

## Επιτόπια Έρευνα και Ερωτηματολόγια

### 4.1. ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Όπως αναφέρθηκε και στο προηγούμενο κεφάλαιο, η εύρεση κατάλληλων στοιχείων από **δευτερογενείς** πηγές δεν είναι πάντοτε δυνατή. Δηλαδή, υπάρχουν πολλές περιπτώσεις που οι ανάγκες μιας μελέτης μπορούν να ικανοποιηθούν μόνο με τη συλλογή **πρωτογενών** στοιχείων. Έτσι, παρόλη την ευκολία που προσφέρει η χρήση δευτερογενών στοιχείων, κάθε μελετητής, κάποια στιγμή, σε κάποια από τις μελέτες του θα υποχρεωθεί να συλλέξει μόνος του τα στοιχεία που χρειάζεται. Η ύπαρξη αυτής ακριβώς της ανάγκης, αποτελεί και το βασικό λόγο που το κεφάλαιο αυτό συμπεριλαμβάνεται σ' ένα βιβλίο **ανάλυσης χώρου**.

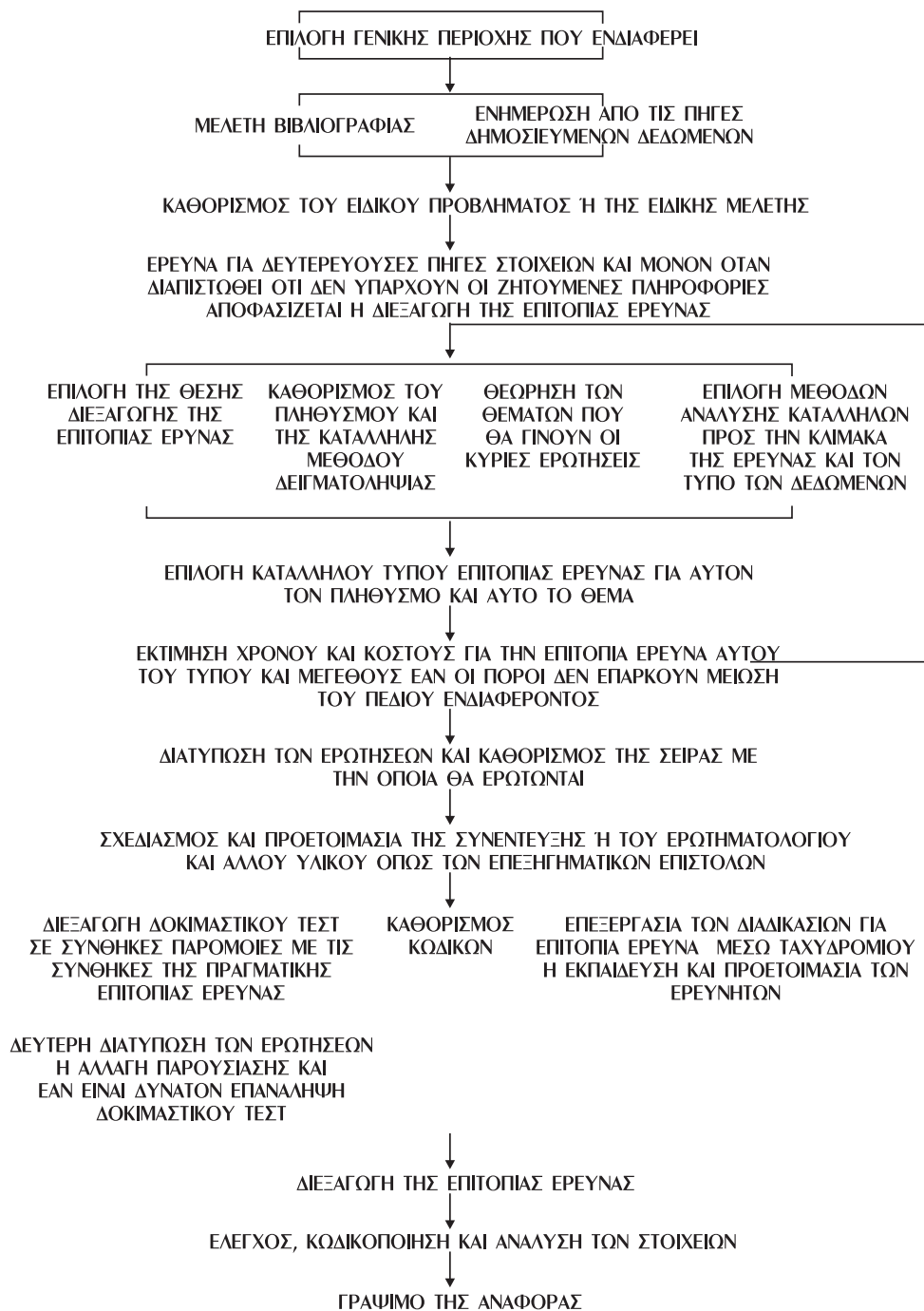
Ο κλασικότερος τρόπος απόκτησης πρωτογενών στοιχείων είναι μέσα από μια **επιτόπια έρευνα** που αποτελεί ένα κοινότατο επιστημονικό εργαλείο με σκοπό τη συλλογή, μέσα από τις απαντήσεις ορισμένων ερωτημάτων, πληροφοριών που με τη σειρά τους βοηθούν στην επίλυση κάποιου προβλήματος. Δηλαδή, η διεξαγωγή μιας επιτόπιας έρευνας είναι ένας θεμελιώδης τρόπος απόκτησης γνώσης και πιο συγκεκριμένα εμπειρικής γνώσης, που είναι ένα πολύτιμο εφόδιο για κάθε μελέτη. Γιατί, όπως είναι γνωστό, μόνο μέσα από τέτοια γνώση είναι δυνατή η μελέτη και ο σχεδιασμός με ασφάλεια ενός καλύτερου περιβάλλοντος για τον άνθρωπο.

Για να δικαιολογήσει, όμως, ένας μελετητής την εφαρμογή ενός σχεδίου που βασίζεται σε τέτοια πρωτογενή γνώση, πρέπει αυτό να πληροί δύο βασικές συνθήκες. Πρώτο, να μπορεί με απόλυτη βεβαιότητα να **τεκμηριώνει** και να **υπερασπίζεται** τον τρόπο που συνέλεξε τα στοιχεία του, γεγονός που προϋποθέτει ότι ξέρει τι κάνει, δηλαδή ότι έχει τη γνώση που απαιτείται για τη συλλογή πρωτογενών στοιχείων (*προς αυτή την κατεύθυνση αποβλέπει και το κεφάλαιο αυτό*). Δεύτερο, η ίδια τη γνώση πρέπει να είναι **παραδεκτή** από όλους και πάνω από κάθε υποψία. Δηλαδή, τα στοιχεία που συλλέγει ένας μελετητής, με κανένα τρόπο δεν πρέπει να εκφράζουν ή να αντανακλούν τις προδιαθέσεις και τις γνώμες του. Πολλοί μελετητές συλλέγουν απαντήσεις που θέλουν ή ελπίζουν να ακούσουν.

Είναι γεγονός ότι κάθε ερευνητής έχει τις δικές του απόψεις και πεποιθήσεις και επομένως καθένας αναγνωρίζει ή οφείλει να αναγνωρίζει τη μεροληπτικότητά του. Η αλήθεια αυτή και η εξομολόγησή της, όμως, δεν είναι από μόνα τους αρκετά στοιχεία. Υπάρχει, δηλαδή, αναντίρρητη η ανάγκη οι προσωπικές προτιμήσεις και επιθυμίες να μην υπεισέρχονται και να μην εμποδίζουν τη διαδικασία συλλογής στοιχείων. Σε ιδανικές συνθήκες, ο μελετητής μπορεί να θεωρηθεί σαν μια φωτογραφική μηχανή, της οποίας το φιλμ είναι καθαρό από άλλες εικόνες και δεν έχει εκτεθεί στο φως. Αλλά οι φωτογραφίες δεν λαμβάνονται από μόνες τους. Η κατεύθυνση από την οποία θα γίνει η λήψη, ο φωτισμός του αντικειμένου, η εστίασή του και φυσικά η ποιότητα των φακών και του διαφράγματος, όλα αυτά επηρεάζουν την ποιότητα της φωτογραφίας, τη διαύγιά της, τις χρωματικές και φωτιστικές αντιθέσεις της και γενικά τη σύνθεση και την αξία της. Ανάλογη είναι και η συνεισφορά και αξία της γνώμης και των εμπειριών του μελετητή σε κάθε επιτόπια έρευνα. Συγκεκριμένα, τα προσωπικά χαρακτηριστικά του μελετητή παίζουν αποφασιστικό ρόλο στη διαμόρφωση και εστίαση του ερωτηματολογίου αλλά και στη συνολική συμβολή της επιτόπιας έρευνας.

Όπως αναφέρθηκε και προηγουμένως, κάθε επιτόπια έρευνα έχει ως σκοπό να απαντήσει σε ορισμένα ερωτήματα που με τη σειρά τους θα βοηθήσουν την επίλυση κάποιου προβλήματος. Για να τεθούν σωστά και χρήσιμα ερωτήματα, όμως, απαραίτητη προϋπόθεση είναι ο όσο το δυνατόν σαφέστερος καθορισμός του προβλήματος. Για παράδειγμα, το πρόβλημα «**ενοικιάσεις**» είναι κάπως γενικό και αόριστο, ενώ το πρόβλημα «**ενοικιάσεις κατοικίας από τους μισθοσυντήρητους της περιοχής Αθηνών**» είναι ακριβέστερα καθορισμένο. Γιατί, μια τέτοια τοποθέτηση του προβλήματος επιτρέπει το σαφή καθορισμό του πληθυσμού που συνδέεται με το πρόβλημα (που στο παραπάνω παράδειγμα είναι οι μισθοσυντήρητοι), καθώς και τα ακριβή όρια της περιοχής μελέτης (Αθήνα), που με τη σειρά τους καθορίζουν τη διαδικασία της επιτόπιας έρευνας και το ερωτηματολόγιο.

Γενικά, υπάρχει μια καθολικά παραδεκτή σειρά ενεργειών που πρέπει να ακολουθείται σε κάθε επιτόπια έρευνα (Πίνακας 4.1). Επομένως, πριν ξεκινήσει μια επιτόπια έρευνα, πρέπει να έχουν σχεδιασθεί όλα τα βήματά της από την αρχική διατύπωση του προβλήματος μέχρι τη διεξαγωγή της έρευνας και την καταγραφή των συμπερασμάτων.



**Πίνακας 4.1:** Διαδικασία Επιτόπιας Έρευνας

Πηγή: Dixon C. and Leach B. *Questionnaires and Interviews in Geographical Research* 1978

Η πρώτη βασική ενέργεια σε μια επιτόπια έρευνα είναι μια εκτεταμένη ανασκόπηση της βιβλιογραφίας, η οποία δημιουργεί τη βάση πάνω στην οποία πρέπει να στηρίζεται μια επιτυχημένη επιτόπια έρευνα. Η εξέταση της ερευνητικής προσπάθειας άλλων μελετητών αποφέρει μια σειρά από ευεργετήματα που είναι καταστροφικό να αγνοούνται. Συγκεκριμένα, η μελέτη της βιβλιογραφίας μπορεί να αποκαλύψει ένα μεγάλο όγκο πληροφοριών και άγνωστες πτυχές του προβλήματος που ερευνάται, στοιχεία τα οποία μπορεί να οδηγήσουν το μελετητή στην αλλαγή της έμφασης ή της κατεύθυνσης της μελέτης. Ακόμη, ύστερα από προσεκτική μελέτη της βιβλιογραφίας, ο μελετητής είναι σίγουρο ότι θα έχει καλύτερη κατανόηση του προβλήματος, πράγμα που θα του επιτρέψει να βελτιώσει το ερωτηματολόγιο και να κάνει τα στοιχεία που θα συλλέξει, περισσότερο χρήσιμα. Τέλος, με το να προσπαθεί ο μελετητής να ακολουθήσει διαδικασίες ανάλογες με αυτές που έχουν εφαρμοστεί με επιτυχία αλλού, δημιουργείται μεγαλύτερη εμπιστοσύνη στα αποτελέσματα της μελέτης.

Το δεύτερο βασικό στάδιο κατά την προετοιμασία μιας έρευνας είναι ένα σύνολο επιλογών οι οποίες σχετίζονται με το χώρο και τον τρόπο που πρέπει να γίνει η εργασία υπαίθρου. Συγκεκριμένα, αποφάσεις για την περιοχή μελέτης, το δειγματοληπτικό υπόβαθρο και το μέγεθος και είδος του δείγματος, πρέπει να ληφθούν με βάση τους στόχους της μελέτης, τα διαθέσιμα χρήματα, το διαθέσιμο χρόνο και την επιθυμητή ακρίβεια του δείγματος. Επειδή η σημαντική αυτή διαδικασία είναι πολύπλευρη και πολύπλοκη, απαιτεί μια πιο επισταμένη εξέταση, με αποτέλεσμα να αποτελεί το αντικείμενο του επόμενου κεφαλαίου όπου και αναπτύσσεται με περισσότερη λεπτομέρεια.

Πρέπει να σημειωθεί, όμως, ότι η επιτόπια έρευνα, ένα ανεκτίμητο εργαλείο στα χέρια των μελετητών, αξίζει να έχει την κατάλληλη μεταχείριση. Δηλαδή, τα εργαλεία είναι σχεδιασμένα για συγκεκριμένες δουλειές. Ένας καλός ξυλουργός ποτέ δεν θα χρησιμοποιήσει το σφυρί, όταν χρειάζεται το πριόνι. Η δουλειά θα γίνει καλύτερα με το κατάλληλο εργαλείο και θα αποφευχθεί η καταστροφή ενός άλλου εξίσου πολύτιμου εργαλείου. Ανάλογη πρέπει να είναι και η αντιμετώπιση της επιτόπιας έρευνας. Δηλαδή, η επιτόπια έρευνα αποτελεί ένα φάσμα τεχνικών συλλογής στοιχείων, από το οποίο κάθε φορά επιλέγουμε ένα συγκεκριμένο τρόπο που είναι ο πιο κατάλληλος για το πρόβλημα και τις συνθήκες που επικρατούν. Η επιλογή της κατάλληλης τεχνικής είναι το επόμενο στάδιο της επιτόπιας έρευνας και εξετάζεται παρακάτω.

## 4.2. ΕΠΙΛΟΓΗ ΤΕΧΝΙΚΗΣ

Η επιτόπια έρευνα μπορεί να πάρει δύο βασικές μορφές, δηλαδή να διεκπεραιωθεί με δύο μεθοδολογίες. Η πρώτη μορφή είναι η **συνέντευξη** και αφορά στην επιλογή ενός ειδικά εκπαιδευμένου ατόμου που κάνει τις ερωτήσεις και συμπληρώνει το ερωτηματολόγιο, ενώ η δεύτερη μορφή αναφέρεται στη συμπλήρωση του **ερωτηματολογίου**, από τον ίδιο τον ερωτώμενο. Στην τελευταία περίπτωση το ερωτηματολόγιο μπορεί να αποσταλεί στον απογραφόμενο ταχυδρομικά ή να μοιραστεί και να συλλεγεί από κάποιον απογραφέα διαμορφώνοντας ουσιαστικά τρεις κατηγορίες επιτόπιας έρευνας

Μολονότι ο αντικειμενικός σκοπός των διαφόρων προσεγγίσεων στην επιτόπια έρευνα είναι κοινός, εντούτοις υπάρχουν βασικές διαφορές μεταξύ τους (*Πίνακας 4.2*). Το αποτέλεσμα, σε ένα πολύ αρχικό στάδιο κάθε επιτόπιας έρευνας πρέπει να είναι η απόφαση για την προσέγγιση που πρέπει να ακολουθηθεί. Η επιλογή αυτή εξαρτάται κατά κύριο λόγο από τα χαρακτηριστικά του πληθυσμού, το μέγεθος του δείγματος που πρόκειται να ληφθεί και τους πόρους που διατίθενται για την έρευνα. Συγκεκριμένα, πρέπει να εξετασθούν για την τελική επιλογή της κατάλληλης τεχνικής, οι παρακάτω παράγοντες.

### 4.2.1. Περιεχόμενο

Ερωτηματολόγιο που συμπληρώνεται από τον ερωτώμενο χρησιμοποιείται μόνον όταν έχει απλή δομή και δεν περιέχει ερωτήσεις που χρειάζονται επεξηγήσεις ή οδηγίες. Αντίθετα, στην περίπτωση που συμπληρωματικές ερωτήσεις ακολουθούν μια πρώτη ερώτηση ή όπου οι οδηγίες είναι περίπλοκες και απαιτείται μια σειρά ερωτήσεων ή όταν οι απαντήσεις πρέπει να δοθούν από ένα συγκεκριμένο πρόσωπο, καταλληλότερη είναι η χρήση της συνέντευξης. Η επιλογή της κατάλληλης τεχνικής είναι αρκετά δύσκολη, ιδιαίτερα όταν αναφέρεται σε ερωτήσεις που είναι προσωπικές, δηλαδή αφορούν τη συμπεριφορά, τις συνήθειες, το εισόδημα και γενικά λεπτομέρειες της ιδιωτικής ζωής ενός προσώπου ή της οικογένειάς του. Σε τέτοιου είδους ερωτήσεις οι ερωτώμενοι είναι πολύ επιφυλακτικοί και δεν μπορεί να πει κανείς ποια από τις δυο τεχνικές είναι πιο κατάλληλη. Άλλοι άνθρωποι προτιμούν να δίνουν συνέντευξη και άλλοι να συμπληρώνουν μόνοι τους κάποιο ερωτηματολόγιο.

	ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗ	ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ ΠΟΥ ΠΑΡΑΔΙΝΕΤΑΙ ΚΑΙ ΣΥΛΛΕΓΕΤΑΙ ΑΠΟ ΤΟΝ ΑΠΟΓΡΑΦΕΑ	ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ ΠΟΥ ΣΤΕΛΝΕΤΑΙ ΤΑΧΥΔΡΟΜΙΚΑ
ΚΑΤΑΛΛΗΛΟΣ ΠΛΗΘΥΣΜΟΣ	ΟΠΟΙΟΣΔΗΠΟΤΕ	ΟΠΟΙΟΣΔΗΠΟΤΕ	ΚΑΛΛΙΕΡΓΗΜΕΝΑ ΑΤΟΜΑ Ή ΕΤΑΙΡΕΙΕΣ ΠΟΥ ΕΙΝΑΙ ΓΝΩΣΤΗ Η ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ ΤΟΥΣ
ΠΙΘΑΝΗ ΧΡΟΝΙΚΗ ΔΙΑΡΚΕΙΑ	ΕΞΑΡΤΑΤΑΙ ΑΠΟ ΤΟΝ ΤΟΠΟ ΠΟΥ ΛΑΜΒΑΝΕΤΑΙ Η ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗ	ΑΠΟ 5 – 3 ΛΕΠΤΑ	
ΡΥΘΜΟΣ ΑΠΟΚΡΙΣΗΣ	ΨΗΛΟΣ, ΤΟΥΛΑΧΙΣΤΟΝ 70%	ΣΧΕΤΙΚΑ ΨΗΛΟΣ	ΕΝΤΟΝΑ ΚΥΜΑΙΝΟΜΕΝΟΣ
ΔΙΑΣΠΟΡΑ ΔΕΙΓΜΑΤΟΣ	ΕΞΑΡΤΑΤΑΙ ΑΠΟ ΤΟ ΜΕΓΕΘΟΣ ΤΟΥ ΠΛΗΘΥΣΜΟΥ ΑΛΛΑ ΔΕΝ ΜΠΟΡΕΙ ΝΑ ΕΧΕΙ ΜΕΓΑΛΗ ΔΙΑΣΠΟΡΑ	ΠΟΛΥ ΜΕΓΑΛΗ ΔΙΑΣΠΟΡΑ	
ΧΡΟΝΟΣ ΣΥΜΠΛΗΡΩΣΗΣ ΕΠΙΤΟΠΙΑΣ ΕΡΕΥΝΑΣ	ΕΞΑΡΤΑΤΑΙ ΑΠΟ ΤΟ ΜΕΓΕΘΟΣ ΤΟΥ ΔΕΙΓΜΑΤΟΣ ΚΑΙ ΤΟΝ ΑΡΙΘΜΟ ΤΩΝ ΑΠΟΓΡΑΦΕΩΝ	4 – 8 ΕΒΔΟΜΑΔΕΣ ΑΠΟ ΤΗΝ ΠΡΩΤΗ ΑΠΟΣΤΟΛΗ	
ΚΥΡΙΟ ΚΟΣΤΟΣ	ΜΙΣΘΟΙ ΚΑΙ ΜΕΤΑΚΙΝΗΣΕΙΣ ΑΠΟΓΡΑΦΕΩΝ, ΠΑΓΙΑ ΕΞΟΔΑ	ΤΑΧΥΔΡΟΜΙΚΑ ΕΞΟΔΑ – ΧΡΟΝΟΣ	
ΠΙΘΑΝΟΤΗΤΑ ΝΑ ΑΠΑΝΤΗΣΕΙ Ο ΚΑΤΑΛΛΗΛΟΣ ΑΠΟΓΡΑΦΟΜΕΝΟΣ	ΜΕΓΑΛΗ	ΜΙΚΡΗ, ΑΛΛΑ ΜΠΟΡΕΙ ΝΑ ΕΛΕΓΧΘΕΙ. ΚΑΤΑ ΤΗΝ ΣΥΛΛΟΓΗ	ΜΙΚΡΗ
ΑΡΙΘΜΟΣ ΑΠΟΓΡΑΦΟΜΕΝΩΝ ΠΟΥ ΑΝΤΙΣΤΟΙΧΕΙ ΣΕ ΚΑΘΕ ΑΠΟΓΡΑΦΕΑ	30 – 50	200 – 300	300 – 500
ΕΙΔΟΣ ΕΡΩΤΗΣΕΩΝ	ΑΝΟΙΚΤΕΣ ΚΑΙ ΚΛΕΙΣΤΕΣ	ΚΛΕΙΣΤΕΣ ΚΥΡΙΩΣ ΟΡΙΣΜΕΝΕΣ ΑΝΟΙΚΤΕΣ	ΚΛΕΙΣΤΕΣ ΜΟΝΟ

*Πίνακας 4.2: Κύρια Χαρακτηριστικά των Τεχνικών Επιτόπιας Έρευνας*

#### 4.2.2. Δείγμα

Στις επιτόπιες έρευνες που γίνονται στο δρόμο ή αφορούν τους χρήστες μιας υπηρεσίας, η τεχνική της συνέντευξης είναι απαραίτητη. Επίσης η συνέντευξη πρέπει να προτιμάται, όταν το επίπεδο εκπαίδευσης του πληθυσμού είναι χαμηλό, όταν ο πληθυσμός αποτελείται από πολυάσχολα άτομα και τέλος σε περιπτώσεις που παρατηρούνται έντονες μετακινήσεις του πληθυσμού.

#### 4.2.3. Ανταπόκριση

Η διεθνής βιβλιογραφία έχει δείξει ότι, όταν για την επιτόπια έρευνα χρησιμοποιείται η συνέντευξη, πάνω από το 70% των ερωτώμενων απαντούν στις ερωτήσεις, ενώ στην περίπτωση που αποστέλλεται ερωτηματολόγιο και αναμένεται η απάντηση ταχυδρομικώς, τα ποσοστά συμμετοχής κυμαίνονται γύρω στο 10%. Σε

περιπτώσεις, όμως, που η έρευνα προκαλεί μεγάλο ενδιαφέρον στους ερωτώμενους, η βιβλιογραφία δείχνει ποσοστά μέχρι και 90%. Επομένως, κατά την επιλογή της τεχνικής πρέπει να λαμβάνεται υπόψη το ποσοστό απόκρισης, που ποικίλλει σημαντικά για τις δύο τεχνικές.

#### 4.2.4. Διασπορά

Όταν ο πληθυσμός που μελετάται είναι διεσπαρμένος σε μεγάλη έκταση, τότε τα ερωτηματολόγια που στέλνονται ταχυδρομικά είναι ο πιο κατάλληλος τρόπος. Σε περιπτώσεις, όμως, που ο πληθυσμός είναι συμπαγής ή ομαδοποιημένος, επειδή η παραπάνω μέθοδος έχει έντονα κυμαινόμενη απόκριση, πρέπει να προτιμάται η επίδοση και συλλογή του ερωτηματολογίου ιδιοχείρως από έναν απογραφέα. Η μέθοδος αυτή, της ιδιοχείρης επίδοσης και συλλογής ερωτηματολογίου, αν και δεν φέρνει σε προσωπική επαφή απογραφέα και απογραφόμενο και επομένως δεν είναι δαπανηρή και χρονοβόρα, βοηθά στην καλύτερη απόκριση. Επιπλέον, ο απογραφέας κατά την επίδοση του ερωτηματολογίου μπορεί να δώσει διευκρινίσεις για το σκοπό της έρευνας ή να υποδείξει πώς συμπληρώνεται το ερωτηματολόγιο, βοηθώντας σημαντικά, με τον τρόπο αυτό, την αξιοπιστία των απαντήσεων.

#### 4.2.5. Πόροι

Όταν δεν υπάρχουν λόγοι που να συνηγορούν για τη χρήση της μιας ή της άλλης μεθόδου, τότε λαμβάνεται υπόψη το κόστος της έρευνας. Επειδή η συνέντευξη είναι δαπανηρότερη από το ερωτηματολόγιο, μια και εκτός των άλλων υπάρχουν και έξοδα πληρωμής των απογραφέων, πρέπει σε αυτές τις περιπτώσεις να προτιμάται το ερωτηματολόγιο.

### 4.3. ΟΙ ΕΡΩΤΗΣΕΙΣ ΤΟΥ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟΥ

Το πιο σημαντικό τμήμα μιας επιτόπιας έρευνας είναι οι ερωτήσεις του ερωτηματολογίου. Όλα τα άλλα που αναφέρθηκαν και θα αναφερθούν αργότερα, είναι κυρίως θέματα τεχνικά. Δηλαδή, είναι διαδικασίες που πρέπει να ακολουθηθούν για να γίνει σωστά η επιτόπια έρευνα. Έτσι μια κι ο σκοπός κάθε επιτόπιας έρευνας είναι η συλλογή στοιχείων που μπορούν να συλλεγούν μόνο μέσα από ερωτήσεις, η καταλληλότητα, η ποιότητα και η ακρίβεια αυτών των στοιχείων εξαρτάται από τη φύση των ερωτήσεων. Επομένως, το είδος των ερωτήσεων, η μορφή τους, το

περιεχόμενό τους, η σειρά τους και γενικά ο τρόπος διατύπωσής τους, είναι καθοριστικοί παράγοντες για την επιτυχία μιας επιτόπιας έρευνας.

Από τα παραπάνω φαίνεται καθαρά ότι η «καρδιά» κάθε επιτόπιας έρευνας είναι η δημιουργία του ερωτηματολογίου, που ουσιαστικά αποτελεί την αρχή μιας σειράς ενεργειών και αποφάσεων οι οποίες αναφέρονται: στη διάρκεια του ερωτηματολογίου, στο είδος των ερωτήσεων, στη μορφή των ερωτήσεων, στο περιεχόμενο των ερωτήσεων και στη σειρά με την οποία παρουσιάζονται οι ερωτήσεις.

#### 4.3.1. Διάρκεια Ερωτηματολογίου

Κατά τη διαδικασία δημιουργίας του ερωτηματολογίου η πρώτη ενέργεια που απαιτείται είναι μια συνολική ανασκόπηση όλων των περιοχών που σχετίζονται με το πρόβλημα (θέμα). Σε αυτό το στάδιο και χωρίς κανένα περιορισμό, ο ερευνητής οφείλει να γράψει καθετί που μπορεί να σκεφτεί και που θα τον ενδιέφερε να γνωρίζει. Μόνον όταν ολόκληρο το φάσμα των περιπτώσεων, που σχετίζονται με τη μελέτη, αντιμετωπιστεί, μπορεί η σπουδαιότητά του να αξιολογηθεί. Είναι σχεδόν σίγουρο ότι ο ερευνητής θα σκεφτεί περισσότερες περιοχές ενδιαφέροντος από όσες είναι δυνατόν να εξεταστούν σε μια επιτόπια έρευνα.

Γενικά, η φύση της επιτόπιας έρευνας και το κόστος της καθορίζουν το μέγεθος του ερωτηματολογίου. Επιπλέον, όμως, η αντοχή των απογραφομένων, η εμπειρία των απογραφέντων και η φύση του υπό εξέταση θέματος παίζουν εξίσου σημαντικό ρόλο.

Άτομα ειδικά εκπαιδευμένα στις συνεντεύξεις μπορούν να «κρατήσουν» μια συνέντευξη μέχρι μια ώρα, αλλά το κόστος τέτοιων συνεντεύξεων είναι απαγορευτικό. Άτομα χωρίς ειδική εκπαίδευση δεν είναι δυνατόν να «κρατήσουν» το ενδιαφέρον των απογραφομένων περισσότερο από μισή ώρα. Επομένως, πριν αρχίσει η επιτόπια έρευνα, είναι αποφασιστικής σημασίας να είναι γνωστός ο χρόνος που χρειάζεται για να συμπληρωθεί το ερωτηματολόγιο. Αν το ερωτηματολόγιο απαιτεί πολύ χρόνο, ερωτήσεις που δεν είναι τόσο αναγκαίες, πρέπει να αφαιρεθούν. Δυστυχώς δεν είναι ποτέ δυνατόν να ερωτηθούν μέσα στα πλαίσια μιας μόνο μελέτης όλες οι πτυχές του προβλήματος που είναι επιθυμητό να γίνουν γνωστές.

#### 4.3.2. Είδος των Ερωτήσεων

Κάθε ερωτηματολόγιο περιέχει, σε διαφορετική αναλογία κάθε φορά, τρία είδη ερωτήσεων που το καθένα σχετίζεται άμεσα με τα άλλα δύο. Συγκεκριμένα, οι



ερωτήσεις μπορεί να είναι: **δημογραφικές**, **γνώμης** και **γνώσεων** και ερωτήσεις που αφορούν το **θέμα** της επιτόπιας έρευνας.

**4.3.2.1. Δημογραφικές:** Οι ερωτήσεις αυτές ζητούν από τον απογραφόμενο πληροφορίες σχετικά με τα προσωπικά, κοινωνικά και λοιπά δημογραφικά χαρακτηριστικά του. Αυτές οι ερωτήσεις, επειδή έχουν ως στόχο να διαμορφώσουν μια εικόνα του ερωτώμενου, γι' αυτό αναφέρονται στην ηλικία, στο φύλο, στη μόρφωση, στο επάγγελμα, στο μέγεθος της οικογένειας, στην κατοικία κ.λπ.

Τα δημογραφικά χαρακτηριστικά χρησιμοποιούνται επιπλέον και για τον έλεγχο της αντιπροσωπευτικότητας του δείγματος (*συγκρινόμενα με τα χαρακτηριστικά ολόκληρου του πληθυσμού που ενδιαφέρει*), κυρίως όμως για να συγκριθούν οι απαντήσεις από διαφορετικές ομάδες (π.χ. *ανδρών από γυναικών και νέων από ηλικιωμένων*). Μια πολύ κοινή παραδοχή είναι ότι τα άτομα αυτών των δημογραφικών ομάδων παρουσιάζουν ομοιότητες στη συμπεριφορά τους, που διαφέρει από τη συμπεριφορά των άλλων ομάδων. Καλό είναι βέβαια οι παραδοχές αυτές να ελέγχονται με βάση τα στοιχεία της επιτόπιας έρευνας.

**4.3.2.2. Γνώμης και Γνώσεων:** Το δεύτερο είδος των ερωτήσεων έχει σχέση με τις γνώμες, τις διαθέσεις και τις γνώσεις των απογραφομένων. Οι ερωτήσεις αυτές αποτελούν το «ψυχολογικό» τμήμα του ερωτηματολογίου και αναφέρονται στα πιστεύω, στα ιδεώδη, στις παρανοήσεις και στις γνώσεις (*μια και οι γνώσεις επηρεάζουν τις διαθέσεις ενός ατόμου*) που έχει ένα άτομο για το θέμα που ερευνάται. Γενικά, ερωτήσεις γνώμης είναι εκείνες που έχουν ως στόχο να καθορίσουν πώς ένας ερωτώμενος σκέφτεται ή αισθάνεται σε μια συγκεκριμένη στιγμή γύρω από το θέμα της μελέτης. Αντίθετα οι ερωτήσεις γνώσης χρησιμοποιούνται για να βρεθεί τι γνωρίζουν οι ερωτώμενοι, πόσα γνωρίζουν και πώς συνέβη να το μάθουν.

**4.3.2.3. Φύση της Έρευνας:** Τέλος το τρίτο είδος των ερωτήσεων αναφέρεται σε χαρακτηριστικά του απογραφόμενου που σχετίζονται απόλυτα με την έρευνα. Για παράδειγμα, αν υπάρχει ενδιαφέρον για τις συγκοινωνίες, ερωτήσεις που πιθανόν να χρησιμοποιηθούν είναι: «Με τι μέσο πηγαίνετε στη δουλειά σας;» «Πόσο συχνά χρησιμοποιείτε το ΜΕΤΡΟ, όταν πηγαίνετε για ψώνια;» «Πόση ώρα απαιτείται για τη διαδρομή από το σπίτι σας στο γραφείο σας;» κ.λπ.

### 4.3.3. Μορφή των Ερωτήσεων

Η μορφή των ερωτήσεων που πρέπει να χρησιμοποιηθεί σε ένα ερωτηματολόγιο εξαρτάται από το είδος της πληροφορίας που επιζητείται. Μολονότι υπάρχει ένα ολόκληρο φάσμα διάφορων μορφών ερωτήσεων, εντούτοις δύο είναι οι βασικές μορφές: οι **ανοικτές** και οι **κλειστές** ερωτήσεις.

**4.3.3.1. Ανοικτές Ερωτήσεις:** Ανοικτές ερωτήσεις θεωρούνται οι ερωτήσεις εκείνες με τις οποίες ο απογραφόμενος παροτρύνεται να μιλήσει ελεύθερα και απεριόριστα γύρω από το θέμα που θίγει η ερώτηση. Τέτοιας μορφής ερωτήσεις χρησιμοποιούνται κυρίως, όταν γίνεται προσπάθεια να αποκαλυφθεί, για παράδειγμα, γιατί οι κάτοικοι της Κυψέλης επιμένουν να ζουν στην περιοχή αυτή, παρόλα τα προβλήματα που υπάρχουν εκεί.

Οι ανοικτές ερωτήσεις είναι ιδιαίτερα χρήσιμες όταν ο ερευνητής:

- Έχει περιορισμένη αντίληψη ως προς το είδος των απαντήσεων που μια ερώτηση πιθανόν να έχει.
- Περιμένει ένα μεγάλο φάσμα απαντήσεων.
- Ενδιαφέρεται για πληροφορίες που οι απογραφόμενοι δίνουν εθελοντικά χωρίς ιδιαίτερο ερέθισμα.
- Επιθυμεί να υπεισέλθει στις βαθύτερες διαθέσεις των απογραφομένων.

Μολονότι, οι παραπάνω χρήσεις των ανοικτών ερωτήσεων συνηγορούν για πλατιά εφαρμογή τους στις επιτόπιες έρευνες, εντούτοις υπάρχουν σοβαρά μειονεκτήματα που σχεδόν απαγορεύουν τη χρήση τους σε ερωτηματολόγια και σε μικρότερο βαθμό σε συνεντεύξεις που ενδιαφέρουν τους γεωγράφους, χωροτάκτες και άλλους μηχανικούς, με μόνη εξαίρεση τους κοινωνιολόγους. Συγκεκριμένα, οι ανοικτές ερωτήσεις:

- Είναι πολύ δύσκολες στο χειρισμό τους. Για παράδειγμα ο απογραφέας πρέπει να γράψει όλα όσα λέγονται από τον απογραφόμενο; ή μόνο τα κύρια σημεία; κι ακόμη είναι δυνατόν να γίνει τέτοια επιλογή;
- Απαιτούν πολύ χώρο στο ερωτηματολόγιο, με αποτέλεσμα να ελαττώνεται σημαντικά ο αριθμός των άλλων ερωτήσεων.
- Δημιουργούν συχνά εσφαλμένες εντυπώσεις στους ερευνητές που πιστεύουν ότι έχουν επιτυχώς αποκαλύψει πολύπλοκες ανθρώπινες διεργασίες.
- Δημιουργούν σοβαρά προβλήματα στο στάδιο της ανάλυσης, όπου ολόκληρο το φάσμα των ερωτήσεων πρέπει να συμυκνωθεί σε μερικές κατηγορίες.

- Η κατανομή των απαντήσεων στις κατηγορίες αυτές είναι όχι μόνο δύσκολη αλλά σχεδόν πάντοτε δημιουργεί παρανοήσεις.

**4.3.3.2. Κλειστές Ερωτήσεις:** Ο δεύτερος κύριος τύπος ερωτήσεων είναι οι κλειστές ή καθορισμένες. Σε αυτόν τον τύπο των ερωτήσεων μόνο ένας προκαθορισμένος αριθμός εναλλακτικών απαντήσεων παρουσιάζεται στον απογραφόμενο. Δηλαδή, η ερώτηση είναι διατυπωμένη κατά τέτοιο τρόπο, που να αναγκάζει τον ερωτώμενο να επιλέξει μεταξύ δύο ή περισσότερων εναλλακτικών απαντήσεων.

Οι κλειστές ερωτήσεις είναι εύκολες στη χρήση τους στην εργασία πεδίου, γιατί είναι κωδικοποιημένες εκ των προτέρων, με αποτέλεσμα να είναι εξίσου εύκολη και η επεξεργασία τους στο στάδιο της ανάλυσης. Συγκεκριμένα, ένας αριθμός δίνεται σε κάθε εναλλακτική απάντηση (π.χ. *ΝΑΙ=1, ΟΧΙ=2*), με αποτέλεσμα τα στοιχεία αυτά να εισάγονται εύκολα στον Η/Υ, που αργότερα τα επεξεργάζεται. Το κύριο μειονέκτημα των κλειστών ερωτήσεων είναι ότι ο μελετητής θυσιάζει ένα σημαντικό μέρος από την ένταση και έκταση της γνώσης, της διάθεσης και της συμπεριφοράς των απογραφομένων, που είναι σε τελική ανάλυση και ο αντικειμενικός σκοπός του.

Τρεις είναι οι τρόποι που μπορούν να διατυπωθούν οι ανοικτές ερωτήσεις:

- **Διχοτομικές:** Ο πιο συνήθης τρόπος είναι ο διχοτομικός, δηλαδή ερωτήσεις που παρουσιάζουν δύο δυνατές απαντήσεις (*ναι-όχι, καλός-κακός, αληθινό-ψεύτικο, σωστό-λάθος κ.λπ.*).
- **Πολλαπλές:** Ένας δεύτερος τρόπος είναι οι ερωτήσεις με πολλαπλές επιλογές. Για παράδειγμα: «Πιστεύετε ότι το καινούργιο μέτρο αποκλεισμού του κέντρου της Αθήνας είναι: 1) Πολύ καλό, 2) Σχετικά καλό, 3) Μέτριο, 4) Άσχημο, 5) Πολύ άσχημο».
- **Σταθμισμένες:** Ένας τρίτος τρόπος που χρησιμοποιείται, όταν ο βαθμός με τον οποίο ο απογραφόμενος υποστηρίζει τη γνώμη που ενδιαφέρει, είναι οι σταθμισμένες ερωτήσεις (*Παράρτημα 4.1*). Η στάθμιση αυτή μπορεί να γίνει με **κλιμακωτές απαντήσεις** (*scaled responses*), όπου ένα θέμα σταθμίζεται μέσα από μια κλίμακα που αντιπροσωπεύει τη διαφορά σπουδαιότητας μεταξύ των εναλλακτικών απαντήσεων. Στο παράδειγμα του παραρτήματος 4.1 η απάντηση «Πολύ μεγάλη» έχει μεγαλύτερο βάρος από την απάντηση «Μεγάλη». Οι κλιμακωτές απαντήσεις βοηθούν σημαντικά στην ακριβή μέτρηση της κοινής γνώμης για ένα δοσμένο θέμα.

Μια άλλη διαφοροποιημένη μορφή σταθμισμένων ερωτήσεων είναι οι **διαβαθμισμένες** ερωτήσεις (*rating scale*). Στις διαβαθμισμένες ερωτήσεις οι

απογραφόμενοι αντιμετωπίζουν μια λέξη, μια φράση ή μια δήλωση και καλούνται να δείξουν με την απάντησή τους το μέγεθος που αυτή η λέξη, φράση ή δήλωση εκφράζει τη γνώμη τους. Μια από τις πιο γνωστές τεχνικές είναι η επταδική κλίμακα γνωστή και ως **σηματική διαφοροποίηση** (*semantic differential*). Το παράδειγμα του παραρτήματος 4.1 αποτελεί εφαρμογή αυτής της τεχνικής.

Μια τελευταία παραλλαγή των σταθμισμένων ερωτήσεων είναι η μέθοδος **ιεράρχησης** (*ranking*) των θεμάτων. Στο παράδειγμα του Παραρτήματος 4.1 το ενδιαφέρον εστιάζεται στην αξιολόγηση από τον απογραφόμενο των τεσσάρων λύσεων που αναφέρονται στο πρόβλημα του «νέφους».

Τέλος υπάρχει μια σειρά από ειδικές ερωτήσεις που είναι πολύ σημαντικές και πρέπει να χρησιμοποιούνται. Τέτοιες ερωτήσεις είναι οι παρακάτω:

**4.3.3.3. Ερωτήσεις Φίλτρα:** Οι ερωτήσεις αυτές χρησιμοποιούνται για να διαπιστωθεί αν ένας απογραφόμενος ανήκει στην κατηγορία των ατόμων στα οποία απευθύνεται η ερώτηση. Για παράδειγμα, σε μελέτη που αφορά τις διακοπές, η ερώτηση: «που πήγατε διακοπές το τελευταίο καλοκαίρι;» προϋποθέτει ότι ο απογραφόμενος πήγε διακοπές. Αν δεν πήγε, μπορεί να πληγωθεί γιατί η συμπεριφορά του χαρακτηρίζεται αφύσικη ή να απαντήσει αναληθώς. Παραδείγματα ερωτήσεων «φίλτρων» για ερωτηματολόγιο και συνέντευξη δίνονται στο Παράρτημα 4.2.

**4.3.3.4. Ερωτήσεις Ελέγχου:** Οι ερωτήσεις αυτού του είδους φαίνονται, σε μια πρώτη εξέταση, σαν απλές γενικές ερωτήσεις. Στην πραγματικότητα, όμως, είναι ερωτήσεις σχεδιασμένες για να ελέγξουν την ειλικρίνεια των απογραφομένων. Για παράδειγμα, στο τέλος μιας συνέντευξης για τα μέσα συγκοινωνίας μπορεί ο απογραφόμενος να ερωτηθεί: «Αλήθεια, που είναι η στάση του λεωφορείου εδώ;» Αν δεν γνωρίζει ή δεν απαντήσει σωστά, υπάρχουν σοβαροί λόγοι αμφιβολίας για την ορθότητα των απαντήσεων του απογραφόμενου ως προς το αν χρησιμοποιεί το λεωφορείο για να πάει στη δουλειά του.

Άλλες ερωτήσεις ελέγχου είναι αυτές με τις οποίες ο απογραφόμενος ερωτάται για γεγονότα που συνέβησαν στο παρελθόν και οι απαντήσεις του δεν έχουν μεγάλη αξιοπιστία, μιας κι η μνήμη μειώνεται καθώς περνάει ο χρόνος. Ιδιαίτερα για τους γεωγράφους που ενδιαφέρονται για μετακινήσεις που συνέβησαν στο παρελθόν, το πρόβλημα αυτό είναι σημαντικό. Ένας τρόπος για να βελτιωθεί η μνήμη των απογραφομένων γι' αυτά τα γεγονότα, είναι να συσχετισθούν με άλλα περισσότερο

χαρακτηριστικά γεγονότα, όπως οι γεννήσεις των παιδιών του απογραφόμενου, ο γάμος του κ.λπ.

Ακόμη μπορούν να χρησιμοποιηθούν ορισμένες ερωτήσεις που να βοηθούν τη μνήμη του απογραφόμενου, και επιπλέον να ελέγχουν την αξιοπιστία του. Τέτοιου είδους ερωτήσεις, όμως, πρέπει να γίνονται με πολλή προσοχή ώστε ο απογραφόμενος να μην αισθανθεί ότι είναι αντικείμενο ελέγχου. Έτσι ο απογραφόμενος μπορεί να ερωτηθεί για την εντύπωση που του έκανε μια καταστροφή. Για παράδειγμα, με την ερώτηση «συμβαίνει να θυμάστε τι έγινε στην Αθήνα στις 24 Φεβρουαρίου 1981;» και για να εξεταστεί η δύναμη της μνήμης του μπορεί να ακολουθήσει η ερώτηση «μπορείτε να θυμηθείτε λεπτομέρειες τώρα;».

**4.3.3.5. Ερωτήσεις Διαχωρισμού ή Έντασης:** Αυτές οι ερωτήσεις χρησιμοποιούνται κυρίως για το χωρισμό του δείγματος σε ομάδες και την ξεχωριστή ανάλυση των απαντήσεών τους. Συνήθως, ο χωρισμός αυτός γίνεται με βάση την ένταση με την οποία οι απογραφόμενοι υποστηρίζουν μια συγκεκριμένη γνώμη. Για παράδειγμα, με βάση την ερώτηση: «Πόσο σίγουρος (η) είστε ότι τα νέα μέτρα για το νέφος θα φέρουν θετικά αποτελέσματα: πάρα πολύ; πολύ; λίγο; καθόλου;» το δείγμα χωρίζεται σε τέσσερις ομάδες και οι απαντήσεις αυτών που είναι «πάρα πολύ» σίγουροι συγκρίνονται με τις απαντήσεις αυτών που δεν είναι «καθόλου» σίγουροι.

**4.3.3.6. Δομή Ερωτήσεων:** Τέλος ένα άλλο πρόβλημα σχετικό με το είδος των ερωτήσεων, αφορά το βαθμό που οι ερωτήσεις πρέπει να είναι καθορισμένες (*structured*). Δηλαδή, πόση ελευθερία πρέπει να δίνεται στον απογραφέα για τη διατύπωση των ερωτήσεων και πόση ελευθερία πρέπει να απολαμβάνει ο απογραφόμενος για την απάντησή του. Με βάση την εμπειρία στην ελληνική πραγματικότητα (*έλλειψη επαγγελματιών απογραφέων*), πιστεύεται ότι το ερωτηματολόγιο πρέπει να περιέχει όσο γίνεται λιγότερες ανοικτές ερωτήσεις έτσι, ώστε ούτε ο απογραφέας ούτε ο απογραφόμενος να μπορούν να παρεκκλίνουν κατά βούληση από τις προθέσεις του ερευνητή, όπως εκφράζονται με μία απόλυτα καθορισμένη ερώτηση. Επομένως, όταν δεν υπάρχουν οι κατάλληλες συνθήκες, όλοι οι απογραφείς πρέπει να ερωτούν κάθε ερώτηση με τον ίδιο τρόπο και σε εξαιρετικά λίγες περιπτώσεις οι απογραφόμενοι να μπορούν να έχουν πλήρη ελευθερία στις απαντήσεις τους.

#### 4.3.4. Περιεχόμενο των Ερωτήσεων

Οι άπειροι μελετητές συνήθως πιστεύουν ότι υπάρχουν όρια σχετικά με το περιεχόμενο των ερωτήσεων, τα οποία δεν πρέπει να ξεπερνιούνται στις επιτόπιες μελέτες. Ευτυχώς, όμως, οι πραγματικοί περιορισμοί αφορούν τον **τρόπο** με τον οποίο τα διάφορα θέματα τίθενται στους απογραφόμενους. Σε ολόκληρο τον κόσμο, χιλιάδες άτομα κάθε χρόνο ερωτώνται ακόμη και για τις πιο προσωπικές τους υποθέσεις χωρίς κανένα πρόβλημα. Γενικά, οι άνθρωποι δεν ενοχλούνται ούτε διστάζουν να δώσουν πληροφορίες ή τη γνώμη τους για οποιοδήποτε θέμα, αν προσεγγιστούν σωστά.

Ο βασικός στόχος του ερωτηματολόγιου είναι να δημιουργήσει το κατάλληλο κλίμα, ώστε ακόμη και τα πιο ευαίσθητα θέματα, να αντιμετωπίζονται και να ξεπερνιούνται από τους απογραφόμενους χωρίς προβλήματα. Για να δημιουργηθεί, όμως, το κατάλληλο αυτό κλίμα που θα οδηγήσει σε μια εποικοδομητική ανταλλαγή ερωτήσεων και απαντήσεων, τρεις είναι οι βασικές περιοχές που πρέπει να προσεχτούν ιδιαίτερα: η **διατύπωση** των ερωτήσεων, η **δομή** της διατύπωσης και ο **καθορισμός** των λέξεων και των εννοιών που χρησιμοποιούνται.

**4.3.4.1. Διατύπωση:** Η διατύπωση μιας οποιασδήποτε ερώτησης μπορεί να επηρεάσει σημαντικά το είδος της απάντησης που θα προκαλέσει. Η κακή διατύπωση είναι συνήθως αποτέλεσμα της ασάφειας των ερωτήσεων, της δυσκολίας στην κατανόησή τους και της μεροληπτικότητάς τους.

- **Ασάφεια:** Μια ερώτηση χάνει την αξία της, όταν οι επιδιώξεις της δεν αναγνωρίζονται αμέσως από τους απογραφόμενους. Μολονότι είναι δύσκολο σε ένα σύντομο κεφάλαιο να δοθεί ένας πλήρης κατάλογος των χαρακτηριστικών στα οποία πρέπει να δίνεται προσοχή όταν γράφονται ερωτήσεις, εντούτοις μπορούν να αναφερθούν τα παρακάτω: Κάθε ερώτηση πρέπει να είναι **πλήρης**. Για παράδειγμα, η ερώτηση: «Ψηφίσατε στις εκλογές;» δεν είναι σαφές αν αφορά τις δημοτικές ή τις βουλευτικές εκλογές. Ακόμη κάθε ερώτηση πρέπει να είναι **ακριβής**. Για παράδειγμα, η ερώτηση: «Πόσοι από την γύρω περιοχή χρησιμοποιούν το λεωφορείο;» δεν είναι ακριβής, αφού σαν «γύρω περιοχή» μπορεί να θεωρηθεί, το τετράγωνο, η γειτονιά ή η ευρύτερη περιοχή που μένει ο απογραφόμενος. Τέλος οι ερωτήσεις πρέπει να είναι **χρονικά προσδιορισμένες**. Η χρήση λέξεων όπως **συνήθως**, **συχνά**, **τακτικά**

κ.λπ δημιουργεί σοβαρά προβλήματα. Για παράδειγμα, αντί για την ερώτηση: «Διαβάζετε τακτικά στις εφημερίδες τα μέτρα για το νέφος;», είναι φρονιμότερο να χρησιμοποιηθεί η ερώτηση: «Διαβάσατε χθες στις εφημερίδες τα μέτρα για το νέφος;»

- **Δυσκολίες στην Κατανόηση:** Λέξεις που σχετίζονται με θέματα και αντικείμενα έξω από την εμπειρία των απογραφόμενων ανοίγουν σίγουρα το δρόμο για αποτυχία. Γενικά, είναι άωφο να γίνονται ερωτήσεις που ο απογραφόμενος δεν είναι σε θέση να απαντήσει. Αν πιεσθεί, είναι πολύ πιθανό να δώσει απαντήσεις φανταστικές που είναι άχρηστες για την έρευνα. Ακόμη, η πείρα έχει δείξει ότι πολλοί άνθρωποι θα εκφέρουν γνώμη για πράγματα και καταστάσεις που δεν γνωρίζουν, αν ερωτηθούν γι' αυτά με τέτοιο τρόπο που να δείχνει ότι έπρεπε να τα γνωρίζουν.
- **Μεροληπτικότητα:** Όσον αφορά τη μεροληπτικότητα των ερωτήσεων, η ατμόσφαιρα μέσα στην οποία γίνονται οι ερωτήσεις πρέπει να είναι ουδέτερη. Μια ερώτηση είναι μεροληπτική αν κάτι στην ερώτηση δίνει την εντύπωση στον απογραφόμενο ότι ο μελετητής επιθυμεί να λάβει μια συγκεκριμένη από τις εναλλακτικές, απάντηση.

Για να αποφευχθούν οι περιπτώσεις που ο απογραφόμενος δεν δίνει σωστές απαντήσεις, αλλά απαντήσεις που κατά την άποψή του επιθυμεί ο απογραφέας, ο τελευταίος πρέπει να είναι και κυρίως να φαίνεται, ουδέτερος. Δηλαδή, ο απογραφέας οφείλει να περιορίζεται στο αντικείμενο της έρευνας και να αποφεύγει να εκφράζει την άποψή του για το θέμα, εξηγώντας στον απογραφόμενο ότι δεν θέλει να επηρεάσει την απάντησή του.

**4.3.4.2. Τρόπος Διατύπωσης:** Ο τρόπος διατύπωσης των ερωτήσεων παίζει πολύ σημαντικό ρόλο στη δημιουργία του κατάλληλου κλίματος για μια πετυχημένη επιτόπια έρευνα. Επιπλέον, όμως, η διατύπωση των ερωτήσεων πρέπει να είναι τέτοια ώστε να εκφράζει αυτό που ο ερευνητής θέλει. Επομένως, σκοπός κάθε ερωτηματολόγιου πρέπει να είναι οι απογραφόμενοι να ερωτώνται τις ίδιες ερωτήσεις, με τον ίδιο ακριβώς τρόπο, όμοια διατυπωμένες.

Καταλληλότερες είναι οι σύντομες ερωτήσεις που αποφεύγουν τους τεχνικούς όρους. Η ασάφεια περιορίζεται σημαντικά αν, αντί για μια μεγάλη πρόταση, χρησιμοποιούνται περισσότερες μικρές. Για παράδειγμα, η ερώτηση: «από πόσο μακριά έχετε έλθει και πόσο χρόνο κάνατε για να έλθετε εδώ;» μπορεί να «σπάσει» σε

δύο ερωτήσεις, αναφερόμενες στον τόπο και το χρόνο του ταξιδιού. Επιπλέον το «σπάσιμο» αυτό βοηθά και στην καταγραφή των απαντήσεων.

Ακόμη πρέπει να αποφεύγονται οι διπλές αρνήσεις. Για παράδειγμα, η ερώτηση: «συμφωνείτε ή δεν συμφωνείτε με την άποψη ότι δεν πρέπει όλα τα αυτοκίνητα ιδιωτικής χρήσεως να κυκλοφορούν το σαββατοκύριακο;» καθώς και η απάντηση «Ναι», είναι τελείως ασαφείς.

Τέλος, το απολογητικό ύφος κατά τη διατύπωση των ερωτήσεων δεν πρέπει να χρησιμοποιείται. Η ερώτηση: «σας πειράζει να μου πείτε το μηνιαίο εισόδημά σας;» δημιουργεί στον απογραφόμενο την εντύπωση ότι μπορεί να αποφύγει την απάντηση.

Ορισμένοι ερευνητές κατά το σχεδιασμό των ερωτηματολόγιων ή των συνεντεύξεων, όταν πρόκειται να κάνουν προσωπικές ερωτήσεις, προβάλλουν ορισμένες παραλλαγές της φράσης: «Μερικές ερωτήσεις μπορεί να σας φανούν προσωπικές, γίνονται όμως για να διαπιστωθεί πώς σκέπτονται οι άνθρωποι και φυσικά δε θα χρησιμοποιηθούν ονόματα παρά μόνο στατιστικά σύνολα». Τέτοιες διατυπώσεις, ενώ προσπαθούν να πείσουν ότι η αποφυγή απαντήσεως είναι κάτι το αφύσικο, μπορεί να οδηγήσουν τον απογραφόμενο σε υποψίες. Γι' αυτό όταν δεν είναι απαραίτητες, πρέπει να αποφεύγονται.

**4.3.4.3. Καθορισμός των Βασικών Εννοιών:** Όταν σχεδιάζεται μια ερώτηση, πρέπει να λαμβάνεται πρόνοια για το σαφή ορισμό των εννοιών που υπάρχουν σε αυτή. Για παράδειγμα, η ερώτηση: «πόσα οπωροφόρα δέντρα έχετε;» είναι ασαφής, γιατί ο απογραφόμενος δεν γνωρίζει αν πρέπει να περιλάβει στην απάντησή του όλα τα δέντρα ή να εξαιρέσει όσα δεν παράγουν καρπούς, δηλαδή τα πολύ νέα και τα γερασμένα. Καλό είναι να γίνονται δοκιμαστικές συνεντεύξεις και οι συμμετέχοντες να ερωτώνται τι νομίζουν ότι εννοεί κάθε ερώτηση. Γενικά, οι ορισμοί που χρησιμοποιούνται πρέπει να είναι σύμφωνοι με αυτούς που χρησιμοποιούνται στη στατιστική υπηρεσία ή σε άλλες μελέτες, ώστε τα στοιχεία να είναι συγκρίσιμα.

- **Χωρικές Έννοιες:** Ειδικά στις γεωγραφικές μελέτες, δυσκολίες παρουσιάζουν οι όροι της «θέσης», της «γειτονιάς», της «περιοχής» και της «επιφάνειας», όχι μόνο γιατί δεν τις κατανοούν σωστά οι απογραφόμενοι, αλλά γιατί αποτελούν θέμα διαφωνιών μεταξύ των ερευνητών.
- **Εισόδημα:** Ένα γενικότερο πρόβλημα είναι ο ορισμός του εισοδήματος. Για παράδειγμα, περιλαμβάνει το καθαρό ή το μεικτό εισόδημα; Περιλαμβάνει τις υπερωρίες και τα δώρα; Μια λύση στο πρόβλημα αυτό είναι να ορίζεται εκ των προτέρων και να ανακοινώνεται στους απογραφόμενους ότι ως εισόδημα, για



παράδειγμα, θεωρούνται όλοι οι μισθοί, οι υπερωρίες, τα δώρα και τα φιλοδωρήματα, οι συντάξεις, τα επιδόματα ασθένειας και ανεργίας, κ.λπ. Τέλος, οι ερωτήσεις που αφορούν το εισόδημα πρέπει να γίνονται με συγκεκριμένες και καθορισμένες μονάδες (*εβδομαδιαίες, μηνιαίες ή ετήσιες*), ώστε να μην χρειάζεται στην επεξεργασία των συνεντεύξεων να γίνονται μετατροπές.

- **Απασχόληση:** Η απασχόληση είναι μια άλλη έννοια που χρειάζεται σαφή καθορισμό. Μερικά επαγγέλματα καθορίζονται επακριβώς με έναν όρο, όπως «οδοντίατρος». Άλλα όμως απαιτούν περισσότερες διευκρινίσεις. Για παράδειγμα, οι όροι «καθαριστής», «μηχανικός», «διευθυντής», «εκδότης» ελάχιστα καθορίζουν την απασχόληση κάποιου ατόμου και υπάρχει ανάγκη για περισσότερες πληροφορίες. Έτσι ο απογραφέας που ρωτά: «ποια είναι η εργασία σας», πρέπει να έχει οδηγίες για να ζητήσει λεπτομέρειες για την απασχόληση του απογραφόμενου, χωρίς όμως να προτείνει κάποιο επάγγελμα ο ίδιος. Μια από τις τυπικές ερωτήσεις μπορεί να είναι: «μπορείτε να εξηγήσετε το επάγγελμά σας λίγο περισσότερο;»

Όταν χρησιμοποιείται το ερωτηματολόγιο, δεν υπάρχει δυνατότητα διερεύνησης του επαγγέλματος, γι' αυτό πρέπει από τον απογραφόμενο να ζητούνται λεπτομέρειες με ερωτήσεις της μορφής: «παρακαλώ περιγράψτε την εργασία σας με όσο το δυνατόν περισσότερες λεπτομέρειες μπορείτε. Αν είστε ελεύθερος επαγγελματίας, αναφέρετέ το. Αν απασχολείτε άλλους, αναφέρατε πόσους». Όταν πρόκειται για ερωτηματολόγιο που διανέμεται ιδιοχειρώς, ο απογραφόμενος μπορεί να ελέγξει την απάντηση του απογραφόμενου ακόμα και αν χρειασθεί να ζητήσει περισσότερες λεπτομέρειες.

Ένα ακόμη πρόβλημα του ερευνητή σχετικά με την απασχόληση είναι η δυσκολία να χαρακτηρίσει ποια άτομα θεωρούνται άνεργα. Γιατί πολλοί άνθρωποι απασχολούνται περιοδικά και άλλοι, ενώ δηλώνουν «συνταξιούχος», «νοικοκυρά», διαβάζουν καθημερινά τις μικρές αγγελίες για να βρουν δουλειά.

- **Νοικοκυριό:** Τι είναι «νοικοκυριό» αποτελεί ένα άλλο θέμα αμφισβητήσεων. Ένας ορισμός του νοικοκυριού είναι το σύνολο των ανθρώπων που κατοικούν μαζί στην ίδια διεύθυνση και που τρώνε μαζί, χωρίς κατ' ανάγκη να είναι και συγγενείς. Μερικοί ερευνητές περιλαμβάνουν στο νοικοκυριό και πρόσωπα που περιοδικά λείπουν από το σπίτι όπως, ναυτικούς, παιδιά που σπουδάζουν στο πανεπιστήμιο κ.ά., ενώ άλλοι τα εξαιρούν. Η φύση της έρευνας συνήθως καθορίζει τα πρόσωπα που πρέπει να συμπεριλαμβάνονται στην έννοια του

νοικοκυριού. Συνήθως τα μέλη ενός νοικοκυριού απογράφονται σε μια λίστα στην οποία φαίνεται η ηλικία, το φύλο, η απασχόληση και η οικογενειακή κατάσταση, όπως φαίνεται στην ερώτηση 51 (*Παράρτημα 4.5*).

- **Συχνότητα:** Τέλος, δυσκολίες συναντώνται και γι' αυτό πρέπει να δίνεται ιδιαίτερη προσοχή σε ερωτήσεις που έχουν σχέση με τη συχνότητα, που οι ερωτώμενοι επαναλαμβάνουν μια συνηθισμένη διαδικασία. Γενικά, όταν οι άνθρωποι ερωτώνται για μια συνηθισμένη διαδικασία που τους αφορά, συνήθως υπερεκτιμούν τη συχνότητα με την οποία την επαναλαμβάνουν. Για παράδειγμα, ο ιδιοκτήτης ενός αυτοκινήτου, όταν ερωτάται κάθε πότε κάνει «σέρβις» στο αυτοκίνητό του, απαντά συνήθως «κάθε 2.000 χιλιόμετρα», ενώ στην πράξη τις περισσότερες φορές αργεί ή παραλείπει το «σέρβις». Επομένως, πρέπει να χρησιμοποιηθούν κάποιες άλλες έμμεσες ερωτήσεις για να διασταυρωθεί μια τέτοια πληροφορία.

#### 4.3.5. Σειρά των Ερωτήσεων

Η σειρά με την οποία γίνονται οι ερωτήσεις, πιθανόν να καθορίσει κατά πόσο η επιτόπια έρευνα θα περατωθεί με επιτυχία και κατά πόσο οι απαντήσεις σε αρχικές ερωτήσεις, θα επηρεάσουν δυσμενώς τις υπόλοιπες. Η διεθνής εμπειρία έχει δείξει ότι ένα ερωτηματολόγιο πρέπει να αποτελείται από τέσσερα μέρη: το εισαγωγικό, τις ερωτήσεις για το «ζέσταμα» των απογραφομένων, τις ερωτήσεις του κυρίου θέματος και τις δημογραφικές ερωτήσεις.

**4.3.5.1. Εισαγωγή:** Η εισαγωγή πρέπει να δημιουργεί **αμέσως** καλή εντύπωση, τόσο για την επιτόπια έρευνα όσο και για τον απογραφέα, όταν η τεχνική που ακολουθείται είναι η συνέντευξη. Καταρχάς η εισαγωγή πρέπει να είναι **σύντομη**, ώστε η έρευνα να μην αρχίζει σπαταλώντας άδικα το χρόνο των απογραφομένων. Ο κύριος σκοπός της εισαγωγής είναι να φανερώσει στους απογραφομένους το βασικό στόχο της μελέτης, χωρίς πολλές λεπτομέρειες.

Ακόμα, η εισαγωγή πρέπει να είναι γραμμένη **απλά** και κυρίως να μην προκαλεί **ανησυχίες**. Οι πόρτες κλείνουν γρήγορα και τα ταχυδρομημένα ερωτηματολόγια πετιούνται εύκολα στα σκουπίδια, όταν η εισαγωγή αναφέρει ότι σκοπός της έρευνας είναι πληροφορίες για το εισόδημα, τις πολιτικές πεποιθήσεις ή άλλα ευαίσθητα θέματα. Ένα άλλο θέμα που πρέπει να λύσει η εισαγωγή για να είναι επιτυχημένη, είναι να διαλύσει το φόβο των απογραφομένων ότι η μελέτη αποτελεί πρόφαση για το πλασάρισμα διάφορων προϊόντων, γεγονός που προκαλεί αρνητικές αντιδράσεις.

Ένα ακόμη χαρακτηριστικό της εισαγωγής πρέπει να είναι η **σοβαρότητα**. Μια σχετικά «εύθυμη» προσέγγιση δημιουργεί την εντύπωση ότι η μελέτη δεν είναι αρκετά σοβαρή, που να αξίζει το χρόνο για τη συμπλήρωση του ερωτηματολογίου. Η εισαγωγή, όχι μόνο πρέπει να αντανακλά σοβαρότητα, αλλά οφείλει αμέσως να αποκαλύπτει τον οργανισμό ή την υπηρεσία που θα κάνει χρήση των αποτελεσμάτων της μελέτης και που θα πρέπει να χαίρουν της εκτίμησης του κοινού.

Τέλος, η εισαγωγή πρέπει να είναι **αποφασιστική**. Δηλαδή, το εισαγωγικό σημείωμα πρέπει να είναι διατυπωμένο έτσι, ώστε να δείχνει πειστικότητα και σταθερότητα, χωρίς βέβαια να πιέζει τους απογραφόμενους, όταν μάλιστα υπάρχει απογραφέας που το παρουσιάζει. Το βασικό σημείο είναι ότι ποτέ **δεν ζητείται άδεια** για τη συμπλήρωση του ερωτηματολογίου. Αντίθετα, η πιο επιτυχημένη εισαγωγή είναι αυτή που αντανακλά μια αίσθηση ότι η μελέτη είναι κάτι φυσικό και πρέπει να γίνει. Ένα παράδειγμα εισαγωγής δίνεται στο παράρτημα 4.3.

**4.3.5.2. Ερωτήσεις «Ζεστάματος»:** Οι ερωτήσεις στο τμήμα αυτό του ερωτηματολογίου, που ακολουθούν την επεξήγηση των σκοπών της έρευνας στη συνέντευξη ή το επεξηγηματικό γράμμα στο ερωτηματολόγιο, πρέπει να είναι απλές και εύκολες και να δημιουργούν ένα ευχάριστο κλίμα και μια αίσθηση εμπιστοσύνης στους απογραφόμενους. Μια τέτοια αρχική ερώτηση μπορεί να αναφέρεται στην κατοικία των απογραφομένων, ερώτηση που είναι συγκεκριμένη, δεν προκαλεί ανησυχία και είναι χρήσιμη και στη μελέτη. Για παράδειγμα η ερώτηση: «Πόσο καιρό μένετε στο Χολαργό;» μπορεί να ακολουθηθεί από την ερώτηση: «Όλο αυτόν τον καιρό μένετε στη σημερινή σας διεύθυνση;». Αξίζει να επισημανθεί ότι οι ερωτήσεις του «ζεστάματος» δεν πρέπει να είναι άχρηστες ερωτήσεις, αλλά να σχετίζονται με το θέμα της μελέτης.

**4.3.5.3. Ερωτήσεις του Κυρίου Θέματος:** Μόλις ο απογραφόμενος έχει φθάσει σε ένα επίπεδο εμπιστοσύνης και άνεσης και είναι έτοιμος να πει τη γνώμη του και να εκφράσει τις σκέψεις του, τότε είναι η κατάλληλη ώρα για τις ερωτήσεις που αποτελούν το αντικείμενο της μελέτης. Δηλαδή, ενώ οι σύνθετες και ευαίσθητες ερωτήσεις του κυρίου θέματος της μελέτης δεν πρέπει να γίνονται αμέσως, με το ίδιο σκεπτικό δεν πρέπει να γίνονται και στο τέλος της επιτόπιας έρευνας, όταν ο απογραφόμενος έχει αρχίσει να κουράζεται ή να βαριέται.

**4.3.5.4. Δημογραφικές Ερωτήσεις:** Οι ερωτήσεις που στοχεύουν στο να κατατάξουν τον απογραφόμενο σε κάποια ομάδα, ανάλογα με την ηλικία, το επάγγελμα, το εισόδημα κ.λπ, πρέπει να γίνονται στο τέλος (το παράρτημα 4.4 δείχνει ένα τρόπο με τον οποίο πρέπει να γίνονται αυτές οι ερωτήσεις). Αν γίνουν πρώτα οι προσωπικές ερωτήσεις, αντί για τις πιο ενδιαφέρουσες ερωτήσεις που αποτελούν το αντικείμενο της μελέτης, υπάρχει κίνδυνος ο απογραφόμενος να αποθαρρυνθεί. Εξαίρεση πρέπει να γίνεται στις περιπτώσεις που η μελέτη απευθύνεται σε ειδικής κατηγορίας άτομα, οπότε είναι απαραίτητο να διαπιστωθεί αν ο απογραφόμενος έχει τις ιδιότητες που απαιτεί η έρευνα.

Τα δημογραφικά χαρακτηριστικά που συνήθως απογράφονται είναι τα παρακάτω:

- Ιδιοκτησία Κατοικίας
- Κινητικότητα
- Οικογενειακή κατάσταση
- Μέλη της Οικογένειας
- Μόρφωση
- Επάγγελμα
- Ο κύριος εργαζόμενος της οικογένειας
- Εισόδημα
- Φύλο
- Ηλικία
- Όνομα, Διεύθυνση και αριθμός τηλεφώνου

#### 4.4. ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟΥ

Μόλις τελειώσει η διαδικασία διατύπωσης των ερωτήσεων, έρχεται η ώρα να τακτοποιηθούν σε ένα αποτελεσματικό σύνολο που θα σταλεί στους απογραφόμενους ή θα χρησιμοποιηθεί από τους απογραφείς στις συνεντεύξεις. Η τεχνική της δημιουργίας αυτού του ερωτηματολογίου είναι σχετικά εύκολη στη διατύπωσή της. Ένα καλό ερωτηματολόγιο θεωρείται επιτυχημένο, όταν αποτελείται από τέσσερις ενότητες ερωτήσεων, περιλαμβάνει ένα λογικό αριθμό ερωτήσεων, υπάρχει αρκετός χώρος μεταξύ των ερωτήσεων και τέλος διαθέτει ευχάριστη και ικανοποιητική εμφάνιση.

Η φυσική εμφάνιση ενός ερωτηματολογίου καθορίζει σε σημαντικό βαθμό την ευκολία με την οποία οι απογραφόμενοι θα το συμπληρώσουν ή οι απογραφείς θα πάρουν τις συνεντεύξεις τους. Προσεκτική αντιμετώπιση της φυσικής εμφάνισης του

ερωτηματολογίου μπορεί να αποτελέσει τη διαφορά μεταξύ μιας καλής και μιας κακής επιτόπιας έρευνας.

Η άνεση των απογραφομένων ή των απογραφών, όμως, δεν πρέπει να είναι το μοναδικό κριτήριο στη δημιουργία του ερωτηματολογίου, το οποίο πρέπει να σχεδιαστεί με βάση τόσο τις ανάγκες αυτών που κωδικοποιούν (*προετοιμάζουν το ερωτηματολόγιο για είσοδο στον Η/Υ*) όσο και αυτών που εισάγουν τα στοιχεία του ερωτηματολογίου στον Η/Υ.

Όσον αφορά το σχεδιασμό του ερωτηματολογίου πρέπει να αναφερθούν τέσσερα βασικά θέματα. Συγκεκριμένα, οι βασικές αρχές, η κωδικοποίηση των ερωτήσεων, η χρήση κωδικών αριθμών και η χρήση χρωματιστών σελίδων.

#### 4.4.1. Βασικές Αρχές

Υπάρχουν δύο βασικές αρχές που σε μεγάλο βαθμό ικανοποιούν αυτές τις ανάγκες για σωστό σχεδιασμό ενός ερωτηματολογίου.

**4.4.1.1. Διάταξη:** Μια πρώτη αρχή είναι η σωστή διάταξη (*format*) του ερωτηματολογίου, που επιτυγχάνεται, όταν δεν τοποθετούνται πολλές ερωτήσεις σε κάθε σελίδα. Κατά τη συμπλήρωση του ερωτηματολογίου, τόσο από τους απογραφείς (*στις συνεντεύξεις*) όσο και από τους απογραφόμενους, αν υπάρχει πλήθος ερωτήσεων σε κάθε σελίδα, η πιθανότητα να γίνει λάθος είναι μεγάλη, κυρίως στη συμπλήρωση της αντίστοιχης με την ερώτηση απάντησης στο χώρο που είναι προκαθορισμένος για τη συγκεκριμένη απάντηση, με αποτέλεσμα ολόκληρο το ερωτηματολόγιο να είναι άχρηστο για περαιτέρω χρήση. Ακόμα, αν μια ερώτηση δεν γίνει, οι επόμενες ερωτήσεις πιθανόν να χάσουν την έννοιά τους, μιας και δεν θα υπάρχει λογική συνέχεια στη ροή των ερωτήσεων.

**4.4.1.2. Συνέπεια:** Μια άλλη βασική αρχή για να δημιουργηθεί μια επιτυχημένη μορφή ερωτηματολογίου είναι η συνέπεια. Τίποτε δεν είναι πιο ενοχλητικό για όσους συμπληρώνουν ένα ερωτηματολόγιο (*απογραφείς και απογραφόμενοι*) από τις ξαφνικές και αδικαιολόγητες αλλαγές στη μορφή και στο στυλ του ερωτηματολογίου. Είναι πολύ δύσκολο στη μέση ενός ερωτηματολογίου να αλλάξει κάποιος τον τρόπο που ρωτάει ή απαντάει.

#### 4.4.2. Κωδικοποίηση

Η κωδικοποίηση αναφέρεται στη διαδικασία προετοιμασίας του ερωτηματολογίου, για μηχανογραφική επεξεργασία, πριν αρχίσει η εφαρμογή της μελέτης. Ένας τέτοιος, από πριν, σχεδιασμός είναι πολύτιμος, όχι μόνο γιατί καθορίζει με πολλούς τρόπους τη μορφή και το στυλ του ερωτηματολογίου, αλλά κυρίως γιατί επιτρέπει να αποφευχθούν σπατάλες στο χρόνο, στις προσπάθειες και στα χρήματα στα επόμενα στάδια της επιτόπιας έρευνας.

Οι επιτόπιες έρευνες τις οποίες οι μηχανικοί αλλά και οι κοινωνικοί επιστήμονες επιχειρούν, απευθύνονται κυρίως σε μεγάλους πληθυσμούς, με αποτέλεσμα, ενώ το ποσοστό του δείγματος είναι συνήθως μικρό, ο αριθμός των απογραφομένων είναι πάντοτε μεγάλος. Επομένως, για λόγους αποδοτικότητας αλλά και ακρίβειας της μελέτης, τα στοιχεία πρέπει να γίνονται αντικείμενο επεξεργασίας από Η/Υ. Αναπόφευκτα λοιπόν, τα συμπληρωμένα ερωτηματολόγια πρέπει να μπορούν να «διαβαστούν» από τον Η/Υ. Επομένως, απαιτείται ένα σύστημα κωδικοποίησης που καθορίζει απόλυτα τη διαδικασία αυτή.

Η κωδικοποίηση είναι μια σχετικά απλή διαδικασία. Αρχικά στις εναλλακτικές απαντήσεις κάθε ερώτησης δίνεται ένας κωδικός αριθμός. Για παράδειγμα, στην ερώτηση 52 του παραρτήματος 4.4, η απάντηση ελεύθερος (η) έχει κωδικό 1, η απάντηση παντρεμένος (η) 2, διαζευγμένος (η) 3, χήρος (α) 4 και οποιαδήποτε άλλη απάντηση 9. Κατά τη διάρκεια της συνέντευξης, η επιλογή της απάντησης καθορίζει τον κωδικό αριθμό που καταχωρίζεται σε κατάλληλο χώρο. Στη συνέχεια, ο κωδικός αυτός αριθμός εισάγεται στον Η/Υ. Στη συγκεκριμένη ερώτηση, αν η απάντηση ήταν παντρεμένος (η), ο αριθμός 2 θα εισήγεται στο αρχείο (στη συγκεκριμένη θέση 37), που περιέχει όλες τις απαντήσεις του συγκεκριμένου απογραφόμενου. Ο από πριν καθορισμός του κωδικού αριθμού των εναλλακτικών απαντήσεων κάθε ερώτησης και της θέσης του στο αρχείο αποτελεί τη διαδικασία κωδικοποίησης. Ο επιτυχής σχεδιασμός αυτής της διαδικασίας είναι το κλειδί για μια πετυχημένη ανάλυση των αποτελεσμάτων της μελέτης.

#### 4.4.3. Αναγνωριστικοί Κωδικοί Αριθμοί

Μια σειρά από κωδικούς αριθμούς, καθορισμένους από πριν, είναι αναγκαία για να μπορεί ο μελετητής να βγάλει συμπεράσματα από τα ερωτηματολόγια που θα έχει στην κατοχή του στο τέλος της μελέτης. Τέτοιοι αναγνωριστικοί κωδικοί αριθμοί είναι:

- Απογραφόμενου (αύξων αριθμός απογραφόμενου)
- Απογραφέα (αύξων αριθμός απογραφέα)

- Συνέντευξης (*αύξων αριθμός συνέντευξης*)
- Ημερομηνίας (*ημερομηνία συνέντευξης*),
- Διεύθυνσης (*διεύθυνση απογραφόμενου*)
- Χρόνου (*χρόνος συνέντευξης*),
- Κατοικίας (*είδος κατοικίας του απογραφόμενου*),
- Ποιότητας (*αριθμός που δείχνει την ποιότητα της συνέντευξης, για παράδειγμα, ο αριθμός των απαντήσεων «δεν γνωρίζω» στο ερωτηματολόγιο*) κ.ά.

Θέσεις για τους κωδικούς αυτούς πρέπει πάντοτε να υπάρχουν τυπωμένες στο ερωτηματολόγιο και όχι να προστίθενται αργότερα. Εκείνο που συνήθως γίνεται αργότερα είναι η συμπλήρωσή τους.

Αυτό που πρέπει να τονιστεί σχετικά με τους αναγνωριστικούς κωδικούς αριθμούς είναι ότι με τη χρήση τους αποφεύγονται πολλά προβλήματα, επειδή οι αριθμοί αυτοί που αποθηκεύονται στον υπολογιστή επιτρέπουν σε κάποιον σήμερα ή αύριο ή τον άλλο χρόνο να μπορεί να αξιολογήσει τα αποτελέσματα και την ίδια την επιτόπια μελέτη.

#### 4.4.4. Χρωματισμός Σελίδων

Το κύριο σώμα του ερωτηματολογίου συνήθως αποτελείται από τις κλασικές λευκές σελίδες που χρησιμοποιούνται από όλα τα φωτοτυπικά μηχανήματα. Επιπλέον, όμως, πρακτικοί λόγοι επιβάλλουν τη χρήση χρωματιστών σελίδων. Στις μεγάλες επιτόπιες έρευνες η πρώτη σελίδα πρέπει να έχει ένα έντονο χρώμα που να ξεχωρίζει (*π.χ. κόκκινο ή πράσινο*) έτσι, ώστε κάθε ερωτηματολόγιο να είναι αναγνωρίσιμο μεταξύ πολλών ερωτηματολογίων ή ακόμα να μπορεί να μετρηθεί σε ένα χώρο.

Επίσης, σε πολλές μελέτες, όπου χρησιμοποιούνται περισσότερα από ένα είδη ερωτηματολογίων (*π.χ. ερωτηματολόγιο για ενοικιαστές και ιδιοκτήτες*), είναι σημαντικό να ξεχωρίζονται τα διάφορα αυτά είδη με διαφορετικά χρώματα στις πρώτες σελίδες τους ή και σε ολόκληρο το ερωτηματολόγιο. Τέλος διαφορετικό χρώμα μπορεί να χρησιμοποιηθεί στην τελευταία σελίδα είτε για να προειδοποιήσει τον απογραφέα ότι αρχίζει ένα καινούργιο σύνολο ερωτήσεων είτε για να διαφοροποιήσει ένα συγκεκριμένο τμήμα του ερωτηματολογίου. Δεν πρέπει, όμως, να γίνεται κατάχρηση των χρωματιστών σελίδων, γιατί, όπως και με οποιοδήποτε άλλο βοήθημα, όταν γίνεται υπερβολική χρήση, χάνει την αξία του.

## 4.5. ΔΟΥΛΕΙΑ ΥΠΑΙΘΡΟΥ

Όταν όλες οι προηγούμενες ενέργειες έχουν ολοκληρωθεί, τότε η μελέτη είναι έτοιμη να περάσει από το γραφείο στην ύπαιθρο. Η δουλειά υπαίθρου, όμως, ιδιαίτερα για μεγάλες μελέτες, δεν είναι εύκολη υπόθεση.

Όλες οι λεπτομέρειες πρέπει να καθοριστούν με απόλυτη ακρίβεια και κάθε κίνηση και ενέργεια πρέπει να γίνεται με βάση τα σχέδια που έχουν εκ των προτέρων καθοριστεί. Σχεδιασμός, οργάνωση και εκτέλεση πρέπει να συγκροτούν μια καλορυθμισμένη μηχανή που δουλεύει χωρίς προβλήματα.

### 4.5.1. Δοκιμαστικός Έλεγχος

Για να επιτευχθεί κάτι τέτοιο, το πρώτο βήμα το οποίο πρέπει να κάνει ο μελετητής αμέσως μετά τη σύνταξη του ερωτηματολογίου, που σχεδιάστηκε στο γραφείο και θεωρείται ότι εξυπηρετεί τους σκοπούς της επιτόπιας έρευνας, είναι να ελέγξει αν πραγματικά δουλεύει (αν δηλαδή συλλέγει τις πληροφορίες που χρειάζονται κάτω από πραγματικές συνθήκες). Επομένως, τα δοκιμαστικά τεστ αποτελούν μια διαδικασία τελικού ελέγχου και ανακάλυψης τυχόν αδυναμιών του ερωτηματολογίου.

Συγκεκριμένα, πριν ταχυδρομηθεί το ερωτηματολόγιο ή πριν αρχίσουν οι συνεντεύξεις, το ερωτηματολόγιο δοκιμάζεται σε ένα μικρό αριθμό ατόμων που ζουν σε συνθήκες ανάλογες με αυτές της απογραφής. Καμιά πνευματική διαδικασία στο γραφείο δεν μπορεί να αντικαταστήσει τη δοκιμασία ενός εργαλείου όπως το ερωτηματολόγιο, που έχει σχεδιαστεί για να επικοινωνεί με απλούς ανθρώπους. Επιπλέον, όμως, τα δοκιμαστικά τεστ αποτελούν μια διαδικασία μέσα από την οποία μπορούν να συλλεγούν πληροφορίες για την ύπαρξη κάποιου άγνωστου χαρακτηριστικού του πληθυσμού που μελετάται.

Είναι γενικά αποδεκτό πως περίπου τριάντα συνεντεύξεις είναι ένας αριθμός δοκιμαστικών τεστ, ικανός να φανερώσει τα προβλήματα του ερωτηματολογίου που πρέπει να διορθωθούν, πριν μπει σε εφαρμογή η τελική επιτόπια έρευνα. Ακόμη, έχει δειχθεί ότι για τα τεστ αυτά απαιτούνται τουλάχιστον τρεις απογραφείς. Τα άτομα αυτά, όταν τελειώσουν τις απογραφές ελέγχου, πρέπει να ερωτηθούν και τα ίδια σχετικά με την εμπειρία που αποκόμισαν από κάθε ερώτηση του ερωτηματολογίου. Δηλαδή πρέπει μέσα από την πρόσφατη εμπειρία τους να ανακαλυφθούν οι τυχόν ασάφειες, οι δύσκολες έννοιες, η κακή διατύπωση ή ο φτωχός σχεδιασμός του ερωτηματολογίου. Συγκεκριμένα, πρέπει να εξεταστεί κατά πόσον οι απαντήσεις που ελήφθησαν στα τεστ, επιτυγχάνουν το σκοπό τους, δηλαδή αν το χαρακτηριστικό που επιδιώκεται να γίνει γνωστό, φανερώνεται μέσα στο συμπληρωμένο ερωτηματολόγιο.



Με βάση την εμπειρία αυτή που καταγράφεται και αναλύεται, τα τμήματα του ερωτηματολογίου που παρουσιάζουν προβλήματα, βελτιώνονται είτε αλλάζοντας τη διατύπωση ή τις λέξεις που δημιουργούν τις συγχύσεις είτε εξαλείφοντας τελείως ολόκληρες ερωτήσεις. Γενικά, γίνεται προσπάθεια να ξεπεραστούν τα προβλήματα που εμφανίστηκαν στις δοκιμαστικές συνεντεύξεις, ώστε να μην εμφανιστούν και στην τελική επιτόπια μελέτη. Στο σημείο αυτό αξίζει να επισημανθεί ότι τα τεστ αυτά πρέπει να ανακαλύπτουν και να διορθώνουν όχι μόνο τα προβλήματα που αντιμετωπίζουν οι απογραφόμενοι, αλλά και αυτά που ταλαιπωρούν τους απογραφείς.

Τέλος, πρέπει να σημειωθεί ότι κι ο ίδιος ο μελετητής οφείλει να κάνει μερικές δοκιμαστικές συνεντεύξεις, επειδή είναι ίσως ο μόνος που γνωρίζει τα περιθώρια μέσα στα οποία πιθανές αλλαγές σχετικά με τη διατύπωση, το λεξιλόγιο, τη σειρά των ερωτήσεων κ.λπ μπορούν να γίνουν.

Με τη διεξαγωγή των δοκιμαστικών τεστ έχει πλέον ολοκληρωθεί η προεργασία και προετοιμασία της επιτόπιας έρευνας. Το επόμενο βήμα είναι να συμπληρωθεί το ερωτηματολόγιο είτε με συνεντεύξεις είτε στέλνοντάς το με το ταχυδρομείο από τα άτομα που έχουν προεπιλεγεί

#### 4.5.2. Συνέντευξη

**4.5.2.1. Διεξαγωγή της Συνέντευξης:** Μολονότι, επιφανειακά τουλάχιστον, μια συνέντευξη μπορεί να θεωρηθεί ως μια απλή συνομιλία μεταξύ του απογραφέα και του απογραφόμενου, εντούτοις πρέπει να είναι το αποτέλεσμα μιας προσεκτικά σχεδιασμένης και εκτελεσμένης διαδικασίας. Ο απογραφέας πρέπει να δημιουργεί μια **φιλική σχέση** με τον ερωτώμενο, αλλά η σχέση αυτή να μην αποβαίνει σε βάρος της δομής του ερωτηματολογίου και κυρίως της ομοιομορφίας που πρέπει να έχουν όλες οι συνεντεύξεις. Όλες οι ερωτήσεις πρέπει να απαντιούνται **ομοιόμορφα** από τους απογραφόμενους. Επιτόπια έρευνα στην οποία κάθε μέλος του δείγματος απαντά σε διαφορετικές ερωτήσεις ή σε ερωτήσεις που δεν έχουν ομοιόμορφη ερμηνεία δεν έχει καμία αξία ή νόημα.

Επομένως, ο απογραφέας πρέπει να έχει πρακτικές οδηγίες, ώστε όταν κάνει μια ερώτηση ή την επεξηγεί, να είναι μικρή η πιθανότητα να επηρεάσει την απάντηση του απογραφόμενου. Και ακόμα, μια απάντηση «**δεν γνωρίζω**» να μην οφείλεται στο ότι ο απογραφόμενος δεν κατάλαβε την ερώτηση ή ότι δεν θέλει να απαντήσει, επειδή η ερώτηση του φαίνεται πολύ προσωπική. Πρέπει επίσης να καθορισθεί αν οι ερωτήσεις θα διαβαστούν στον απογραφόμενο και αυτός θα επιλέξει μια ή αν θα απαντήσει με

δικές του λέξεις. Οποιοσδήποτε τρόπος επιλεγεί, πρέπει να είναι κοινός για όλους τους απογραφόμενους.

Η πείρα έχει δείξει ότι μικρές λεπτομέρειες παίζουν μεγάλο ρόλο στην επιτυχή έκβαση μιας συνέντευξης. Για παράδειγμα, το να γράφει ο απογραφέας στη **μια μόνο όψη του χαρτιού**, όχι μόνο συντομεύει τη συνέντευξη αλλά βοηθάει πολύ ψυχολογικά τόσο τον απογραφέα όσο και τον απογραφόμενο. Ο πρώτος δεν χρειάζεται να κάνει περιττές και σπασμωδικές κινήσεις, ενώ ο δεύτερος αντιμετωπίζει ένα ήρεμο άτομο στο οποίο μπορεί να εμπιστευτεί ευκολότερα προσωπικές πληροφορίες. Ακόμα, πρέπει να υπάρχει ένα **διάστημα** για συμπληρωματικές πληροφορίες, στο οποίο να αναγράφονται σημειώσεις, όταν για κάποιο λόγο ο απογραφόμενος δεν έχει απαντήσει μια ερώτηση ή σειρά ερωτήσεων ή η απάντησή του δεν εντάσσεται σε μια προκωδικοποιημένη κατηγορία.

Τέλος, πρέπει να σημειωθεί ότι επειδή οι γεωγραφικές μελέτες έχουν ανάγκη από στοιχεία που αναφέρονται στα άτομα και στις δραστηριότητές τους στο χώρο, οι συνεντεύξεις δεν είναι υποχρεωτικό να γίνονται ιδιαιτέρως. Όμως, παρόλα αυτά ιδιαίτερη προσοχή πρέπει να δίνεται στην παρουσία τρίτων κατά τη διάρκεια της συνέντευξης, επειδή μπορούν να επηρεάσουν είτε θετικά (*θυμίζοντας στους απογραφόμενους γεγονότα και στοιχεία*) είτε αρνητικά (*αποθαρρύνοντάς τους να δηλώσουν πράξεις που έχουν κάνει ή φοβούμενοι να αποκαλύψουν προσωπικά στοιχεία λόγω της παρουσίας των άλλων*).

**4.5.2.2. Χρονική Διάρκεια της Συνέντευξης:** Η χρονική διάρκεια μιας συνέντευξης εξαρτάται από το είδος της, τις συνθήκες απογραφής, το ενδιαφέρον των απογραφομένων και κυρίως τον τόπο στον οποίο γίνονται οι ερωτήσεις.

Η διεθνής πείρα έχει δείξει ότι αν η συνέντευξη γίνεται στο δρόμο, μπορεί να διαρκέσει το πολύ δέκα λεπτά, ενώ αν γίνεται στο σπίτι από 20 ως 45 λεπτά. Ο γενικός κανόνας, όπως έχει αναφερθεί και στα προηγούμενα, είναι ότι δεν πρέπει να είναι μεγάλης διάρκειας για να μην κουράζει τους απογραφόμενους ή για να μην τους δημιουργεί προβλήματα με τα προγράμματά τους. Πολλές μικρές συνεντεύξεις, με ψηλό ρυθμό απόκρισης είναι προτιμότερες από μια πιο χρήσιμη, ολοκληρωμένη, αλλά χρονοβόρα και με μικρό ρυθμό απόκρισης συνέντευξη.

**4.5.2.3. Ξεκινώντας τη Συνέντευξη:** Έχει αποδειχθεί εμπειρικά ότι οι απογραφόμενοι αποφεύγουν να συμμετέχουν σε διαφημιστικές καμπάνιες. Γι' αυτό ο απογραφέας πρέπει να έχει μαζί του μια επιστολή με το όνομα του φορέα, που να εξηγεί τους

κύριους σκοπούς της έρευνας και να ευχαριστεί τον απογραφόμενο για τη συνεργασία του. Η επιστολή πρέπει να διαβαστεί πριν ο απογραφόμενος συμφωνήσει να συμμετάσχει στην συνέντευξη.

Για τις μεγάλες επιτόπιες έρευνες, οι διάφοροι φορείς απευθύνονται στον πληθυσμό με τη βοήθεια του τοπικού τύπου. Αλλά για τις μικρότερες επιτόπιες έρευνες, οι εξηγήσεις θα πρέπει να δίνονται απευθείας στους απογραφόμενους.

Όταν η επιτόπια έρευνα γίνεται στο δρόμο και για συγκεκριμένα πρόσωπα (π.χ. *κάθε νιοστό πρόσωπο που περνά από μια διασταύρωση*), αφού ο απογραφέας αναφέρει το όνομά του, πρέπει να εξηγήσει όσον το δυνατόν πιο γρήγορα και περιληπτικά το σκοπό της έρευνας και να καθορίσει τη διάρκεια της συνέντευξης, ώστε ο απογραφόμενος να μην χρειαστεί να διακόψει τη συνέντευξη λίγο αργότερα.

Στην επιτόπια έρευνα στο σπίτι η προσέγγιση είναι διαφορετική. Αν χρειασθεί να εξηγήσει το σκοπό της έρευνας και να καθορίσει το μήκος της συνέντευξης, τότε ο απογραφέας οφείλει να δώσει λεπτομερείς εξηγήσεις. Πρέπει, όμως, να δίνει συγκεκριμένες και βεβαιωτικές απαντήσεις, γιατί η παραμικρή ένδειξη αβεβαιότητας θα οδηγήσει σε άρνηση συμμετοχής του ερωτώμενου. Ο απογραφέας πρέπει να βεβαιωθεί ότι απευθύνεται στο σωστό πρόσωπο. Αν ο απογραφόμενος έχει αλλάξει κατοικία, τότε πρέπει από πριν να έχει διευκρινισθεί στον απογραφέα, αν θα αναζητήσει τον απογραφόμενο στη νέα του διεύθυνση ή θα πάρει συνέντευξη από το νέο ένοικο της κατοικίας.

**4.5.2.4. Απογραφείς:** Τα πρόσωπα που χρησιμοποιούνται για απογραφές είναι προτιμότερο να μην είναι ειδικοί γνώστες του θέματος που ερευνάται για να μην επιβάλουν, έστω και άθελά τους, την άποψή τους στον απογραφόμενο. Επίσης, όταν οι οικονομικές συνθήκες το επιτρέπουν, ο ερευνητής πρέπει να αποφεύγει να είναι ο ίδιος και ο απογραφέας, γιατί ορισμένες νέες ιδέες που εμφανίζονται στις συνεντεύξεις πιθανόν να τις παρακάμπτει ή να αρχίσει να ορίζει ξανά τις έννοιες που περιλαμβάνονται στη συνέντευξη. Γι' αυτούς τους λόγους είναι προτιμότερο να χρησιμοποιείται μια ομάδα από απογραφείς. Βέβαια τις δοκιμαστικές συνεντεύξεις, όπως είπαμε στα προηγούμενα, μπορεί να τις πάρει ο ερευνητής, αλλά επιθυμητό είναι οι τελικές συνεντεύξεις να γίνονται από ομάδα απογραφέων. Δηλαδή, αν ο ερευνητής δε διαθέτει τους πόρους για τη σωστή χρήση της μεθόδου της συνέντευξης, καλύτερα να χρησιμοποιήσει το ερωτηματολόγιο.

Ο απογραφέας έχει να κάνει πολλές δουλειές συγχρόνως, όπως: να ερωτά, να καταγράφει τις απαντήσεις, να αποφασίσει αν η απάντηση είναι σωστή και τέλος, αν

είναι ανάγκη, να τη διερευνά. Για το λόγο αυτό πρέπει να βοηθιέται όσο το δυνατό περισσότερο από το μελετητή. Έτσι κάθε μέσο που θα τον βοηθήσει στη δύσκολη αυτή δουλειά, πρέπει να είναι στη διάθεσή του.

Ένα τέτοιο απλό, φτηνό αλλά αποτελεσματικό βοήθημα είναι ένας μεγάλος μαύρος (το μαύρο χρώμα δίνει ένα τόνο σοβαρότητας) φάκελος με δακτυλίους στους οποίους είναι περασμένα τα ερωτηματολόγια και τα άλλα έντυπα που πρέπει να συμπληρώνει ο απογραφέας. Στο εξωτερικό του φακέλου πρέπει να είναι γραμμένα το όνομα του απογραφέα, ο τίτλος της μελέτης και ο φορέας που κάνει την απογραφή, ενώ στο εσωτερικό του πρέπει να υπάρχουν οι διάφοροι κωδικοί αριθμοί (του απογραφέα, της περιοχής κ.λπ), οι διευθύνσεις των ατόμων που πρέπει να απογράψει, ένας χάρτης της περιοχής στην οποία θα εργαστεί και κάθε άλλη πληροφορία που πιθανόν να χρειαστεί (π.χ. το τηλέφωνο του υπεύθυνου της μελέτης).

Τέλος, είναι σημαντικό για τον απογραφέα να συμπληρώνει τις σελίδες (πρώτη και τελευταία) που περιλαμβάνουν στοιχεία τα οποία βοηθούν στην κατάταξη του απογραφόμενου και επιπλέον περιέχουν κριτικά στοιχεία όπως: τον αριθμό που εκφράζει τη σειρά της συνέντευξης, τον κωδικό της περιοχής, την ημερομηνία, την ώρα και τη θέση που έγινε η συνέντευξη, το όνομα του απογραφέα κ.ά. Στα παραρτήματα 4.5 και 4.6 υπάρχουν παραδείγματα αυτών των δύο σημαντικών σελίδων.

### 4.5.3. Συμπλήρωση Ερωτηματολογίου

**4.5.3.1. Βελτίωση της Απόκρισης:** Αν ληφθεί η απόφαση να μην χρησιμοποιηθούν συνεντεύξεις, αλλά να ζητηθεί από τους απογραφόμενους να συμπληρώσουν μόνοι τους το ερωτηματολόγιο, το βασικό πρόβλημα είναι ο χαμηλός ρυθμός απόκρισης. Επομένως, οι διαδικασίες που σχετίζονται με την τεχνική αυτή, εστιάζονται στο να πεισθούν οι απογραφόμενοι να επιστρέψουν το ερωτηματολόγιο συμπληρωμένο. Γενικά το ερωτηματολόγιο πρέπει να σχεδιαστεί έτσι, ώστε ο αριθμός αυτός να είναι όσο το δυνατό μεγαλύτερος. Για το σκοπό αυτό, όπως αναφέρθηκε και στα προηγούμενα, οι ερωτήσεις πρέπει να είναι μικρές, η συμπλήρωσή τους να απαιτεί το πολύ μισή ώρα, να είναι ενδιαφέρουσες και να φανερώνεται στους απογραφόμενους η σπουδαιότητά τους.

Μία επιστολή στην αρχή του ερωτηματολογίου, που να υπενθυμίζει τη σπουδαιότητα της μελέτης και η οποία δεν θα μπορεί να διαχωριστεί από το υπόλοιπο ερωτηματολόγιο, βοηθάει σημαντικά. Μεγάλη βοήθεια επίσης προσφέρουν χειρόγραφα σημειώματα ή υπογραφές ατόμων που χαίρουν μεγάλης εκτίμησης και η

υποστήριξη από φορείς που έχουν την εμπιστοσύνη του κοινού. Όλα αυτά, όμως, έχουν περιορισμένη συμβολή στη βελτίωση της απόκρισης σε σχέση με το περιεχόμενο της επιστολής και την πειστικότητά της.

Τέλος, ένα καλά τυπωμένο ερωτηματολόγιο μπορεί να βοηθήσει στην αύξηση του ρυθμού απόκρισης. Η χρήση χαρτιού κακής ποιότητας και η άτσαλη συρραφή τους με ένα συνδετήρα στην άκρη, χωρίς να προσφέρει σημαντική εξοικονόμηση χρημάτων, οδηγεί σε χαμηλή απόκριση και κακή οργάνωση μια και υπάρχει κίνδυνος να διαλυθούν τα ερωτηματολόγια.

Οι οδηγίες στο ερωτηματολόγιο, όμως, παίζουν τον πιο σημαντικό ρόλο γιατί σε ένα μεγάλο βαθμό καθορίζουν κατά πόσο οι απογραφόμενοι θα ολοκληρώσουν το ερωτηματολόγιο. Για το λόγο αυτόν πρέπει να είναι διατυπωμένες σωστά και το νόημά τους απόλυτα καθαρό και κατανοητό. Επιπλέον, επειδή τα περισσότερα άτομα έχουν συναλλαγή με το Δημόσιο και έχουν αναπόφευκτα συμπληρώσει τις αιτήσεις που ζητούνται από τις διάφορες υπηρεσίες, καλό είναι το ερωτηματολόγιο να έχει μία ανάλογη μορφή. Σε καμιά όμως περίπτωση δεν πρέπει οι ερωτήσεις να αναφέρονται σε άλλα έντυπα ή σε άλλες οδηγίες, πέρα από αυτές που είναι διατυπωμένες στο ερωτηματολόγιο.

**4.5.3.2. Επιστροφή Ερωτηματολογίου:** Γενικά, οι περισσότεροι απογραφόμενοι απαντούν σε μερικές μέρες. Για όσους δεν απαντούν, η πείρα έχει δείξει ότι είναι συνήθως διάφοροι από το μέσο απογραφόμενο. Έτσι, επειδή οι απαντήσεις τους πρέπει να λαμβάνονται υπόψη, γι' αυτό και πρέπει να τους στέλνονται επιστολές υπενθύμισης. (*Παράρτημα 4.7*).

Η διαδικασία αποστολής των ερωτηματολογίων γίνεται με τον παρακάτω τρόπο: το πρώτο ερωτηματολόγιο στέλνεται μαζί με ένα φάκελο επιστροφής. Αν δεν υπάρχει απάντηση, στέλνεται μία επιστολή υπενθύμισης και τέλος μία νέα επιστολή υπενθύμισης μαζί με ένα ερωτηματολόγιο και φάκελο επιστροφής. Μεταξύ των αποστολών συνήθως μεσολαβεί διάστημα μιας βδομάδας. Επειδή οι περισσότεροι απογραφόμενοι απαντούν το σαββατοκύριακο, πρέπει να γίνεται προσπάθεια ώστε το ερωτηματολόγιο να φθάνει στους ερωτώμενους στο τέλος της βδομάδας.

Κάθε ερωτηματολόγιο πρέπει να είναι αριθμημένο και πρέπει να ελέγχεται ότι ο αριθμός του αντιστοιχεί στη σωστή διεύθυνση. Στις μελέτες μικρής κλίμακας υπάρχει ένας κατάλογος με τις διευθύνσεις των απογραφομένων, έτσι ώστε, όταν μια απάντηση έρχεται, να ελέγχεται η διεύθυνσή της και να καταγράφεται η ημερομηνία άφιξής της, ώστε να μπορεί να γίνει σύγκριση μεταξύ αυτών που απήντησαν έγκαιρα

και αυτών που απάντησαν καθυστερημένα. Οι διευθύνσεις που δεν έχουν σημειωθεί, καταγράφονται σε φακέλους και αποστέλλονται οι επιστολές του επόμενου σταδίου.

Στις μελέτες μεγάλης κλίμακας αυτή η μέθοδος είναι πολύ χρονοβόρα και γι' αυτό χρησιμοποιούνται ετικέτες, που με καρμπόν μπορούν να βγουν σε τέσσερα αντίτυπα. Το πρώτο αντίτυπο στέλνεται στον απογραφόμενο και τα υπόλοιπα μπαίνουν σε ένα φάκελο και τοποθετούνται στο αρχείο.

Όταν ένα ερωτηματολόγιο επιστρέφεται, ο φάκελος με τις υπόλοιπες ετικέτες βγαίνει από το αρχείο. Στο τέλος κάθε σταδίου ελέγχονται ποιοι φάκελοι έμειναν στο αρχείο, αποκόπτονται οι ετικέτες και αποστέλλονται οι επιστολές του επόμενου σταδίου μέχρι να τελειώσουν οι ετικέτες.

#### 4.6. ΑΝΑΦΟΡΕΣ

- Atkinson, J., **A Handbook for Interviewers**. Office of Population Censuses and Surveys. London: HMSO, 1971.
- Barton, A., «Asking the Embarrassing Question». **Public Opinion Quarterly**, Vol. 22, pp. 67-68, 1958.
- Burton, T., **Experiments in Recreation Research**. London: Allen & Unwin, 1971.
- Dixon, J.C., and B., Leach, **Sampling Methods for Geographical Research**. CATMOG, 17. Norwich: Geo Abstracts, 1978.
- Dixon, J.C., and B., Leach, **Questionnaires and Interviews in Geographical Research**. CATMOG, 21. Norwich: Geo Abstracts, 1980.
- Downs, R., and D., Stea, **Image and Environment**. London: Edward Arnold, 1973.
- Fishbein, M., **Readings in Attitude Theory and Measurement**. New York: Wiley, 1967.
- Goode, W., and P., Hatt, **Methods in Social Research**. New York: McGraw Hill, 1952.
- Gray, P., «A Sample Survey with Both a Postal and an Interview Stage». **Applied Statistics**, Vol. 6, pp. 139-153, 1957.
- Harrison, J., and P., Sarre, «Personal Construct Theory in the Measurement of Environmental Images». **Environment and Behavior**, Vol.1, pp.351- 374, 1969.
- Kahn, R., and C., Cannell, **The Dynamics of Interviewing**. New York: John Wiley, 1967.
- Kaplan, S. and P., Cole, «Factors Affecting Response to Postal Questionnaires». **British Journal of Preventive and Social Medicine**, Vol. 24, pp. 245-247, 1970.
- Morton- Williams, J., «Questionnaire Design». In R., Worcester (ed.), **Consumer Market Research**, London: McGraw-Hill, 1972.
- Moser, C., and G., Kalton, **Survey Methods in Social Investigation**. London: Heinemann, 1971.
- Oppenheim, A., **Questionnaire Design and Attitude Measurement**. London: Heinemann, 1966.
- Robin, S., «A Procedure for Securing Returns to Mail Questionnaires». **Sociology and Social Research**, Vol. 50, pp. 24- 35, 1965.
- Saarinen, T., **Environmental Planning: Perception and Behavior**. Boston: Houghton - Mifflin, 1970.
- Scott, C., «Research on Mail Surveys». **Journal of the Royal Statistical Society, A**, Vol. 124, pp. 143-195, 1961.

- Shepherd, J., **An Introduction to Survey Analysis**. CATMOG, 20. Norwich: Geo Abstracts, 1978.
- Stacey, M., **Comparability in Social Research**. London: Heinemann, 1969.
- Walker, R., «Social Survey Techniques: a Note on the “Drop and Collect” Method». **Area**, Vol. 8, No. 4, pp. 284- 288, 1976. .
- Young, M., and P., Willmott, **The Symmetrical Family**. London: Routledge and Kegan, pp. 302- 335, 1978.



**ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 4.1: ΣΤΑΘΜΙΣΜΕΝΕΣ ΕΡΩΤΗΣΕΙΣ****α. Κλιμακωτές**

Τι σπουδαιότητα αποδίδετε στην επίλυση του προβλήματος της ατμοσφαιρικής ρύπανσης της Αθήνας;

	Βάρος
Πολύ Μεγάλη	(8)*
Μεγάλη	(7)
Μικρή	(3)
Πολύ Μικρή	(2)

**β. Διαβαθμισμένες**

Πώς θα μπορούσατε να χαρακτηρίσετε τα κυβερνητικά μέτρα για την καταπολέμηση της ατμοσφαιρικής ρύπανσης της Αθήνας;

Ακατάλληλα — — — — — Κατάλληλα  
(1)\* (2) (3) (4) (5) (6) (7)

**γ. Ιεραρχημένες**

Τα ιδανικά μέτρα για την καταπολέμηση της ρύπανσης της ατμόσφαιρας είναι:

	Συμφωνώ	1	2	3	4	Διαφωνώ
Μονιμοποίηση του δακτυλίου						
Μονά-ζυγά σε ολόκληρο το λεκανοπέδιο						
Απομάκρυνση των εργοστασίων από το λεκανοπέδιο						
Μεταφορά της πρωτεύουσας						

\* Τα βάρη δεν εμφανίζονται στο ερωτηματολόγιο

**ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 4.2: ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑΤΑ ΕΡΩΤΗΣΕΩΝ «ΦΙΛΤΡΩΝ»****α. Ερωτηματολόγιο**

5. Ταξιδέψατε εκτός Ελλάδας κατά τη διάρκεια των διακοπών σας τον τελευταίο χρόνο;	ΝΑΙ ΟΧΙ	(Συνεχίστε στην ερ. 10)
6. Ποια χώρα ή ποιες χώρες επισκεφθήκατε;		
7. Τι μεταφορικά μέσα χρησιμοποιήσατε για να φύγετε από τη χώρα σας; (Αν πήγατε στο εξωτερικό για διακοπές περισσότερο από μια φορά, χρησιμοποιείστε μια στήλη για κάθε φορά).		

	ΔΙΑΚΟΠΕΣ 1	ΔΙΑΚΟΠΕΣ 2	ΔΙΑΚΟΠΕΣ 3
Αεροπλάνο			
Τρένο			
Αυτοκίνητο Ι.Χ.			
Λεωφορείο			
Άλλο (παρακαλώ γράψτε)			

**β. Συνέντευξη**

3. ΕΡΩΤΩΝΤΑΙ ΟΛΟΙ		ΚΩΔ. ΑΡ.
Πηγαίνετε να ψωνίσετε τρόφιμα;	ΝΑΙ, ΜΕΡΙΚΕΣ ΦΟΡΕΣ ΟΧΙ, ΠΟΤΕ (Συνεχίστε στην ερ.7)	1 2
4. ΑΝ ΨΩΝΙΖΕΙ:		
Ψωνίζετε στην κεντρική αγορά;	ΣΥΧΝΑ ΚΑΤΑ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΠΟΤΕ (Συνεχίστε στην ερ.8)	1 2 3

**ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 4.3: ΕΙΣΑΓΩΓΙΚΟ ΣΗΜΕΙΩΜΑ**

Εθνικό Μετσόβιο Πολυτεχνείο  
Τομέας Γεωγραφίας & Περιφερειακού  
Σχεδιασμού  
Ηρώων Πολυτεχνείου 9  
Τηλ. 210-7722742

Αγαπητέ Κύριε ή Κυρία,

Επιλεγήκατε για να πάρετε μέρος σε μια μελέτη με θέμα ..... (κύριο θέμα) που γίνεται από τον Τομέα Γεωγραφίας και Περιφερειακού Σχεδιασμού του Εθνικού Μετσόβιου Πολυτεχνείου.

Ελπίζουμε ότι θα αφιερώσετε λίγο από το χρόνο σας για να απαντήσετε ορισμένες ερωτήσεις.

Η επιλογή σας έγινε με επιστημονικό τρόπο από τους καταλόγους του Δημαρχείου και είναι σημαντικό να πάρει μέρος όποιος έχει επιλεγεί.

Παρακαλούμε μη δώσετε αυτό το έντυπο σε κάποιον άλλο. Χρειαζόμαστε τις δικές σας απαντήσεις. Σας εσωκλείουμε φάκελο και γραμματόσημα για την απάντηση. } Στο ερωτηματολόγιο μόνο

Οι πληροφορίες που θα δώσετε είναι αυστηρά εμπιστευτικές και μόνο στατιστικά σύνολα θα χρησιμοποιηθούν στη μελέτη.

Ο απογραφέας είναι ο κ. .... (όνομα) } Στη συνέντευξη μόνο

Ευχαριστώ για τη συνεργασία. Αν έχετε κάποια ερώτηση ή θέλετε περισσότερες πληροφορίες θα με βρείτε στην παραπάνω διεύθυνση.

Με εκτίμηση  
Κ. ΚΟΥΤΣΟΠΟΥΛΟΣ  
Καθηγητής Ε.Μ.Π.

**ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 4.4: ΔΗΜΟΓΡΑΦΙΚΕΣ ΕΡΩΤΗΣΕΙΣ**

Τελειώνοντας θα ήθελα να σας κάνω μερικές ερωτήσεις που σας αφορούν αλλά βεβαίως θα παραμείνουν ανώνυμες:

51. Θα μπορούσατε να μου πείτε ποιοι άλλοι μένουν στο ίδιο σπίτι;				
Σχέση συγγένειας με τον απογραφόμενο	Φύλο	Ηλικία	Οικογενειακή κατάσταση	Σημειώστε αν εργάζεται (ΝΑΙ-ΟΧΙ)
.				
.				
.				
.				
.				
.				

	Κωδικός	Απογραφή	Θέση Αρχείου
52. Μπορείτε να μου πείτε αν είστε: Ανύπαντρος – η Παντρεμένος – η Βρισκόσαστε σε διάσταση ή Χωρισμένος – η Χήρος – α Άλλο που δεν αναφέρεται στα παραπάνω (ΔΕΕ)	1 2 3 4 9	<input type="checkbox"/>   <input type="checkbox"/>	(37)   (38)
53. Μπορείτε να μου πείτε σε ποια ομάδα ηλικίας ανήκετε σύμφωνα με την κλίμακα: Κάτω από 24 24-34 35-44 45-54 55-64 75 και πάνω Μη απάντηση	1 2 3 4 5 7 9	<input type="checkbox"/>	(39)

<p>54. Αποφοιτήσατε από το γυμνάσιο στην κατάλληλη ηλικία;</p> <p>ΝΑΙ ΟΧΙ Αν ΟΧΙ: Σε ποια ηλικία αποφοιτήσατε (Κωδικός ηλικίας σε έτη)</p>	<p>1 0</p>		<p>(40) (41 - 42)</p>
<p>55. Είχατε επιπλέον επιμόρφωση ή επαγγελματική εκπαίδευση;</p> <p>ΝΑΙ ΟΧΙ ΔΕΕ Αν ΝΑΙ: Τι πιστοποιητικά σπουδών πήρατε;</p> <p>Πτυχίο Ανωτάτης Σχολής Πτυχίο Ανωτέρας Σχολής Πτυχίο Μέσης Σχολής</p>	<p>Κωδικός 1 0 9  1 2 3</p>	<p>Απογραφή  <input type="checkbox"/>  <input type="checkbox"/></p>	<p>Θέση Αρχείου  (43)  (44)</p>
<p>56. Εργάζεστε τώρα;</p> <p>Αν ΝΑΙ: Πλήρης Απασχόληση Ημιαπασχόληση Αν ΟΧΙ, είστε: Νοικοκυρά Μαθητής Άνεργος Συνταξιούχος ΔΕΕ</p>	<p>1 2  3 4 5 6 9</p>	<p><input type="checkbox"/></p>	<p>(45)</p>
<p>57. (α) Ποια είναι η τωρινή ή η τελευταία δουλειά σας; Δώστε μια πλήρη περιγραφή του είδους της εργασίας. (β) Ποια είναι η τωρινή ή η τελευταία δουλειά του ή της συζύγου σας;</p>		<p><input type="checkbox"/></p>	<p>(46-47)</p>

**ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 4.5: Η ΠΡΩΤΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΙΑΣ ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗΣ**

	Κωδικός	Απογραφή	Θέση Αρχείου
Όνομα Απογραφόμενου	*	<input type="text"/>	66-67
Διεύθυνση Απογραφόμενου	*	<input type="text"/>	68-69
Όνομα Απογραφέα	*	<input type="text"/>	70
Αριθμός Συνέντευξης		<input type="text"/>	71-72
Ημερομηνία		<input type="text"/>	73-76
Χρόνος		<input type="text"/>	77-78

Λόγοι που δεν έγινε η συνέντευξη:

Άλλαξε διεύθυνση . . . . .	1		
Κενή κατοικία. . . . .	2		
Η διεύθυνση δεν βρέθηκε . . . . .	3	<input type="text"/>	65
Άγνωστος . . . . .	4		
Αρνήθηκε . . . . .	5		
Άλλο . . . . .	6		

Καταγραφή Επισκέψεων:

	Ημερομηνία	Ώρα	Παρατηρήσεις
1			
2			
3			
4			

\* Ο απογραφέας έχει ερωτηματολόγια με το όνομά του και το όνομα και τη διεύθυνση του απογραφόμενου. Μόνο οι κωδικοί που εκφράζουν τη σειρά της συνέντευξης, την ημερομηνία και το χρόνο προσθέτονται αργότερα για εκείνους τους απογραφόμενους που δέχτηκαν να συμμετάσχουν στη συνέντευξη.



**ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 4.7: ΕΠΙΣΤΟΛΗ ΥΠΕΝΘΥΜΙΣΗΣ**

Αγαπητέ Κύριε (αγαπητή Κυρία) .....

Με πρόσφατη επιστολή μου σας ζήτησα να πάρετε μέρος σε μια μελέτη με θέμα . . . . . (κύριο θέμα), που γίνεται από τον Τομέα Γεωγραφίας και Περιφερειακού Σχεδιασμού του Εθνικού Μετσόβιου Πολυτεχνείου.

Μέχρι τώρα πολλοί από αυτούς που συμμετέχουν, έχουν απαντήσει, αλλά από εσάς δεν πήρα απάντηση. Αναγνωρίζοντας ότι η πρώτη μου επιστολή πιθανόν να παράπεσε, σας στέλνω ένα άλλο αντίγραφο του ερωτηματολογίου.

Χρειάζεται να έχουμε απάντησή σας, ώστε όλες οι απόψεις να ληφθούν υπόψη. Η απάντησή σας θα είναι αυστηρά εμπιστευτική και το όνομά σας δεν θα χρησιμοποιηθεί.

Σας ευχαριστώ για τη βοήθειά σας.

Με εκτίμηση  
Κ. ΚΟΥΤΣΟΠΟΥΛΟΣ  
Καθηγητής ΕΜΠ