás, ha annak több tagja is fel lett tüntetve, megnövelvén ezzel a mintába kerülés valószínűségét. A regiszter-probléma kiküszöbölése indikálta az úgynevezett véletlenszám-tárcsázásos módszer (random digit dialing – RDD) kifejlesztését a hatvanas években: a kapcsolatfelvételre kijelölt számokat egy véletlenszám-generátor (számítógép) által határozták meg. Így ugyanis minden elvileg lehetséges telefonszám azonos valószínűséggel kerülhet be mintánkba. A RDD-módszer alkalmazásával azonban újabb problémák kerültek előtérbe – az úgynevezett nem működő vonalak (non-working numbers). Még ha tudjuk is, hogy hány számjegyű telefonszámokat kell létrehoznunk, biztosak lehetünk abban, hogy a lehetséges számkombinációk egy részéhez nem tartozik működő telefonvonal. Ez pedig jelentősen megnövelheti a kutatás időigényét, hiszen több telefonszámot kell tárcsáznunk, amíg valóban eljutunk egy potenciális válaszadóhoz.

A telefonos közvélemény-kutatások terjedésére legnagyobb hatással a számítógépek alkalmazásának egyre nagyobb gyakorisága volt. A számítógéppel támogatott telefonos adatgyűjtés (Computer Assisted Telephone Interviewing, CATI – lásd II/3. alfejezet) ugyanis tovább növeli a telefonos adatgyűjtés egyébként is jelentős előnyeit: még olcsóbbá és még gyorsabbá tehető az információszerezés.

Ma már nem kérdés a közvélemény-kutatás gyakorlatában, hogy szabad-e a telefonszám adatgyűjtésre használni, hiszen előnyei nem hagyhatóak figyelmen kívül; a hangsúlyt arra kell helyezni, hogy mire számíthatunk – milyen jellegű kutatások esetében, milyen módszerekkel milyen minőségű adatokat gyűjthetünk (vö. Tarjánai 1995).

A telefonos közvélemény-kutatás előnyei és hátrányai

Előnyök

<i>Előnyök</i>	<i>Hátrányok</i>
Számítógép alkalmazható	Lefedettség
Gyors	Reprezentativitás
Viszonylag olcsó	Személyes kapcsolat hiánya
Ellenőrzés lehetősége	Komplexitás
Ismételt megkeresés	Bemutató anyagok (például kártyák) használata
Koncentrált adatgyűjtés	

- *A számítógép alkalmazhatósága.* A telefonos közvélemény-kutatások esetében kisebb költséggel alkalmazhatóak a személyi számítógépek, az alkalmazásukkal együtt járó előnyök (adatrögzítési, kódolási fázis elmaradása stb.) viszont kiaknázhatóak.
- *Gyorsaság.* Mivel a telefonos adatgyűjtés esetében egy földrajzi pontból érhetünk el szétszórtnan megtalálható egységeket, kevesebb idő telik el két válaszadó megtalálása között.
- *Költséghatékonyság.* Egy földrajzilag szétszórtnak mintá elemei olcsóbban elérhetőek.
- *Ellenőrzés.* A kérdezőbiztosok ellenőrzése könnyebben megoldható. Míg személyes kérdés esetében akár hátrányt is jelenthet ha egy, a kérdezőbiztos ellenőrző személy is részt vesz a beszélgetésen, addig telefonos adatgyűjtés esetén a vonal lehallgatásával, vagy akár egyszerűen a kérdezőbiztos mögé állva az ellenőrzés sokkal hatékonyabban és egyszerűbben végezhető.
- *Ismételt megkeresés.* A közvélemény-kutatás gyakorlatában megszokott, hogy egy el nem ért válaszadó esetén a kapcsolatot többször próbáljuk meg főlvenni: ha például először délelőtt próbáltuk megkeresni, és nem találtuk otthon, akkor megpróbáljuk délután is. Telefonos kérdés esetén a kapcsolatfelvétel egyszerűbben megismételhető, hiszen sokkal hatékonyabb újra föltárcsázni egy adott telefonszámot, mint többször elutazni ugyanarra a helyszínre.
- *Koncentrált adatgyűjtés.* Mivel a kérdezőbiztosok nem földrajzilag szétszórtnan, hanem gyakran egy helyiségben végzik munkájukat, így az információ is könnyebben áramlik – akár a kérdőívvel kapcsolatban felmerülő problémákról, akár valamely kvóta beteléréséről van szó.

A telefonos közvélemény-kutatás hátrányai

- *Lefedettségi.* A háztartások bizonyos (időponttól és helyszíntől függő) százaléka nem rendelkezik telefonvonallal, tehát egy telefonos felmérés esetén a mintába való bekerülési valószínűsége 0. Az igazi problémát azonban nem a telefonnal nem rendelkezők aránya jelenti, hanem differenciáltságuk, vagyis hogy szignifikánsan különböznek a telefonnal rendelkezőktől. A telefonvonallal nem rendelkezők jellemzően a társadalom alsó rétegeiben találhatóak, míg a titkos telefonszám vagy az egy háztartáson belüli több telefonvonal a magasabb társadalmi rétegekben jellemző. Itt említeném meg az üzenetrögzítők és a hívásazonosító készülékek problémáját is, mely eszközök egyre több telefonvonalon találhatóak. A hívásazonosító (a hívó

560 TELEPÜLÉSKUTATÁS – V. INTERJÚ, KÉRDŐÍV ÉS ADATBÁZISOK GYŰJTÉSE – TEREPEEN

fél telefonszámát kijelző készülék) empirikus tapasztalatok alapján nem okoz jelentős torzítást, hiszen jellemzően az ismerős, nem kívánt számok kiszűrésére használják. Az üzenetrögzítőt egyre többen használják nem csupán az otthon-nem-tartózkodás idejére, hanem folyamatosan üzemeltetve, így kiválogatván, kivel akarnak beszélni. Jelentős érvek és ellenérvek szólnak a kutatócég által a rögzítőn való üzenet hagyása mellett: egyrészt a telefonvonal tulajdonosa még könnyebben ki tudja kerülni a válaszadást, másrészt viszont pozitív üzenet hagyásával – így bizonyítván, hogy nem telemarketingről van szó – akár rá is beszélhetjük a potenciális válaszadót az együttműködésre.

- *A reprezentativitás biztosítása.* A reprezentativitás kérdése levezethető a lefedettség problémájából: mivel nem minden háztartás rendelkezik telefonvonallal, valamint a telefonvonallal rendelkezők és nem rendelkezők csoportja jelentősen különbözik egymástól, így a reprezentativitás biztosítása jóval nehezebb.
- *A személyes kapcsolat hiánya.* Mivel telefonos adatgyűjtés esetén a kérdezőbiztos és a válaszadó nincsenek közvetlen kapcsolatban, egy légtérben egymással, így a válaszadást segítő bizalmi hangulat sokkal nehezebben alakítható ki. Sokkal nehezebben ellenőrizhető például, hogy a kérdező tényleg az-e, akinek mondja magát. A megkérdezett akár az interjú közepén is dönthet úgy, hogy nem folytatja a válaszadást – ilyenkor sokkal könnyebb letenni a telefont, mint kitéssékelni valakit a házból.
- *Komplexitás.* Telefonos kérdezés esetén a válaszadó általában kisebb kognitív erőfeszítést tesz a leginkább megfelelő válaszlehetőség kiválasztására: kevésbé gondolja át válaszait, ennek következtében a kapott válaszok is sekélyesebbek lehetnek. Nem hagyhatjuk figyelmen kívül, hogy ugyanazt a szöveget nehezebb megérteni, hogy ha telefonon keresztül halljuk, mint ha előttünk olvasnák föl, esetleg mi is olvashatnánk azt. (Ugyanakkor vannak kivételek, például reklámszlogenek esetében kifejezetten szerencsés, hogy nem egy „halott” szöveget, hanem a valódi kreatív anyagot lehet tesztelni. De hasonló a helyzet a zeneteszteknél is.) A kérdőív maga nem lehet túl hosszú vagy összetett, hiszen telefonon keresztül nem zavarhatjuk túl sokáig a válaszadót. Egy elfogadott hüvelykujj-szabály szerint a telefonos interjú sosem lehet hosszabb 15-20 percnél.
- *Kártyahasználat.* A közvélemény- és piackutatásokban gyakran használt kártya-szettek (melyen a zárt kérdésre adható válaszok vannak felsorolva) használata telefonos kutatás esetén gyakorlatilag nem kivitelezhető. Ez leginkább akkor jelenthet problémát, ha a válaszlehetőségek mindegyike hosszabb, összetettebb.

A telefonos közvélemény-kutatás menete

A telefonos közvélemény-kutatás menete csupán néhány tulajdonságában tér el a hagyományos adatgyűjtés folyamatától, így itt csak ezeket a különbségeket ismertetjük (bővebben ld. például Péter 2002).

A kutatási kérdés, valamint az adatgyűjtés módjának meghatározása után el kell döntenünk, hogyan kívánjuk elérni a válaszadóinkat. Telefonos adatgyűjtés esetén jellemzően a következő lehetőségek közül választhatunk:

- *Telefonkönyvből történő véletlen vagy szisztematikus kiválasztás.* Ebben az esetben a mintavételi keretet a telefonkönyvben szereplő számok jelentik; a kiválasztás módja (szisztematikus vagy véletlen) korábban már ismertetésre került. A módszer alkalmazásának előnye, hogy a regiszter olcsón elérhető. Hátránya, hogy nem minden telefonszám szerepel a telefonkönyvben (pl. titkos telefonszám vagy elavult lista), valamint hogy kiegészítő információkhoz ilyen módon nem juthatunk – a telefonszolgáltató előfizetői listája például adatvédelmi okok miatt zárolásra kerülhet.
- *Megvásárolt listák.* Adatbázis-kezelő cégektől vásárolhatunk különböző listákat. Megvehetjük például a telefonszolgáltatótól az általa kiadott telefonszámok listáját, vagy egy banktól az adott banknál folyószámlával rendelkező magánszemélyek adatait. A módszer nagyon jól alkalmazható speciális populációk elérésére (pl. ha a teljes, vizsgálni kívánt sokaságról rendelkezésünkre áll egy lista, vagy egy panel-kutatás nyomkövető hullámai esetén), azonban általánosabb témájú felmérések esetén a reprezentativitás még nehezebben biztosítható. Meg kell említenünk itt az adatvédelem problémáját is, vagyis hogy az adatainkat birtokló cégek csak hozzájárulásunk esetén adhatják át adatainkat harmadik félnek.
- *Véletlenszám-tárcsázás (RDD).* A korábban már ismertetett módszer esetén a hívásra kerülő telefonszámokat véletlenszám-generátor határozza meg. Ekkor minden telefonszám mintába kerülési valószínűsége ugyanakkora, számolnunk kell azonban a nem működő telefonszámok viszonylag magas arányával.
- *RDD és lista kombinációja.* A listás és a véletlenszám-tárcsázás előnyeit igyekszik ötvözni a következő módszer: a listából kiválasztott telefonszámok bizonyos (pl. az utolsó kettő) számjegyeinek felcserélésével kvázi-véletlen, azonban nagyobb valószínűséggel működő telefonszámokhoz juthatunk.

562 TELEPÜLÉSKUTATÁS – V. INTERJÚ, KÉRDŐÍV ÉS ADATBÁZISOK GYŰJTÉSE – TEREPEEN

A kérdőív összeállításakor nagyjából követnünk kell az első fejezetben ismertetett eljárást, azonban figyelemmel kell lennünk arra, hogy az adatgyűjtési csatorna korlátozza lehetőségeinket.

Speciálisan a telefonos adatgyűjtésre jellemző korlátozások:

- Nem használhatunk kártyákat vagy más vizuális segédeszközöket.
- A kérdőív hossza és komplexitása behatárolt (hüvelykujj-szabály: körülbelül 15-20 perc, az ennél hosszabb időtartamú kérdőívek esetében ezt előre jelezni kell).
- A válaszlehetőségek ne legyenek túl hosszúak – ne fordulhasson elő, hogy mire felolvassuk az utolsót, a válaszadó elfelejti az elsőt. Ehelyett inkább félig zárt vagy előre kódolt nyitott kérdéseket kell használni, mert a zárt kérdések felolvasása untatja a válaszadót.
- A nyitott kérdésre kapott válaszok jellemzően rövidebbek, mint személyes megkeresés esetén.

Amennyiben számítógéppel támogatott telefonos adatgyűjtésről van szó (CATI), el kell készítenünk azt a számítógépes programot, melyen a kérdezőbiztosok dolgozni fognak (részletesebben lásd a „Számítógéppel támogatott adatfelvétel” című fejezetet).

Új technológiák a telefonos közvélemény-kutatásban

Az utóbbi néhány évben a telefonokhoz kapcsolódóan is több újdonság jelent meg, melyek módosíthatják az adatgyűjtést.

Interactive Voice Response (IVR)

Az IVR lényege, hogy a telefon végén nem egy kérdezőbiztos ül, aki fölolvassa a kérdéseket és rögzíti a kapott válaszokat, hanem egy előre felvett szöveg hallható, a válaszadó pedig a telefon különböző billentyűinek megnyomásával navigálhatja magát. Az IVR használata ma még leginkább az információs vonalakon jellemző, ahol több témával kapcsolatban is elhelyezhetünk információkat az érdeklődőnek (pl. egy élelmiszergyártó céggel kapcsolatban információkat kaphatunk a cégről magáról, különböző termékeiről, egyes promócióiról stb.), azonban rendszeresen alkalmazásra kerül közvélemény- vagy piackutatások esetében is.

Két módon használhatunk IVR-t adatgyűjtésre. Az egyik lehetőség, ha automatizáljuk az egész adatgyűjtési folyamatot: a számítógép kiválaszt egy telefonszámot, felhívja, majd a menün végigvezetve összegyűjti a szükséges informá-

ciókat. Történhet azonban a kérdés úgy is, ha rávesszük a válaszadókat, hogy hívjanak föl egy bizonyos telefonszámot, amelyen a kérdőív elérhető.

Egy általános köszöntő és bevezető szöveg meghallgatása után kerül sor a tulajdonképpeni kérdőívre. Egy hipotetikus példa:

„Megkóstoltad-e már a Fanta új, készülős változatát? Ha igen, nyomd meg az egyes gombot. Ha még nem kóstoltad, kérlek, nyomd meg a kettes gombot.”

Az IVR-módszer legfőbb sajátosságait annak köszönheti, hogy *nincs kérdezőbiztos*. A kérdezőbiztos hiánya egyrészt csökkenti költségeinket, az ideálishoz közeli fokra emeli a standarditást (hiszen mindenki pontosan ugyanazt hallja), másrészt viszont gyakorlatilag egyoldalúvá teszi a kommunikációt. Ennek kiküszöbölésére általában fenntartanak egy külön billentyűt, melynek megnyomásakor a válaszadót az operátorhoz irányítják. Az IVR-os kérdőív bármikor elérhető extra költségek nélkül, akár vasárnap hajnal egykor is lehetséges az információszolgáltatás.

Az IVR megvalósítása mindig számítógépek segítségével történik, így a számítógépes adatgyűjtésnél ismertetett összes jellemző vonatkozik erre a módszerre is.

Mobiltelefonok

A mobiltelefonok megjelenése, illetve egyre szélesebb körben történő elterjedése szintén új kihívások elé állította a telefonos közvéleménykutatókat. Nem egyszerűen csak arról van szó, hogy nő a hívható telefonszámok köre, vagy hogy könnyebben elérhetőek az emberek, hanem a telefonos kutatóknak ennél sokkal összetettebb tényezőkkel kell számolniuk.

A mobiltelefon-basználattal kapcsolatos főbb kihívások:

- A mobiltelefon nem háztartáshoz, hanem emberhez kapcsolódik.
- A mobiltelefon már nem csupán kiegészítője a vezetékes telefonnak, hanem egyre inkább annak helyettesítőjévé vált.
- A csak mobiltelefonnal rendelkezők a társadalom sajátos rétegeit alkotják, például yuppie-k, vagy Magyarországon sajátosan a falun élők, ahol rossz (volt) a vezetékestelefon-ellátottság.
- A mobiltelefonon elért ember bárhol tartózkodhat a telefonálás közben (utazik, tárgyaláson van stb.), így nagyobb a valószínűsége, hogy hívásunkkal zavarjuk.
- Több mobilszolgáltató esetében (így például az Egyesült Államokban) a hívásfogadónak is fizetnie kell a fogadott hívásért.
- A rövid elektronikus üzenetek (SMS, MMS) a kommunikáció új formáit jelentik, ezen terület azonban egyelőre nincs mélyen kutatva.

II. 3. SZÁMÍTÓGÉPPEL TÁMOGATOTT ADATFELVÉTEL: CAPI, CATI ÉS CASI

Számítógéppel támogatott adatfelvételtől (CADAC – Computer Assisted Data Collection; CASIC – Computer Assisted Survey Information Collection; vagy CAI – Computer Assisted Interviewing) akkor beszélünk, amikor a kérdéseket egy számítógép képernyője jeleníti meg, a válaszok pedig közvetlenül a számítógépbe kerülnek rögzítésre. Három fő területen használhatunk számítógépeket az adatgyűjtésre:

- számítógéppel támogatott telefonos interjú (CATI – Computer Assisted Telephone Interviewing);
- számítógéppel támogatott személyes interjú (CAPI – Computer Assisted Personal Interviewing);
- számítógéppel támogatott önkítöltős interjú (CASI – Computer Assisted Self-interviewing).

Mivel a tanulmány egyéb fejezeteiben külön-külön ismertetésre kerülnek a telefonos, személyes, illetve önkítöltős kérdőívek használatának előnyei és hátrányai, így jelen fejezet a számítógép alkalmazásának specifikus hatásainak ismertetésére szorítkozik.

Számítógéppel támogatott kérdőívtechnikák előnyei és hátrányai

<i>Előnyök</i>	<i>Hátrányok</i>
Kódolási, adatrögzítési fázis elmarad	Magas kezdő befektetések
Olcsóság: kezdő befektetés kivételével olcsóbb a hagyományos adatgyűjtésnél; igaz, éppen a beruházás költségei miatt az „olcsóság” legkevésbé sem biztos, a kihasználtságtól és egyéb tényezőktől függ.	A kódolás, adatrögzítés elmaradásával nő a kutató bizonytalansága azzal kapcsolatban, hogy vajon a kérdezőbiztos a valóban megadott választ rögzítette. Papíron van lehetőség arra, hogy az áthúzott, satírozott egyéb módon jelölt eseményekre utólag is rá lehessen kérdezni.
Standardítás jobban garantált, mint személyes kérdőívezés során.	Kérdezőbiztosoknak külön tréning szükséges
Összetett kérdőív esetén az ugrási utasítások jól kezelhetők.	Kérdezők kiválasztása jelentős erőbefektetés, mert a rábízott érték jelentős
Adatellenőrzés már a kérdezés során megtörténik	Kérdőív programozásához szakértő szükséges
Randomizálás: a kérdőívek vagy válaszlehetőségek sorrendje felcserélhető	
CAPI és CASI esetén az audiovizuális elemek könnyen megjeleníthetők	

A számítógép megjelenése az adatgyűjtésben több tényezőn keresztül hat a kutatásokra (deLeeuw és Nicholls 1996 alapján).

1. *A számítógépes programok technológiai lehetőségei:*

- Az ugrási utasítások programozásával minimálisra *csökkenthető* az ebből eredő *nem mintavételi hiba*, valamint összetettebb kérdőívek is problémamentesen használhatók.
- A válaszok *azonnal ellenőrizhetőek*, akár logikailag (például hogy egy ötértékű skálán valóban egy és öt közötti egész számot adott-e meg a válaszadó), akár tartalmilag (kérdések közti ellentmondások tisztázása).
- Bár a gyakorlatban nem túl gyakori, a *randomizálás lehetősége válik* mind a kérdések, mind a válaszlehetőségek sorrendjében.
- *Nincs elkülönített adatrögzítési fázis* a kutatás folyamán, tovább emelve az adatminőséget.
- A számítógép rögzít bizonyos információkat magáról az interjúról is (mennyi idő alatt készült el, mennyi idő telt el két kérdőív kitöltése között stb.), ezzel *jobb kérdezőbiztosi kontrollt* biztosít.
- Az interjú *folyamatosabbá* válhat. (Nem kell visszakeresni öt oldallal korábbról, hogy milyen cigarettát is szívott, amikor újból előkerül ez a téma, hanem automatikusan „feldobja” a gép.)

2. *A számítógép láthatósága:*

- Okozhat magasabb és alacsonyabb szintű bizalmat is. A számítógépeket kevésbé ismerő válaszadók számára „big brother”-hatása lehet a számítógép jelenlétének, amely *bizalmatlanságot szülhet*. Előfordulhat ugyanakkor ennek az ellenkezője is, az információs technológiák iránt kevésbé bizalmatlanok számára látszólag nagyobb anonimitást biztosít a számítógépben való rögzítés.

3. *A számítógépes adatgyűjtés hatása az interjú-szituációra:*

- Erősen függ attól, mennyi erőforrást fordítottunk a *kérdezőbiztosok képzésére*. Amennyiben kérdezőbiztosaink jól képzettek és gyakorlottak is a technológia alkalmazásában, úgy többnyire pozitívan nyilatkoznak a módszer használatáról.
- Nem mindig van *szem-kontaktus* a kérdező és a válaszoló között. Ez lehet hátrány (a válaszadó úgy érzi, hogy nem figyelnek rá eléggé) vagy előny is (például kényes kérdéseknél).
- A kérdezőbiztos *kevésbé látja át* a teljes kérdőív struktúráját.

566 TELEPÜLÉSKUTATÁS – V. INTERJÚ, KÉRDŐÍV ÉS ADATBÁZISOK GYŰJTÉSE – TEREPEN*A számítógéppel támogatott interjú hátrányai:*

- Magas kezdő befektetések – mind a felszerelésbe, mind pedig az azok használatához szükséges képességek és készségek elsajátításába.
- A kérdezői félrerögzítés végzetes és nem ellenőrizhető (pl. telefonon a válaszadó azt mondja a kérdésre, hogy „1-es, ja nem, inkább 2-es” és a kérdező már rögzítette az 1-est és tovább ment, akkor nem biztos, hogy javítani fogja, mert esetleg nehézkes).

A jövőbeni további fejlődéshez, illetve a technológia szélesebb körű alkalmazásához elengedhetetlenül szükséges:

- az alkalmazott számítástechnikai eszközök árának csökkenése;
- a technológia további fejlődése (súly, memóriakapacitás stb.).

Etikai kérdések

A számítógépek adatgyűjtés közben való használatakor a közvélemény-kutatás általános etikai szabályain túl figyelemmel kell lennünk arra is, hogy az információs technológia még nem teljeskörűen elfogadott a társadalomban.

A számítógép leginkább a személyes adatgyűjtés esetén befolyásolhatja a válaszadót, aki látja, hogy a kérdezőbiztos számítógépen rögzíti válaszait.

Gyakorlati útmutató a számítógéppel támogatott kutatásokhoz

A számítógéppel támogatott adatgyűjtés elsősorban abban különbözik „hagyományos” megfelelőjétől, hogy nem papírra jegyezzük le a válaszokat, hanem egyenesen egy számítógép memóriájába. Ennek következtében nem részletezzük azt, hogyan válasszunk mintát, milyen típusú megkérdezést alkalmazunk stb.

A technológiába való befektetés egyszeri magas költség, azonban – ha már rendelkezésre áll – megtérülő befektetés lehet. Általánosságban elmondható, hogy egy kutatónak akkor érdemes beruháznia, ha:

- sok kutatást végez;
- nagy mintán dolgozik;
- panelfelvételt végez (ugyanazt a kérdőívet kérdezzük le újra és újra);
- ha a kérdőív témája szükségessé teszi audiovizuális elemek alkalmazását (például piackutatások, reklámok tesztelése).

1. Telefonos megkérdezés esetében szinte mindig javasolt a számítógép használata, hiszen gyorsabbá válik a kutatás, és hamarabb kapunk eredményeket is.
2. Személyes megkeresés esetén akkor javasolt a számítógépes adatrögzítés, ha a technológia által nyújtott lehetőségek (hangfelvételek, fényképek, programozott kérdőív) alkalmazása valóban emelni tudja a szolgáltatott adatok minőségét. Az adatgyűjtés ezen típusában a legmagasabb a kezdeti beruházás, ugyanis minden kérdezőbiztos számára kell számítógépet, valamint az alkalmazására megtanító tréninget biztosítani.
3. Önkitöltős kérdőívek esetén akkor javasolt a számítógépes kérdőív alkalmazása, ha feltételezhetjük, hogy válaszadóink ismerik és tudják is használni a számítógépet válaszaik rögzítésére. Ekkor ugyanis valóban jelentős költségeket takaríthatunk meg (nyomtatás, kódolás stb.).

Az alkalmazott technológiák fejlettségétől, illetve az adott technológiát használó kutató képzettségétől függően természetesen széles skálán mozoghat a számítástechnika alkalmazása a kutatás folyamán. Például telefonos interjú esetében előfordulhat, hogy ugyan számítógépbe rögzítjük a válaszokat, azonban nem egy kifejezetten erre a célra írt programot használunk föl ehhez, hanem például egy Excel-tábla megfelelő sorait töltjük ki. Ez tipikusan akkor fordul elő, ha:

- nincs erőforrás (pénz és/vagy idő) informatikus szakértő alkalmazására;
- nem bonyolult a kérdőív, kevés az ugrási utasítás, így papír használata nélkül is könnyen rögzíthetőek az adatok;
- tapasztalt az operátor, akinek nincs szüksége arra, hogy a számítógép „vezesse” végig a kérdőíven, átlátja a struktúrát, és tud figyelni a megfelelő kódok rögzítésére is;
- a kutatás kis mintán folyik, így nem spórolunk annyit az egyéb költségeken, mint amennyit a programozás elvisz.

Az, hogy mennyire használjuk ki a számítógép adta lehetőségeket, sok tényezőtől függ. Az alábbiakat kell mérlegelnünk akkor, amikor döntünk a technológia alkalmazásáról:

- rendelkezésre álló erőforrások;
- „költség-haszon elemzés”: megéri-e a befektetés;
- szakértelem, illetve a szakértelemhez való hozzájutás költsége.

II. 4. INTERNET ALAPÚ ON-LINE KUTATÁS

Az adatfelvételi eszközök fejlődése szoros kapcsolatban áll az általános technológiai változásokkal. Amíg az előző század 20-as, 30-as éveiben még a személyes kérdezés is kurióznak számított (a tömeges közlekedés és adattovábbítás nehézségei miatt), addigra a fejlett ipari államokban a telefónia robbanásszerű növekedése már a '80-as évek elejére megteremtette a telefonos adatfelvételt. Ez a változás az informatika belépésével tovább folytatódott és a XXI. század elejére már az on-line adatfelvételi eljárások is túlléptek a kísérleti szakaszon.

Ez a fejlődés és változás egyetlen esetben sem volt tisztán kutatói indíttatású, hanem a technológia fejlesztői is szerepet vállaltak benne, így a fejlesztési időszakban a módszerek sajátosságai is ennek megfelelően alakultak ki. A legújabb „kistestvér” – az on-line adatfelvétel, kutatás – jellegzetességei, elemei is magukon viselik a fejlesztők (jelesül az informatikusok) gondolkodását, módszereit. Az elkövetkező néhány bekezdés ennek a folyamatnak a sajátosságait ismerteti.

Az adatgyűjtés határai

Az on-line kategóriába – saját, önkényes besorolásunk szerint – mindazon kutatási módszerek, eszközök tartoznak, amelyek kivitelezéséhez az internet, ill. egyéb informatikai kapcsolatok szükségesek az adatfelvétel során. Másképp szólva: a kérdések, információk a számítógépeken keresztül jutnak el az adatszolgáltatóhoz, oly módon, hogy nincs egyéb értelmező, támogató, segítő személy vagy egyéb hatás mindeközben.

Az on-line adatgyűjtés, kutatás eszköztára két jelentős részre választható, melyeket a terepen végzett munkáknál is tudatosan érdemes alkalmazni:

- primer adatfelvétel (megkérdezés);
- szekunder adatgyűjtés (megfigyelés).

Bizonyos esetekben a két megközelítés közötti különbségeken nincs vita, hiszen a könyvtári adatgyűjtés vagy a személyes kérdezés nyilvánvalóan eltér egymástól. Ugyanakkor például a virtuális térben működő chat-szobák beszélgetéseinek figyelése és az ottani belekérdezés már egy nagyon kényes határterületet mutat ebből a szempontból.

A továbbiakban ez az összefoglaló csupán a primer adatfelvétel sajátosságai-val foglalkozik, mert a megfigyelések, desk típusú elemzések nem térnek el jelentősen az egyéb szakmai szabályokban.

Elméleti keretek

Az internet alapú kérdőívezés alkalmazhatóságával, módszertani kihívásaival kapcsolatban rengeteg kutatás, tanulmány született és van születőben. Manfreda és Vehovar (2002) a válaszadási csatorna hatását vizsgálták. Összehasonlító kutatást végeztek, melyben ugyanazon kérdéseket töltötték ki két, véletlenszerűen csoportba sorolt válaszadói réteggel. Az egyik csoport postai úton, a másik pedig interneten keresztül töltötte ki ugyanazt a kérdőívet. Megállapításaik szerint az egyes kérdésekre adott válaszokban nem mutatkoztak nagy különbségek, ugyanakkor az internet-kérdőívek esetében sokkal gyakrabban fordult elő, hogy egy-egy kérdésre nem válaszoltak a kérdőívet kitöltők (részleges nem-válaszolás). Gibson és McAllister (2002) kutatásában azt vizsgálta, használható-e az internet választási előrejelzésekre. Tapasztalataik szerint az interneten és postai úton válaszolók közti eltérést nem a válaszadás módja, hanem egyéb háttérváltozók (nem, életkor, iskolai végzettség, érdekeltség a választások iránt) okozta. Couper (2002) azt vizsgálta, hogyan hat a technológiák fejlődése az adatgyűjtés folyamatára. Véleménye szerint négy fő irányvonal különíthető el: 1. kérdezőbiztosok alkalmazása helyett ön-kitöltés; 2. verbális helyett vizuális kommunikáció; 3. mobilitás növekedése; 4. önálló, független felmérések helyett folyamatos, panelszerű mérések. Schaefer és Dillman (1998) több adatgyűjtési forma összekapcsolását javasolja a legjobb eredmények elérése érdekében. Sheenan és Hoy (1999) azt vizsgálja, hogyan választhatunk mintaelemeket az online felhasználókból egy „keresőmotor” segítségével. Coomber (1997) tanulmánya azt bizonyítja, hogyan használható – a személyes kapcsolat kiszűrésével – az internet kényes kérdések esetében (drogdílereket vizsgált).

Az on-line adatgyűjtés legfontosabb előnyei és hátrányai

<i>Előnyök</i>	<i>Hátrányok</i>
Rugalmas	Lefedettség
Gyors	Önszelekció
Olcsó	Szakértelem
Nagy sokaság elérhető földrajzi korlátozások nélkül	Szükséges hardver-kapacitás
Standardítás	Speciális alapsokaság
Audiovizuális elemek	
Kérdőív módosítása	
Programozott kérdőív – ugrási utasítások	
Kényes kérdések vizsgálata	

570 TELEPÜLÉSKUTATÁS – V. INTERJÚ, KÉRDŐÍV ÉS ADATBÁZISOK GYŰJTÉSE – TEREPEEN

Szélsőséges ugyanakkor az adatgyűjtés ezen módjának megítélése. Az egyik vélemény szerint (például Baker 1998) az internet a kérdőíves kutatás következő nagy lépése, amely forradalmasítani fogja az adatgyűjtés folyamatát. Hiszen az információs technológiák segítségével gyorsabb és olcsóbb lehet mind a kérdőív elkészítése és a válaszadókhoz való eljuttatása, mind pedig az adatok begyűjtése, kódolása és rögzítése folyamán. Lehetővé válik audiovizuális elemek (fényképek, hangfelvételek, videoklipek) beépítése a kérdőívbe, ezzel is segítvén a válaszadót. A kérdőív módosítható a kutatás folyamán a menet közben esetleg felmerülő problémák kiküszöbölése érdekében. A komplex kérdőívek (több utasítás, korábbi válaszoktól függő kérdésblokkok stb.) kitöltése megkönnyíthető a programozott kérdőívek használatával. Kiszűrhetjük a kérdezőbiztosok torzító hatását, biztosíthatjuk a standarditást, kényes kérdéseket is könnyebben feltehetünk stb.

Számos negatív kritika is felmerül azonban az internet alkalmazhatóságával kapcsolatban a társadalomtudományi kutatások során. Íme ezek közül néhány:

- *Lefedettség.* Mivel nem a teljes népesség rendelkezik internet-hozzáféréssel, így általános következtetéseket egy felmérésből sem vonhatunk le. Hiába kérdezzük meg a netezőket arról, hogy ők mire költenének százezer forintot – az internet-hozzáféréssel nem rendelkezők valószínűleg szignifikánsan eltérő válaszokat adnak.
- *Önszelekció.* A nem célzott (tehát pl. egy adott weboldal megnyitása esetén megjelenő) kérdőívek esetében az önszelekciós mechanizmus (a gép előtt ülő személy dönti el, hogy válaszol-e a megjelenő kérdésekre) torzítást eredményezhet.
- *Szakértelem.* Az internetes kutatásokat legtöbbször nem szakemberek (kutatók, pszichológusok, statisztikusok) tervezik meg és hajtják végre, hanem pl. az adott weboldal webmesterei. Az ebből eredő legfőbb és leggyakoribb hibák ismeretét lásd például Gräf (2002; idézi Manfreda és Vehovar 2002). Néhány példa: több mint egy lehetséges érvényes válasz; a válaszlehetőségek nem fednek le minden lehetőséget; a válaszadási hajlandóság növelése érdekében az „egyéb” vagy „nem tudom” kategória viccessé és ezáltal vonzóbbá tétele; stb.

Mikor tudjuk használni tehát az internetet mint adatgyűjtési csatornát?

- *Másodlagos (szekunder) kutatások esetében.* A világháló megjelenésével a világszerte szétszórt információk (adatbázisok, kutatási beszámolók, szakfolyóiratok stb.) akár egy helyben ülve is megszerezhetővé válnak, megkönnyítve ezzel az adatgyűjtés folyamatát.

- *Amikor az adatgyűjtés tárgya illeszkedik az on-line világhoz* (pl. internet-használat, weboldalak tesztelése, virtuális valósághoz illeszkedés, az on-line nyelv sajátosságai).
- *Amennyiben a célcsoportunk jelentős része (legalább 70-75%-a) elérhető az interneten keresztül.* Ezek éppenséggel nem csak az internetezők lehetnek, hanem bárki más is. Gyakori a vállalati kérézések ilyen transzformációja, a fiatalokat célzó kutatások stb.
- *Ha nem törekszünk reprezentativitásra.* Kvalitatív vagy feltáró jellegű kutatások esetében, amikor nem cél az általánosítás, az internet is megfelelő csatorna a szükséges információk begyűjtésére.

Az alkalmazás módjai, technológiái

Az on-line kutatás ugyan meglehetősen nagy gyűjtőfogalom, de alapjaiban – néhány kivételtől eltekintve – az önkitöltős kérdőívek logikájára épül. Ez a kiindulási pont megalapozza a kutatók feladatait és hozzáállását az alkalmazott eszközökhöz, hiszen:

- a kitöltés során a válaszmegtagadás sokkal könnyebb a kitöltőnek;
- a véletlen mintába kerülés biztosítása sokkal nehezebb;
- a hibás vagy félreérthető megfogalmazások, megvalósulások kártékony hatása felerősödik.

Mindezek együtt hatnak az on-line kutatási eszközökre, és alkalmazásuk során ezekre feltétlenül figyelemmel kell lenni.

Miért érdemes mégis on-line kutatást végezni?

Az on-line kutatások alkalmazásának fő érve a költséghatékonyság. Sokkal kevesebb pénzből, sokkal gyorsabban, sokkal több válaszadóhoz lehet hozzájutni – kis túlzással ingyen. Az alkalmazott piackutatásban a legfőbb érv, hogy nagyon gyorsan lehet speciális eszközökkel sok embertől információhoz jutni (például így mód van olyan képek, alkalmazások bemutatására és ezt követően azok tesztelésére, amelyeket csak lassú, személyes adatfelvételek során lehetne megmutatni).

Az on-line kérdezés menete

Előkészítés

Az on-line kutatások során két nagy és fontos kérdést kell tisztázni annak érdekében, hogy az eredmények a kívánt minőségben érkezzenek meg a kutatókhoz:

Az on-line minta

Amíg a személyes megkérdezésnél a legtöbb kutatás során „egyszerű” – értsd bejártott, kidolgozott – módszereket alkalmazhatunk, addig az on-line vizsgálatoknál a legnagyobb problémát éppen a mintakialakítás okozza. Ennek oka, hogy a legnagyobb veszély ebben a vizsgálati módszerben az önkiválasztás, hiszen nem lehet előre korlátozni, hogy éppen ki is az, aki a válaszokat megadja a kérdéseinkre. Annak érdekében, hogy ezt a nehézséget kezelni lehessen, a kutatási projektet úgy kell megtervezni, hogy a kitöltők motivációja biztosított legyen. Ez a szempont azért is fontos, mert különben gyakori lesz a válaszadás közben félbeszakított interjú. A motiváció megteremtéséhez, fenntartásához számos eszközt lehet biztosítani, de a gyakorlati tapasztalatok szerint a hatásos eszközök inkább pszichológiai jellegűek, mint anyagiak. A motiváció fenntartásához szükséges a válaszadói célcsoport elemzése, mert a megértésük alapján lehet meghatározni, hogy hol milyen eszközökkel lehet megteremteni a kívánt kitöltési elkötelezettséget.

A minta kezelése során előre számolni kell azzal, hogy a válaszadókat akár rá tartással érdemes megbecsülni. A mintából való kizárásnak több oka is lehet, így gyakran előfordul:

- a menet közbeni válaszmegtagadás;
- kilépés a kérdésből;
- a többszörös kitöltés;
- a kutatási fókuszon kívüli kitöltő;
- az inkonzisztens válaszadó.

Kutatói megfontolások határozzák meg, hogy az inkonzisztens kitöltőkkel és részbeni válaszmegtagadókkal mit lehet kezdeni az elemzésben, de fontos előre meghatározni, hogy ilyen esetben mi legyen a szabály. A gyakorlati tapasztalat azt mutatja, hogy ha valakinek a válaszai inkonzisztensek, akkor érdemes a teljes válaszadói rekordot törölni az adatbázisból, mert nem megállapítható, hogy mely válaszok a korrektek, és melyek azok, amelyekben tévedett vagy esetleg csak bohóckodott az illető. A részbeni válaszmegtagadás (félbeszakított

kérdőív) kezelése már sokkal nehezebb dió, ahol a fő vezérlőelv az elemzés természete lesz. Abban az esetben, ha egy-egy blokkot kitölt az érintett válaszadó, és azt a maga egészében lehetséges elemezni, értékelni, úgy tanácsos az adatbázisban benntartani az adott rekordot. Ugyanakkor olyan esetekben, amikor az elemzéshez szükséges adatok (ilyenek lehetnek a szociodemográfiai változók – kor, nem, iskolai végzettség stb.) hiányoznak, akkor talán jobb a válaszadói adatokat törölni az adatok közül.

Az on-line panelekről

Az alacsony anyagi kompenzáció és a „felesleges, de állandó” kérdések lekérdezésének a kizárására találták fel annak idején a panelvizsgálatokat. Ez a módszer megoldja a kérdőív menet közbeni kilépéséből eredő adathiányokat, és a belépést követően kitöltött alapkérdőív adatait a további kutatásoknál már nem kell újra meg újra megkérdezni, így lehetségessé válik egy gyorsabb és egyszerűbb kérdezés. A motiváció itt gyakran anyagi jellegű, de ez kevésbé okoz problémát, mert hosszabb távon, több kérdőív kitöltése után kap ellenszolgáltatást a panelbe belépő vállalkozó.

Létezik olyan panel is, amely a méreténél fogva működik panelként, mert a több millió potenciális válaszadóból kiválasztott 1-2-3 ezer ember esetleges válaszmegtágadása nem befolyásolja az eredményeket – olyan sokan vannak az alapsokaságban így is.

A paneles kutatásoknál viszont fel kell készülni arra, hogy sokkal komolyabb technológiai elvárásoknak kell megfelelni. Műszaki értelemben természetesen nem probléma on-line panelkutatásokat szervezni, de a kivitelezésnek – egyéb vizsgálatokkal szemben – további nehézséget jelent a kapcsolat fenntartása a válaszadókkal. A lemorzsolódás kezelésére szükséges előzetes koncepciót is kialakítani. Erre jó eszköz a rendszeres kérdezés: ez nagyjából 1–3 hetenkénti kérdezést jelent.

Az on-line kérdőív különlegességei

Az on-line kérdőívek megtervezésekor a legfontosabb szempont a könnyű, egyszerű kitölthetőség. Ez a szempont végig kell vezesse a kutató kezét a kérdések megfogalmazásában, a programozásban, az ugratások technikai megvalósításában – egyszóval mindenben. Az egyszerűsítés mindenben fontos!

574 TELEPÜLÉSKUTATÁS – V. INTERJÚ, KÉRDŐÍV ÉS ADATBÁZISOK GYŰJTÉSE – TEREPEN

Az on-line kérdőív legyen:

1. Rövid, néhány oldalas.

Semmiképpen sem szerencsés hosszú, 30–40 perces interjúkat az on-line felületekre tervezni, mert ilyen esetekben gyakori lesz a válaszadói kilépés menet közben.

2. Egy-egy oldal max. 2–3 képernyő hosszú.

Gyakori hiba a kérdőívek készítésénél, hogy egy képernyőoldalra hosszú, áttekinthetetlen, sokáig gördülő kérdéssorozat kerül. Ennek a legnagyobb problémája az, hogy a válaszadó nem nézi végig részletesen a válaszokat, nem olvassa el valamennyi utasítást, kérést, aminek következtében az elsődleges célja az lesz, hogy „túlélje” az adott oldalt, és valahova kattintson.

3. Lehetőség szerint a hosszú állítássorozatok ne legyenek egy oldalon.

6–7 állítáznál több egy oldalon – főleg ha az még táblázatba is van rendezve – szinte garantált módon oda vezet, hogy a válaszadó nem olvassa el rendesen az állításokat, hanem csak válaszokat ad rá.

4. Kattintásban minimalista.

Érdeemes olyan szemmel is áttekinteni a kérdőívet, hogy 1–1 oldalt hány darab kattintással lehet kitölteni. Gyakori hiba, hogy pl. gördülő menüt használnak olyan esetben, amikor 4–5 válaszlehetőség van. Ez azért hiba, mert a válaszadónak egy kattintás helyett kettőt kell tennie, ezzel is nehezítve a kitöltést. Hasonló módon nagyon meg kell gondolni, hogy mikor, hol használ nyitott kérdéseket a kérdőívet összeállító.

5. Érdekes.

Kissé talán furán hat ez a kérés, de a dolog nem is olyan egyszerű. Érdekesség alatt azt értem, hogy legyen a kérdőív változatos. Hosszú és egyforma táblázatos, skálás kérdések helyett akár a sorrenddel, akár a kérdések jellegével, szerkesztésével érdemes a helyzetet változtatni, időnként megtörni. Remek megoldás erre, ha például egy táblázatos kérdést követően bekerül egy képpel, rajzzal, hanggal vagy bármi egyébvel „dúsított” kérdés.

6. Kicsi és böngészősemleges.

Az eddigi megállapításokon ez még inkább túltesz sutaságban, de a lényege: a válaszadók különböző sáv szélességű internetkapcsolattal bírnak. Érdemesebb inkább az alacsonyabb hozzáférésű megoldásokkal tesztelni az elkészült kérdőívet, mert pl. a nagyméretű kiegészítő file-ok letöltése csökkenti a válaszadói kedvet.

Fontos kiegészítő szempont, hogy a kérdőívet tesztelni kell különféle böngészőkön, mert előfordulhat, hogy egyik-másik rendszerben a kérdőív „szétesik” vagy nem is jelenik meg.

Az adatok elemzése

A korábbi fejezetekkel szemben ebben a kérdésben az on-line kutatási eszközökkel összegyűjtött adatokban nincs jelentős különbség. Ahogy a többi módszerre is jellemző, itt is szükséges az adatokat tisztítani, adott esetben súlyozással pontosítani. Hasonlóképpen, az eredmények értelmezésében sincsenek jelentős különbségek attól függően, hogy telefonos, személyes vagy on-line módon gyűjtötték az adatokat.

II. 5. ADATGYŰJTÉS ELEKTRONIKUS LEVÉLBEN

Jelen fejezetben a viszonylag újnak számító e-mailes adatgyűjtés bemutatására törekszünk. A témához kapcsolódva a postai és a helyszíni önkitöltős adatgyűjtésről – melyeknek van magyar nyelven is hozzáférhető szakirodalma – csak röviden írunk, amennyi az elektronikus levél alapú kérdőívezés sajátosságainak megértéséhez feltétlenül szükséges.

A *postai úton küldött kérdőívvel* történő adatgyűjtés esetében a kérdőívet levélben küldjük el a címzettnek. A kérdőívhez általában egy magyarázó levelet és egy válaszborítékot is mellékelünk. A válaszboríték előre megcímezett és sokszor díjmentesített (felbélyegzett). A válaszadó feladata a kérdőív kitöltése és a válaszboríték segítségével visszajuttatása a kutatóhoz.

Az adott helyszínen gyűjtött „*önkitöltős*” *kérdőíves adatgyűjtésnek* több formája ismert, ezek közös sajátja, hogy az adatgyűjtés fizikai helyhez kötött. A kitöltött kérdőívet leginkább áruházakban, önkormányzatnál, vagy egyéb helyszínen elhelyezett gyűjtőládába kell bedobni, de jellemző eszköz iskolai vizsgálatoknál is. Az önkitöltős kérdőíves módszert önkormányzatok gyakran használják településkutatás során, illetve helyett.

A kérdőív több úton is eljuthat a válaszadóhoz. Érkezhetsz névre szólóan, a címzett postaládájába, vagy bizonyos standoknál helyben ki lehet tölteni, esetleg egy termékhez csatolják a kérdőívet stb.

Az *elektronikus levélben történő adatgyűjtés* vagy *e-mail kérdőív* megjelenését a számítógépek és az internet gyors elterjedése tette lehetővé. Az elektronikus

576 TELEPÜLÉSKUTATÁS – V. INTERJÚ, KÉRDŐÍV ÉS ADATBÁZISOK GYŰJTÉSE – TEREPEEN

levélben történő adatgyűjtés tulajdonképpen a postai adatgyűjtés egy formája, amelyik megpróbálja kiküszöbölni annak hiányosságait: az alacsony válaszolási rátát, a lassú válaszolást, a manuálisan kitöltött kérdőívek számítógépes rögzítésének gondját, amelynek következtében a nem-válaszolás és adatbeviteli hibák előfordulási aránya igen magas lehet. Az e-mailben kapott kérdőív önkéntes kitöltésen alapul, de mivel a helyi önköltős adatgyűjtéseknél célzottabb jellegű, sőt gyakran névre szóló, a válaszadóból nagyobb azonosulást vált ki, ami jobb a válaszadási hajlandóságot és gondosabb kitöltést eredményez.

Az elektronikus kérdőív esetén a kérdőívet e-mailen keresztül küldjük el. Tekintve az e-mailen keresztül terjedő vírusokat, célszerű, ha az elektronikus kérdőívet egy „előlevél” előzi meg, amelyben röviden ismertetjük a kutatást, és felkérjük a résztvevőt, hogy segítse kutatásunkat egy kérdőív kitöltésével.

A kutatók gyakran kombinálják a postai és az elektronikus adatgyűjtést.

Elmélettörténet

A postai és helyszíni önköltős kérdőívekről bővebben ír Babbie (1965, 1996), jelen írás nem törekszik az abban foglaltak megismétlésére.

Az elektronikus levél útján történő adatgyűjtés az 1980-as években vált ismertté. Sproull (1986) felismerte, hogy az e-mailes adatgyűjtés a postai adatgyűjtéshez képest nagyobb válaszolási arányt eredményez, sokkal kisebb költség mellett. Sproull azt javasolta, hogy olyan fejleces elektronikus levelek előzzék meg a tényleges adatgyűjtést, amelyekhez státusz és legitimáció társítható. Következő lépésben pedig a postai kérdőívet küldték el elektronikus levél formájában. Sproull egyik észrevétele szerint a kutatási résztvevők motiválva érezték magukat a válaszolás szempontjából – ne felejtjük el azonban, hogy ez az időszak az e-mail hőkora volt. Az e-mailes adatgyűjtést nagymértékben befolyásolta a szervezetek földrajzi fekvése, a számítógépes felszereltség és a különböző kapcsolatháló, tehát a résztvevők hozzáférése az elektronikus levelezési rendszerhez (Kiesler és Sproull 1986).

A kilencvenes évtizedben az e-mail és az internet terjedésével párhuzamosan terjedt az elektronikus adatgyűjtés is. A postai úton történő kérdőívezéshez képest ez a módszer gyorsabbnak és a költséghatékonynak tűnt. Schaefer és Dillman (1998) együttesen alkalmazta a postai és az elektronikus adatgyűjtést. A postai kérdőívek átlagosan 14,39 nap alatt érkeztek vissza a kutatókhoz, míg az elektronikus levelek átlagosan 9,16 nap alatt. A válaszadási hajlandóságban nem mutatkozott különbség, 57,5% a postai kérdőívek, illetve 58% az e-mail esetében.

A kutatás azt is viágossá tette, hogy az e-mailes kérdőíveket a résztvevők gondosabban töltötték ki, mint a postai kérdőívet, tehát az e-mail esetében kevesebb volt a megválaszolatlan kérdések aránya. Watt (1999) szerint az e-mailes kérdőívek költsége jelentősen csökken, ha a minta növekszik. Az elektronikus adatgyűjtés jelentős összegeket takaríthat meg azért, hogy nem igényel papírt, borítékot és bélyegeket. Sheehan és McMillan (2001) arra világít rá, hogy az e-mail útja szoftveresen követhető, tudni lehet, hogy az elküldött levél megérkezett-e a címzetthez, mikor nyitották meg a levelet, mikor küldték vissza, és mikor törlték ki. Ezáltal a minta-probléma jelentős része megoldottnak tűnhet.

Az önkitöltős kérdőívek kitöltésének mértéke rendkívül változó. Egyrészt, többnyire jelentős különbség mutatkozik a postai és az elektronikus úton küldött adatlapok kitöltöttsége között, másrészt az egyes elektronikus kérdőívek között (Kiesler és Sproull 1986; Schaefer és Dillman 1998). A szakirodalomban nem tisztázódtak a változó válaszadási arányok okai, ugyanakkor a gyakorlat azt mutatja, hogy a kérdőívek tartalma jelentősen befolyásolja a válaszadási rátát. Sheehan (2001) hangsúlyozza, hogy az amerikai társadalom „agyon lett kérdőívezve” ami csökkenő válaszadási hajlandóságot eredményez az összes kérdőíves technika esetében, és az e-mail útján történő adatgyűjtés ezt a tendenciát követi. Az elektronikus kérdőívvel szembeni bizalmatlanságot a vírusos levelek és azok mellékletei, illetve a *spam* (kéretlen e-küldemények) egyre növekvő áradata fokozza.

Bowker és Dillman (2000) a mintaválasztás problémájára hívja fel a figyelmet: szerinte nem biztosítható a mintába való bekerülés egyenlő esélyének elve. Értelemszerűen nem rendelkezik mindenki e-maillal, miközben másoknak gyakran több e-mail címe is van, ami felül-, illetve alulreprezentációt okozhat.

Mikor érdemes önkitöltős kérdőívet alkalmazni

Az önkitöltős kérdőívek két fő problémája, hogy a reprezentativitás nem biztosítható, illetve rendkívül bizonytalan a kérdőívre adott válasz. Ha nem tudjuk, hogy az önkitöltős kérdőívet ki töltötte ki, az megkérdőjelezi az önkitöltős kérdőívek alapján készített adatelemzés külső érvényességét. A módszer ezért alkalmatlan nagy sokaságra vonatkozó, megfelelő megbízhatóságú adat előállítására. Lakossági kérdőívezés esetében például nem tudjuk, hogy kik azok, akik válaszolnak (lehet, hogy a társadalom aktívabb tagjai, de az is lehet, hogy inkább azok, akik éppen ráérnek, munkanélküliek vagy gyeseen vannak). A postai vagy elektronikus adatbázisok megbízhatósága szintén kérdéses: az elekt-

578 TELEPÜLÉSKUTATÁS – V. INTERJÚ, KÉRDŐÍV ÉS ADATBÁZISOK GYŰJTÉSE – TEREPEEN

ronikusról már volt szó, de a migrációs folyamatok miatt a bejelentett lakcím is különbözhet a megkeresendő személy tényleges lakhelyétől.

A fentiek alapján felmerül a kérdés, hogy érdemes-e egyáltalán önkitöltős kérdőívet használni? A kérdésre több válasz is adható.

Önkitöltős kérdőív jól használható olyan célzott megkeresések esetében, ahol a célcsoport kicsi, és személy szerint vagy intézmény szerint beazonosíthatóan megkereshető. Érdemes például önkitöltős kérdőívet (adatlapot) küldeni cégeknek, önkormányzatoknak, társadalmi szervezeteknek olyan kérdések kapcsán, ahol várható, hogy válaszolnak.

Jó eszköz lehet az önkitöltős elektronikus kérdőív olyan zárt levelező hálózatokban, amelynek tagjai közötti virtuális viszony megteremti a bizalmi alapot a kérdőívek kitöltéséhez. A reprezentativitás ezúttal sem biztosítható. Meg kell jegyeznünk azonban, hogy ha teljes populációs adatfelvételt használunk, akkor a reprezentativitásnak nincs értelme. Ugyanakkor ebben az esetben a bizalom nagyon könnyen meginoghat – pl. üzleti adatgyűjtés esetén –, és akkor ellenkező irányba fordulhat a dolog.

Az önkitöltős kérdőívek bizonyos eseteiben feltételezhető, hogy a leginkább motivált személyek fogják kitölteni. Ha a kutatásunk a leginkább érdekelt személyek véleményére kíváncsi, akkor az önkitöltős postai vagy elektronikus módszer jó eszköz lehet.

Több kutatás igazolta, hogy egyes társadalmi csoportok nagyobb valószínűséggel válaszolnak postai önkitöltős kérdőívekre: a nyugdíjasok, gyesen levő kismamák stb. Amennyiben épp az ő véleményükre vagyunk kíváncsiak, az önkitöltős minta egyfajta rétegzett mintavételként is felfogható, bár a reprezentativitás nem biztosítható, tehát az eredmények inkább az ötletek megfogalmazását, a kezdeti hipotézisek tisztázását segíthetik.

Marketinges szemlélettel azt mondhatjuk, hogy érdemes alkalmazni, de az eredményeket nem érdemes komolyan venni. PR- vagy „direkt marketing” célokra viszont kitűnően alkalmas az önkitöltős kérdőív: a válaszadónak el kell gondolkodnia a kérdésen és a válaszon, ami nagyobb azonosulást vált ki, mint az egyszerű közlés.

Az önkitöltős kérdőív eredményes kommunikációs eszköz lehet a településfejlesztés során. Egy olyan kérdés, hogy „Ön szerint elodázható-e a régi iskola felújítása?”, ráirányítja az olvasó (a lakosság) figyelmét arra, hogy az iskolaépület rossz állapotú, és a helyzettel kezdeni kell valamit. A kérdőív eredményei ugyan érdektelenek a reprezentativitás hiánya és a válaszadási helyzet kontrollálhatatlansága miatt, mégis nagyban segítettek az önkormányzat kommunikációját, és előkészítették a terepet egy más eszközzel végzett adatfelvétellel.

Etikai kérdések

1. Reprezentativitás és külső érvényesség: a kutatási beszámolóknak utalnia kell az önkitöltős módszer hibaforrásaira. Nem célszerű az eredményeket egy reprezentatív adatgyűjtés eredményeként kezelni.
2. Anonimitás: főleg az elektronikus adatgyűjtés esetében a válasz nem egy anonim válasz, tekintve, hogy a kutató ismeri a feladó e-mail címét; épp ezért különösen fontos az adatok bizalmas kezelése. Elengedhetetlen az e-mail címlista külön kezelése az adatbázistól, és szigorúbb adatvédelme. A kérdőív mellékletében tájékoztatni kell a válaszadót arról, milyen módon biztosítjuk a névtelenségét, hogy adatai ne legyenek visszakereshetők.
3. Tudatos félrevezetés: épp azért, mert az önkitöltős kérdőív kiváló kommunikációs eszköz, nem megengedhető tudatosan félrevezető vagy manipuláló információ beépítése a kérdőívbe.
4. Más kutatásban alkalmazott kérdőív használata: egy más kutatásban alkalmazott kérdőív panel használatához az alkotó beleegyezése szükséges. Az alkotó további beleegyezése szükséges, ha a kérdőívet weboldalra szeretnénk helyezni.
5. Spam: e-kérdőívet küldeni csak célzottan szabad. A kéréstlen kérdőív könnyen lehet *spam* (elektronikus hulladék), ilyet küldeni nem megengedett. Az elektronikus vagy web alapú kérdőívek etikus terjesztését megfelelő technológiai háttérrel kell biztosítani.
6. Adatvédelem: a kérdőívek eredményeinek védettnek kell lenniük, a betekintést rendszergazdáknak vagy levelező listák tagjainak sem szabad megengedni.

Miként végezzünk postai és e-mail alapú kérdőívezést?

A postai és az elektronikus adatfelvételhez nyújtott módszertani útmutatót elsősorban McGlothlin (2001) nyomán, illetve saját tapasztalataink alapján írtuk.

A kérdőív összeállítása

Először is, más kérdőíves technikákhoz hasonlóan, a kérdőív megtervezése előtt meg kell határozni a kutatási célt, el kell végezni a kérdőív kérdéseinek előkészítését, rögzítését, próbakérdezését stb. A kérdőív összeállítása után mérlegelni kell, hogy a kérdőív valóban a *kutatási célnak megfelelő* kérdéseket tartalmazza-e, illetve eleget tesz-e az *etikai* elvárásoknak.

Adatgyűjtés a résztvevőkről

Ha kutatási kérdések és az etikai megkötések szempontjából a kérdőív megfelelő, akkor a következő lépés a leendő válaszadók postai vagy e-mail címének begyűjtése. A vegyes (postai és elektronikus) technikák akkor javasoltak, ha a célcsoportban nem minden résztvevő rendelkezik e-mail címmel. Módszertani szempontból azonban ez a megoldás ellenjavallt, mert a válaszadói befektetés jelentősen eltér, ezzel torzul az adatgyűjtés szerkezete. Tehát vagy az egyik, vagy a másik mellett döntünk.

A kérdőív előkészítése

Ebben a szakaszban a kutató kezében egy kész kérdőív van (amely a kutatási cél-
nak és az etikai megkötéseknek megfelel), illetve rendelkezésére áll a résztvevők
címlistája. Ekkor a kérdőív külalakján kell javítani. A postai kérdőív esztétikai kö-
vetelményeihez tartozik, hogy a kérdések „szemüveg nélkül is” jól láthatók le-
gyenek; a kérdések között legyen kihagyás, hogy meg lehessen különböztetni
egyik kérdést a másiktól; és végül meg kell bizonyosodni arról, hogy minden
oldal jól ki van-e nyomtatva. Ugyanezek a kérdések az elektronikus kérdőívek-
nél sokkal bonyolultabbak: különböző kérdéstípusok léteznek, amelyekhez kü-
lönöző típusú válaszok társíthatók, és amelyeknek más-más a külalakja. Ha a
kutatásban mindkét módszer szerepel (postai és elektronikus), akkor a kutató-
nak meg kell bizonyosodnia arról, hogy a két kérdőív – a formai különbségek
ellenére – ugyanolyan információt közöl, ugyanabban a sorrendben.

Az elektronikus kérdőívekben a kérdésekre adott válasz típusához célszerű
társítani a külalakot. Ennek nagyon fontos szerepe van, hiszen a kérdőív kitöl-
tésének egyszerűvé tétele segítheti a kutatást, amennyiben ezáltal a kérdőívre
érkező válaszok száma is megnövekedhet. Könnyen megválaszolható kérdőív
az, amely a lehető legkevesebb egérgattintást tartalmazza (például az opciós
gomb csak egy, míg a legörgethető lista vagy a jelölőkocka két vagy több kat-
tintást igényel). A következő táblázat az elektronikus levél kérdőívek megszo-
kott kérdéstípusait tartalmazza:

Kérdés	Válasz típusa	Leírás	Ajánlott használat
<p>Milyen típusú tanácsadást végez? (Jelölje be az összes érvényes választ):</p> <p><input type="checkbox"/> Egyéni <input type="checkbox"/> Csoportos <input type="checkbox"/> Páros <input type="checkbox"/> Internet</p>	Jelölőkocka	A válaszoló bejelöl egy vagy több választ egy időben.	Egy lista, több opcióval.
<p>Mekkora az éves jövedelme?</p> <p>Éves jövedelem <input type="text"/></p>	Legörgethető lista	A válaszoló megjelölhet egy választ a megadott listából.	Demográfiai adatok. (Alig használt)
<p>Mennyire ért egyet a következő kijelentéssel: "Szeretek kutatásokat vezetni."</p> <p><input checked="" type="radio"/> Teljesen egyetértek <input type="radio"/> Egy kicsit <input type="radio"/> Mindegy <input type="radio"/> Egy kicsit ellenzem <input type="radio"/> Teljesen ellenzem</p>	Opció gomb	A válaszadó egy választ jelölhet meg.	Likert Skála kérdések.
<p>Kérem, írja be bármilyen észrevételét a kutatással kapcsolatban.</p> <p><input type="text"/></p>	Szövegdoboz	A válaszadó be tudja gépelni válaszát.	Nyitott kérdések.

I. ábra. Kérdéstípusok elektronikus levél kérdőívben, McGlothlin (2001) alapján

A kérdőív szétküldése

A kérdőív kiküldését megelőzően érdemes egy „előlevelet” küldeni. Az előlevélben a következőket érdemes feltüntetni:

- A *tárgyszóban* a kutatás rövid elnevezését (ez azért fontos, hogy a résztvevő be tudja azonosítani, miről szól majd a levél és a mellékelt kérdőív).
- A résztvevők személyes megszólítása (ez alapján tudja a résztvevő, hogy a mail neki szól, nem pedig vírusról van szó).
- A levél egy kérést továbbít a résztvevő számára: a kutatók megkérlik, hogy vegyen részt a kutatásban.
- Meg kell mondani a résztvevőnek, hogy honnan tudjuk a címét.
- Érdemes megadni egy kódot a résztvevőnek, hogy a kérdőívbe be tudjon lépni és/vagy egy hiperlinket a megfelelő weblapra, ahol a kérdőív megtalálható.

Ha a postai és az elektronikus adatgyűjtés módszerét egyszerre használjuk, akkor érdemes az e-mail címről visszadobott leveleket postai úton továbbítani.

A postán küldött kérdőívhez is érdemes egy kísérő levelet csatolni.

A résztvevők osztályozása

Ha az e-mailes megkeresés után a kérdőívet egy weblapon helyezük el, akkor szükséges mindenkinek külön jelszót generálni. A jelszó nem az a célt szolgálja, hogy a kutató a személyes adatokat böngéssze annak segítségével. A jelszó egyrészt azért jó, hogy a kutató ellenőrizhesse, kitöltötték-e a kérdőívet, és hogy biztosítsa azt, hogy ugyanaz a személy ne töltsen ki többször. Másrészt, a generált jelszó bizalmat nyújthat a kérdőívet kitöltőnek, hiszen így biztosítva van az anonimitása.

A kérdőív szétküldése után...

Pár nappal a kérdőívek szétküldése után érdemes emlékeztető elektronikus és postai levelet küldeni a résztvevőknek. Az emlékeztetőt érdemes kétszer megismételni, és ha a második esetben sem érkezik válasz, akkor az illetőt érdemes kivonni a mintából.

Az adatbázis összeállítása

A kutatónak tisztában kell lennie azzal, hogy az önkitöltős kérdőívek visszaküldési aránya más adatvételi technikákhoz képest rendkívül alacsony. Ha a meg-

adott határidőre „kevés” válasz érkezik vissza, ritkán érdemes meghosszabbítani a határidőt, jellemzően több adatlap már nemigen várható.

Az elektronikus úton érkezett levelekről érdemes másolatot készíteni és egy biztonságos szerveren tárolni. Egyes e-mail technikáknál, az internet alapú kérdőívekhez hasonlóan, az adatokat importálni lehet a statisztikai adatbázis kezelő programba, ami csökkenti az adatbeviteli hibalehetőséget. Célszerű adatbevitelkor kóddal jelölni a postai és az elektronikus adatokat, hogy a két módszer eredményeit összehasonlíthassuk.

Érdeemes osztályozni a válaszokat, megnézni ki válaszolt és ki nem. Gyakran kiszűrhetők a válaszmegtagadás egyes okai, előfordulhat, hogy kontrollálható ezek torzító hatása.

A postai önkitöltő kérdőívek előnyei és hátrányai

<i>A postai kérdőív előnyei</i>	<i>A postai kérdőív hátrányai</i>
Relative kisebb költség	Alacsony válaszolási ráta
Kényelmes	A résztvevő kitöltési kompetenciája
Nem befolyásolható	Nem befolyásolható
Széleskörű	Adatrögzítési hibák
	Önszelekció

A postai kérdőív előnyei:

- Relatív alacsonyabb költség: a postai kérdőív kisebb költségvetést igényel a kérdezőbiztosokat is alkalmazó kérdőívekkel szemben.
- Kényelmes: a kérdőívet kitöltő egyén maga dönti el, mikor tölti ki.
- Nem befolyásolható: a postai kérdőív kitöltésekor nincs személyes kapcsolat a kutató vagy kérdezőbiztos és a kérdőívet kitöltő résztvevő között, nincs személyes befolyásolás, a kérdéseket a kitöltő a saját belátása szerint értelmezi. Ez egyben hátránya is a postai kérdőívnek, hiszen a félreértések tisztázásában a válaszadó magára marad.
- Széles körű: elvben korlátlanul nagy mintát is meg lehet célozni.

A postai kérdőív hátrányai:

- Alacsony válaszolási ráta: kevesen töltik ki, és még kevesebben küldik vissza a kérdőívet a kutatónak a személyes kérdőívhez képest.
- A résztvevő kitöltési kompetenciája: ebben az esetben három dolgot kell kiemelni: a fizikai, nyelvi és tudásbeli korlátokat. Tekintve, hogy a legtöbb postai kérdőív esetében a minta random van kiválasztva, szinte lehetetlen felismerni a fenti korlátokat.

584 TELEPÜLÉSKUTATÁS – V. INTERJÚ, KÉRDŐÍV ÉS ADATBÁZISOK GYŰJTÉSE – TEREPEEN

- Nem befolyásolható: a résztvevő félreértelmezheti a kérdéseket.
- Adatrögzítési hibák: a begyűjtött adatok elemzéséhez a kérdőívek válasza-
it rögzíteni kell. A minta nagyságától függően a rögzítés során különböző
hibák merülhetnek fel.

E-mail kérdőív előnyei és hátrányai

<i>Az e-mail kérdőívek előnyei</i>	<i>Az e-mail kérdőívek hátrányai</i>
Költséghatékony	Korlátolt minta
Könnyebb szerkesztés és elemzés	Anonimitás
Gyors továbbítás	Kérdőív szerkesztésének nehézségei
Előlevelek küldése	Kitöltési útmutató
Magasabb válaszolási arány	Technikai problémák
Minőségi válaszadás	Válaszolási arány
Gyors válasz	Önszelekció

Az e-mail kérdőívek előnyei:

- Költséghatékony: az e-mail kérdőívek a postainál is alacsonyabb költségve-
tést igényelnek, mert kikerülnek a postai bélyegző, papír megvételét és a
kérdőbiztosok alkalmazását.
- Könnyebb szerkesztés és elemzés: felmerülő hiba esetében könnyebb a kér-
dőívet átszerkeszteni és az eredményeket feldolgozni.
- Gyors továbbítás: a postai kérdőívhez képest az e-mailes kérdőíveket szin-
te pillanatok alatt továbbítani lehet a kutatás résztvevőjéhez.
- Előlevelek küldése: az elektronikus kérdőívek kitöltésének motivációját le-
het növelni azáltal, hogy a kérdőív elküldése előtt a kutató felveszi a kap-
csolatot a résztvevővel, és felkéri a kérdőív kitöltésére. Az előlevél segít-
ségével a kutató felbecsülheti, hogy a megcélzott minta mekkora hányada
tölti majd ki a kérdőívet.
- Magasabb válaszolási arány: az e-mailes és postai kérdőíveket egyaránt hasz-
náló kutatások eredményei azt mutatják, hogy az e-mailes kérdőívek vála-
szolási aránya magasabb, mint a postai kérdőíveké.
- Minőségi válaszadás: az erre irányuló kutatások kihangsúlyozzák, hogy a
résztvevők sokkal lelkiismeretesebben válaszolnak az e-mailes kérdőívekre
a postai kérdőívekkel szemben.
- Gyors válasz: az e-mail-hálózat gyorsaságának köszönhetően a kutatási részt-
vevők percekön vagy órákon belül vissza tudják küldeni a kitöltött kérdő-
íveket.

Az e-mail kérdőívek hátrányai:

- Korlátolt minta: e-mail kérdőívvel csak azokat lehet megcélozni, akik rendelkeznek e-mail címmel.
- Anonimitás: az on-line hálózatokban nehéz garantálni a kitöltő anonimitását.
- Kérdőív szerkesztésének nehézségei: a sajátosan e-alapú kérdőív megszerkesztése új technika; sikere nagymértékben a kutató tapasztalatától függ.
- Kitöltési útmutató: a kérdőív bonyolultságától függően igény lehet egy kitöltési útmutatóra is a válaszadó számára. A kitöltési útmutató megírása újabb számítógépes készségeket foglal magába.
- Technikai problémák: a kérdőív kitöltésekor különböző hardware és software problémák merülhetnek fel, amelyek nehezíthetik a kérdőív kitöltését.
- Válaszolási arány: annak ellenére, hogy ismert az e-mailes kérdőívek magasabb válaszolási rátája, tapasztalatok szerint a válaszadási arány csak az első pár napban magasabb, amely periódus után a válaszadási arány csökken.

III. Adatfeldolgozás és interpretáció

III. 1. ADATFELDOLGOZÁS

Az adatfelvétel módszere nagyban meghatározza az adatfeldolgozás módját. Más-más módszerrel dolgozunk fel adatokat kvalitatív, illetve kvantitatív jellegű kutatásoknál. Jelen fejezetben a kvantitatív módszerrel végzett kutatás során szerzett adatok feldolgozását tárgyaljuk.

Kvantitatív jellegű adatok ma már szinte minden esetben számítógéppel kerülnek feldolgozásra. A számítógépek „akkor hozzák a legjobb formájukat”, ha számokkal dolgozhatnak (Babbie 1965 [2003]: 442.). Ezért a kérdőívünkben szereplő válaszokat az adatrögzítés során minden esetben számokkal kell kódolnunk, hogy a későbbiek során elemezni tudjuk őket.

Célszerű, ha eleve kódolt kérdőívet készítünk a kutatásunkhoz, így az adatrögzítés előtt már nem kell a válaszok kódolásával külön bajlódnunk.

Adatrögzítés

Az adatok rögzítése előtt érdemes még egyszer átnéznünk a beérkezett kérdőíveket, hogy minden tekintetben pontosan és hiánytalanul ki vannak-e töltve. Erre azért is szükség van, hogy megkönnyítsük és meggyorsítsuk az adatrögzítő munkáját. Üresen maradt (kódolatlan) kérdés nem szerepelhet a kérdőívünkben, még akkor sem, ha egy-egy kérdésre nem válaszolt a kérdező; ilyenkor a „nem válaszolt”, „nem tudja” vagy a „nem vonatkozik rá” kategória kell hogy

586 TELEPÜLÉSKUTATÁS – V. INTERJÚ, KÉRDŐÍV ÉS ADATBÁZISOK GYŰJTÉSE – TEREPEEN

jelölve legyen. Amennyiben mégis hiányos kérdőívvel találkozánk, a rögzítés előtt mindenképpen konzultáljunk az adatfelvételt végző kérdezőbiztossal, és ha lehetséges, pótolassuk vele a hiányzó adatokat.⁴

Adattisztítás

Az adatok rögzítése után, az elemzés megkezdése előtt mindenképpen nézzük át az adatbázisunkat, és szűrjük ki az esetleges hibákat. *Hibás adatbázison lehetetlen jó elemzést végezni.* Az adatbázis ellenőrzésének több módja lehetséges. Egyik legegyszerűbb formája az, hogy lefuttatjuk minden változó gyakorisági eloszlását, és átnézzük, hogy van-e bennük rögzítési hiba (kódolatlan válaszok, gépelési hiba, címkézetlen változók stb.).

Az adatrögzítés ellenőrzésének bonyolultabb, költségesebb, de hatékony módszere a kettős rögzítés.⁵ Ennél a módszernél két munkatárs rögzít minden egyes kérdőívet, majd egy futtatható programmal összehasonlítják a két rögzítést. A program kiírja azon kérdőívek sorszámát, ahol az adatok nem egyeznek meg egymással.

A kérdőívben feltett nyitott kérdésekre adott válaszokat az esetek túlnyomó többségében nem numerikus (azaz szám) formában, hanem „String”, azaz szöveges változóként rögzítik. Ezeket a szöveges változókat az elemzés során legtöbbször kategorizálni vagyunk kénytelenek (numerikus változóvá alakítjuk), hogy az elemzés során tudjunk velük dolgozni. Ha szerencsénk van, ami elég ritkán fordul elő, akkor minden rögzítő egyformán, azonos karakterrel (kis és nagybetű, szóköz, vessző stb.), helyesírási és egyéb elütési hiba nélkül gépelte be adatbázisunkba az adott szöveges válaszokat. Amennyiben nincs szerencsénk, számítógépünk minden karakter jellegű különbséget egy-egy külön válaszkategóriaként fog értelmezni (pl. Dr. Bubó, dr. Bubó, Dr. BUBÓ, DR. BUBÓ, Bubó dr. 5 külön kategória lesz, holott valójában egy válasz), és így nekünk kell kijavítani ezeket a hibákat.

⁴ Néhány számítógépes rögzítőprogramnál (pl. Data Entry, Dbase) olyan modulok építhetők be a rögzítőfile-ba, amelyek a rögzítés során csak akkor engedélyezik a következő adat beírását, ha az azt közvetlenül megelőző item megfelelő módon lett kódolva. Ezért üres válasz esetén a rögzítés nem folytatható, csak a modul törlése után.

⁵ A „Szeged Studies” kérdőíves felmérésnél a Szegedi Tudományegyetem Szociológia Tanszéke ezt a módszert alkalmazza.

Adatelemzés

A rögzítés és az adattisztítás után gyakorlatilag minden készen áll arra, hogy hozzákezdjünk az elemzéshez, melynek érdekében az egész adatgyűjtés és -feldolgozás történt. Az adatok elemzése során összefüggéseket, összefüggésrendszereket tárunk fel, és igazoljuk azokat, ellenőrizzük feltételezéseinket, és következtetéseket vonunk le a vizsgált alapsokaságra vonatkozóan.

Adatelemzést végezhetünk:

- Egyváltozós elemzéssel, amely az esetek egyetlen változó szerinti leírását jelenti, vagyis a változót alkotó attribútumok gyakorisági megoszlását vizsgáljuk. Az egyváltozós elemzés célja a leírás.
- Két- vagy többváltozós elemzéssel, mely már nem csupán a leírásra, hanem a változók empirikus összefüggéseinek vizsgálatára is alkalmas.

Az adatelemzési technikák megfelelő használatáról bőséges szakirodalom áll rendelkezésre magyar nyelven is; az első kötet ajánlott irodalmi közül a témához elsősorban Moksony Ferenc (1999) *Gondolatok és adatok*, valamint Székelyi Mária és Barna Ildikó (2002) *Túlélőkészlet az SPSS-bez* című könyvét javasoljuk az olvasó figyelmébe.

III. 2. INTERPRETÁCIÓ

Amennyiben jól átgondolt és pontosan kidolgozott kutatási tervvel vágunk bele az adatgyűjtésbe, az adatbázisunkban szereplő minden egyes változót ki tudjuk, és ki is kell valamilyen elemzési módszerrel értékelnünk. Ez gyakorlatilag azt jelenti, hogy a kérdőívben szerepeltetett összes kérdés relevánsnak bizonyult a kutatási témánk szempontjából, vagyis jól dolgoztunk a kutatás minden fázisában.

Kutatási eredmények interpretációja során az alábbiakra törekedjünk:

- Csak a lényeges összefüggéseket interpretáljuk.
- 100 esetszám alatt ne százalékban adjuk meg az eredményeket. Erre akkor is ügyeljünk, ha a mintánk elemszáma egyébként nagy, de valamely szempont szerinti bontásos elemzést végeztünk. Ilyenkor az egyes csoportok elemszámai jelentősen lecsökkenhetnek.
- Ha az adatokat százalékban jelenítjük meg, minden esetben tüntessük fel az elemszámot is.
- Ha valamely két vagy több változó között szignifikáns kapcsolatot találunk, ne elégedjünk meg ennek leírásával, jelenítsük meg az adott változók értékeit is.

588 TELEPÜLÉSKUTATÁS – V. INTERJÚ, KÉRDŐÍV ÉS ADATBÁZISOK GYŰJTÉSE – TEREPEN

- Az eredményeket grafikonokkal, diagramokkal szemléltessük a szövegtörzsben, de minden elemzés legyen megtalálható táblázatos formában is a mellékletek között.
- Mindig olyan grafikon- ill. diagram-formátumot válasszunk, amely a legjobban és legerőteljebben szemlélteti az adott eredményeket a laikus olvasó számára is.
- Grafikonok ill. diagramok készítésénél ne takarékoskodjunk a helyvel, és minden esetben *jól láthatóan* szerepeljenek az értékek és címkek is az ábrákon.

IRODALOM:

- BABBIE, EARL 1965 (1996, 2003 stb.): *A társadalomtudományi kutatás gyakorlata*. Budapest: Balassi Kiadó.
- BAKER, REGINALD P. 1998: The CASIC future. In Couper, Mick P., Baker, Reginald P., Bethlehem, Jelke, Clark, Cynthia Z. F., Martin, Jean, Nicholls, William L. és O'Reilly, James M. (eds.): *Computer assisted survey information collection*. New York, NY: John Wiley & Sons.
- BOWKER, DENIS ÉS DON DILLMAN 2000: An Experimental Evaluation of Left and Right Oriented Screens for Web Questionaries. Presentation to Annual Meeting of the *American Association for Public Opinion Research*, Portland, Oregon. Kézirat.
<http://survey.sesrc.wsu.edu/dillman/papers/AAPORpaper00.pdf>
- COOMBER, ROSS 1997: Using the internet for Survey Research. *Sociological Research Online*, vol. 2, no. 2.
<http://www.socreson-line.org.uk/socreson-line/2/2/2.html>
- COUPER, MICK P. 2002: *New Technologies and Survey Data Collection: Challenges and Opportunities*. Invited paper presented at the International Conference on Improving Surveys, Copenhagen.
http://www.icis.dk/ICIS_papers/Keynote1_0_3.pdf
- DELEEUW, EDITH ÉS WILLIAM NICHOLLS 1996: Technological Innovations in Data Collection: Acceptance, Data Quality and Costs. *Sociological Research Online*, vol. 1, no. 4.
www.socreson-line.org.uk/socresonline/1/4/leeuw.html
- GIBSON, RACHEL ÉS IAN McALLISTER 2002: *The Future of National Election Surveys? Evaluating Online Election Survey in Australia*. Paper presented at the Annual Meeting of the American Political Science Association.
<http://apsaproceedings.cup.org/Site/papers/040/040001GibsonRach.pdf>

- GREEN, MELANIE C., JOHN A. KROSNICK ÉS ALLYSON L. HOLBROOK 2001: *The Survey Response Process in Telephone and Face-to-Face Surveys: Differences in Respondent Satisficing and Social Desirability Response Bias*.
www.psy.ohio-state.edu/social/tch62a.pdf
- KIESLER, SARA ÉS LEE S. SPROULL 1986: Response effects in the electronic survey. *Public Opinion Quarterly* 50: 402–413.
- MANFREDA, KATJA LOZAR ÉS VAJSA VEHOVAR 2002: Do Mail and Web Surveys Provide Same Results? *Development in Social Science Methodology. Metodoloski zvezki, 18, Ljubljana: FDV, 2002*.
<http://rvar.fdv.uni-lj.si/pub/mz/mz18/lozar1.pdf>
- MCGLOTHLIN, JOHN 2001: *Council for Accreditation of Counseling and Related Educational Programs: An evaluation of the perceived benefit of core curriculum standards to professional practice*. Digital Dissertations International.
- MOKSONY FERENC 1999: *Gondolatok és adatok. Társadalomtudományi elméletek empirikus ellenőrzése*. Budapest: Osiris Kiadó
- NATHAN, GAD 2001: Telesurvey Methodologies for Household Surveys – A Review and Some Thoughts for the Future. *Survey Methodology*, 27, 7–31.
<http://pluto.mscc.huji.ac.il/~gad/telesurvey6.doc>
- PÉTER LÁSZLÓ 2002: *A közvélemény szociológiája*. Csíkszereda: Alutus Kiadó.
- SCIPIONE, PAUL A. 1992 (1994): *A piackutatás gyakorlata*. Budapest: Springer Hungarica Kiadó Kft.
- SCHAEFER, DAVID R. ÉS DON A. DILLMAN 1998: Development of standrad e-mail methodology: Results of an experiment. *Public Opinion Quarterly*. 3/62: 378–390.
- SHEEHAN, KIM BARTEL ÉS MARIA GRUBBS HOY 1999: Using E-mail to Survey internet Users in the United States: Methodology and Assesment. *Journal of Computer Mediated Communication*, 4, 3.
<http://www.ascusc.org/jcmc/vol4/issue3/sheehan.html>
- SHEEHAN, KIM BARTEL ÉS SALLY J. MCMILLAN 1999: Response variation in e-mail surveys: An exploration. *Journal of Advertising Research*, 39/4: 45–54.
- SHEEHAN, KIM 2001: E-mail Surveys Response Rates: A Review. *JMC*, 6/2: január.
- SPROULL, LEE S. 1986: Using electronic mail for data collection in organizational research. *Academy of Management Journal*, 29 (1), 156–169.
- SZÉKELYI MÁRIA ÉS BARNA ILDIKÓ 2002: *Tűléőkészlet az SPSS-bez. Többváltozós elemzési technikákról társadalomkutatók számára*. Budapest: Typotex Kiadó.



590 TELEPÜLÉSKUTATÁS – V. INTERJÚ, KÉRDŐÍV ÉS ADATBÁZISOK GYŰJTÉSE – TEREPEN

TARJÁNYI JÓZSEF 1995: Módszertani problémák a telefonos közvélemény-kutatásokban. *Replika* 19–20.

www.c3.hu/scripta/scripta0/replika/honlap/1920/13tar.htm

WATT, JAMES H. 1999: Internet systems for evaluation research. In: Kim Sheehan 2001: E-mail Survey Response Rates: A Review. *JCMC*, 6/2.

<http://writing.colostate.edu/references/research/survey/com2d3.cfm>

