

MYKOLO ROMERIO UNIVERSITETAS

Inga Gaižauskaitė  
Svajonė Mikėnė

# SOCIALINIŲ TYRIMŲ METODAI: APKLAUSA

---

Vadovėlis

Vilnius  
2014

UDK 303(075.8)

Ga-183

*Recenzavo:*

prof. habil. dr. Arvydas Virgilijus Matulionis, Lietuvos socialinių tyrimų centras

prof. habil. dr. Vydas Čekanavičius, Vilniaus universitetas

doc. dr. Danutė Tureikytė, Vilniaus universitetas

*Autorių indėlis:*

Inga Gaižauskaitė – 6,5 autorinio lanko

Svajonė Mikėnė – 6,5 autorinio lanko

Mykolo Romerio universiteto Socialinės politikos fakulteto Sociologijos katedros 2013 m. spalio 24 d. posėdyje (protokolo Nr. 1SK-4) pritarta leidybai.

Mykolo Romerio universiteto Socialinės politikos fakulteto Socialinio darbo, Socialinės gerontologijos, Vaiko teisių apsaugos, Mediacijos, Teisės ir penitencijos veiklos, Gerovės sociologijos, Socialinių inovacijų, Lyginamosios socialinės politikos ir gerovės magistrantūros ir Sociologijos bakalauro studijų programų komiteto 2013 m. gruodžio 10 d. posėdyje (protokolo Nr. 1SDK-6) pritarta leidybai.

Mykolo Romerio universiteto Socialinių technologijų fakulteto tarybos 2013 m. gruodžio 13 d. posėdyje (protokolo Nr. 1STH-1) pritarta leidybai.

Mykolo Romerio universiteto Mokslinių-mokomųjų leidinių aprobavimo leidybai komisijos 2013 m. gruodžio 27 d. posėdyje (protokolo Nr. 2L-4) pritarta leidybai.

***Visos knygos leidybos teisės saugomos. Ši knyga arba kuri nors jos dalis negali būti dauginama, taisoma arba kitu būdu platinama be leidėjo sutikimo.***

ISBN 978-9955-19-642-6 (spausdinta versija)

ISBN 978-9955-19-641-9 (elektroninė versija)

© Mykolo Romerio universitetas, 2014

<b>PRATARMĖ</b> .....	7
<b>1 SKYRIUS. APKLAUSOS METODO PRINCIPAI IR PROCESAS</b> .....	9
1.1. Apklausos metodo esmė .....	11
1.2. Apklausos tyrimo procesas .....	13
1.3. Teorinis tyrimo pagrindimas .....	16
1.4. Konceptualizacija, operacionalizacija ir sociologinių sąvokų matavimas .....	21
1.5. Respondentų atranka .....	30
1.5.1. Tikimybinės atrankos būdai .....	32
1.5.2. Netikimybinės atrankos būdai .....	36
1.5.3. Imties tūrio nustatymas .....	39
1.5.4. Galimos imties iškraipymo priežastys .....	43
1.6. Apklausos etika .....	45
Pirmojo skyriaus studijų priemonės .....	51
<b>1 SKYRIAUS PRIEDAS</b> .....	55
<b>2 SKYRIUS. APKLAUSOS ATLIKIMO BŪDAI</b> .....	56
2.1. Apklausa žodžiu (apklausos interviu) .....	59
2.1.1. Tiesioginis interviu .....	60
2.1.2. Interviu telefonu .....	67
2.2. Apklausa raštu (apklausa pildant klausimyną savarankiškai) .....	71
2.2.1. Apklausa grupės aplinkoje ir individuali apklausa .....	73
2.2.2. Apklausa paštu .....	80
2.2.3. Apklausa internetu .....	84
2.3. Interviuotojo darbas .....	89
2.3.1. Interviuotojo funkcijos .....	89
2.3.2. Interviuotojo efektas .....	96
2.4. Skirtingų apklausos būdų tarpusavio palyginimas .....	101
Antrojo skyriaus studijų priemonės .....	113
<b>2 SKYRIAUS PRIEDAI</b> .....	116
<b>3 SKYRIUS. APKLAUSOS PRIEMONĖ DUOMENIMS RINKTI: KLAUSIMYNAS</b> .....	122
3.1. Klausimyno struktūra .....	125
3.2. Elektroninių klausimynų savybės ir pritaikymo galimybės .....	141

3.3. Klausimų sudarymo principai ir klaidos.....	145
3.3.1. Esminiai reikalavimai klausimyno klausimams: patikimumas ir validumas .....	145
3.3.2. Klausimų formuluotės ir galimos klaidos .....	148
3.4. Klausimų tipai ir formos .....	165
3.4.1. Uždarų ir pusiau uždarų klausimų savybės .....	166
3.4.2. Uždarų ir pusiau uždarų klausimų formos.....	169
3.4.3. Atvirų klausimų savybės ir formos.....	189
3.4.4. Klausimai jautriomis ar nepatogiomis temomis .....	191
3.5. Bandomasis tyrimas.....	197
Trečiojo skyriaus studijų priemonės .....	200
3 SKYRIAUS PRIEDAI .....	204
<b>4 SKYRIUS. APKLAUSOS DUOMENŲ APDOROJIMO, ANALIZĖS IR REZULTATŲ PATEIKIMO PRADMENYS DIRBANT SPSS PROGRAMA.....</b>	<b>208</b>
4.1. Duomenų rinkmenos sukūrimas, kintamųjų aprašymas ir įvedimas .....	211
4.1.1. Duomenų rinkmenos atidarymas ir pagrindinis SPSS langas ....	211
4.1.2. Kintamųjų redaktorius .....	224
4.1.3. Duomenų redaktorius.....	239
4.2. Duomenų analizės funkcijos SPSS programoje: aprašomoji statistika.....	241
4.2.1. Dažnių lentelės .....	243
4.2.2. Reikšmių padėties charakteristikos .....	247
4.2.3. Sąsajų lentelės.....	249
4.3. Rezultatų pateikimas ir redagavimas .....	254
4.3.1. Darbas rezultatų peržiūros lange .....	254
4.3.2. Grafinis rezultatų vaizdavimas .....	256
4.4. Tyrimo ataskaitos rengimas .....	263
Ketvirtojo skyriaus studijų priemonės.....	266
<b>LITERATŪRA .....</b>	<b>270</b>
<b>DALYKINĖ RODYKLĖ.....</b>	<b>276</b>
<b>VARTOJAMŲ TERMINŲ ANGLŲ-LIETUVIŲ KALBŲ ŽODYNĖLIS .....</b>	<b>281</b>

## LENTELĖS IR PAVEIKSLAI

---

### 1 SKYRIAUS LENTELĖS IR PAVEIKSLAI

<b>1.1 lentelė.</b> Duomenys, pateikti atvejų ir kintamųjų tinklelio forma .....	12
<b>1.2 lentelė.</b> Kintamųjų matavimo lygmenys ir leistini analizės veiksmai .....	29
<b>1.3 lentelė.</b> Imties tūris ir jį atitinkanti paklaida esant 95 proc. patikimumui ir maksimaliam (50/50 proc.) pasiskirstymui bei „begalinei“ populiacijai .....	42
<b>1.1 pav.</b> Apklaustos tyrimo procesas ir jį sudarantys elementai.....	15
<b>1.2 pav.</b> Kintamojo, jo reikšmių ir kodų tarpusavio ryšys .....	26
<b>1.3 pav.</b> Imties struktūros sprendimų medis .....	37

### 2 SKYRIAUS PAVEIKSLAI

<b>2.1 pav.</b> Pagrindiniai apklaustos atlikimo būdai .....	58
<b>2.2 pav.</b> Apklaustos duomenų kokybės šaltiniai.....	59

### 3 SKYRIAUS LENTELĖS IR PAVEIKSLAI

<b>3.1 lentelė.</b> Klausimyno instrukcijos variantai.....	136
<b>3.2 lentelė.</b> Atsakymų žymėjimo klausimynuose variantai .....	137
<b>3.3 lentelė.</b> Pagrindiniai apklaustos klausimų tipai .....	166
<b>3.1 pav.</b> Klausimyno rengimo proceso elementai .....	124
<b>3.2 pav.</b> Klausimyno struktūrą formuojantys elementai .....	126

### 4 SKYRIAUS PAVEIKSLAI

<b>4.1 pav.</b> SPSS programos aktyvavimo ir naujos bylos atidarymo langas .....	212
<b>4.2 pav.</b> Darbo SPSS programoje langas.....	213
<b>4.3 pav.</b> Dialogo lango aktyvavimo mygtukas ir rodyklių mygtukas .....	213
<b>4.4 pav.</b> Duomenų redaktoriaus ir kintamųjų redaktoriaus lapų pasirinkimas...	214
<b>4.5 pav.</b> Meniu ir įrankių juostos .....	214
<b>4.6 pav.</b> Meniu juosta.....	214
<b>4.7 pav.</b> Įrankių juosta .....	216
<b>4.8 pav.</b> Kintamojo arba atvejo pasirinkimo komanda .....	217
<b>4.9 pav.</b> Informacija apie kintamuosius.....	217
<b>4.10 pav.</b> Kintamojo grupėms palyginti pasirinkimo dialogo langas.....	219
<b>4.11 pav.</b> Atvejų pasirinkimo pagal tam tikrus nustatymus dialogo langas.....	220
<b>4.12 pav.</b> Sąlygos analizei atrinkti tik respondentes moteris pavyzdys.....	221
<b>4.13 pav.</b> Pagal atvejų pasirinkimo komandą atrinktų ir neatrinktų atvejų atskyrimas duomenų redaktoriaus lape .....	222
<b>4.14 pav.</b> Duomenų redaktoriaus lapas, kai pasirenkama matyti kintamųjų reikšmių kodus ( <i>Values</i> ).....	223

<b>4.15 pav.</b> Duomenų redaktoriaus lapas, kai pasirenkama matyti kintamųjų reikšmių kodų aprašus ( <i>Value labels</i> ).....	224
<b>4.16 pav.</b> Kintamųjų aprašymo parametrai kintamųjų redaktoriaus lape .....	225
<b>4.17 pav.</b> Kintamojo tipo pasirinkimai.....	226
<b>4.18 pav.</b> Datos įvedimo formato pasirinkimo galimybės .....	227
<b>4.19 pav.</b> Kintamojo reikšmių kodavimo langas.....	229
<b>4.20 pav.</b> Kintamojo reikšmių kodavimo proceso pavyzdys .....	232
<b>4.21 pav.</b> Praleistų reikšmių nustatymai .....	233
<b>4.22 pav.</b> Trūkstamosios reikšmės rezultatų lentelėje .....	233
<b>4.23 pav.</b> Kintamojo reikšmių lygiavimo pasirinkimai .....	234
<b>4.24 pav.</b> Užpildytas kintamųjų redaktoriaus lapas .....	236
<b>4.25 pav.</b> Skaitmeninių skalių su žodiniais kraštinių reikšmių apibūdinimais aprašymas .....	238
<b>4.28 pav.</b> Kintamojo aprašo peržiūra duomenų redaktoriaus lape.....	239
<b>4.26 pav.</b> Tuščias duomenų redaktoriaus lapas .....	240
<b>4.27 pav.</b> Duomenų redaktoriaus lapas su įvestais duomenimis .....	240
<b>4.29 pav.</b> Duomenų (kintamojo reikšmių kodų) įvedimo pavyzdys .....	241
<b>4.30 pav.</b> Aprašomosios statistikos funkcijų pasirinkimas.....	242
<b>4.31 pav.</b> Dažnių apskaičiavimo dialogo langas ir kintamojo pasirinkimas .....	244
<b>4.32 pav.</b> Dažnių lentelės rezultatų peržiūros lange pavyzdys .....	245
<b>4.33 pav.</b> Kintamojo su keliomis reikšmėmis dažnių lentelė.....	246
<b>4.34 pav.</b> Duomenų padėties charakteristikų pasirinkimas .....	248
<b>4.35 pav.</b> Pasirinktų padėties charakteristikų apskaičiavimo lentelė.....	249
<b>4.36 pav.</b> Sąsajų lentelės sudarymas.....	250
<b>4.37 pav.</b> Sąsajų lentelės (dažniais) pavyzdys .....	251
<b>4.38 pav.</b> Sąsajų lentelės parametrų pasirinkimas.....	251
<b>4.39 pav.</b> Sąsajų lentelės (procentiniais dažniais) pavyzdys.....	252
<b>4.40 pav.</b> Kelių sluoksnių sąsajų lentelės sudarymas .....	253
<b>4.41 pav.</b> Rezultatų lango įrašų aktyvavimas redaguoti .....	255
<b>4.42 pav.</b> Lentelės formatavimo langas.....	255
<b>4.43 pav.</b> Tyrėjo pasirinkto rezultatų lentelių šablono nustatymas .....	256
<b>4.44 pav.</b> Grafinio duomenų pateikimo nustatymo pavyzdys.....	257
<b>4.45 pav.</b> Diagramos kūrimo pasirinkimas per meniu juostos funkciją.....	258
<b>4.46 pav.</b> Diagramos pavyzdys .....	259
<b>4.47 pav.</b> Diagramos redagavimo langas.....	260
<b>4.48 pav.</b> Skritulinė diagrama.....	260
<b>4.49 pav.</b> Stulpelinė diagrama.....	261
<b>4.50 pav.</b> Linijinė diagrama.....	262

## PRATARMĖ

---

Apklausa – vienas dažniausiai taikomų kiekybinių duomenų rinkimo metodų socialiniuose tyrimuose. Apklauso metodą mokslininkai taiko tyrimų projektuose, studentai rinkdami duomenis baigiamiesiems darbams, apklausas vykdo visuomenės nuomonės ir rinkos tyrimų bendrovės, jas užsako tiek valstybės, tiek viešosios bei privačios institucijos ir organizacijos, daugybės apklausų rezultatai pristatomi žiniasklaidos priemonėse, apstu apklausų, kurios atliekamos praktiniais tikslais, pavyzdžiui, išsiaiškinti laisvalaikio užimtumo centro lankytojų poreikius ir pan. Iš vienos pusės, tai rodo apklausų, kaip duomenų rinkimo strategijos, metodologinį pagrįstumą bei efektyvumą. Iš kitos pusės, susiduriama su nuostata, kad apklausa yra lengvai įgyvendinamas duomenų rinkimo metodas, kurį gali pritaikyti bet kas: pakanka sugalvoti klausimus (ir atsakymų variantus), tvarkingai juos sudėlioti į klausimyną, duoti jį kam nors užpildyti ir viskas – apklausa atlikta. Dėstant sociologinių tyrimų metodus, iš pradžių ir studentai apklauso užduotį laiko lengva. Tačiau semestro pabaigoje tenka išgirsti, kad „pasirodo, norint tinkamai atlikti apklausą, reikia padirbėti“; „buvo labai sunku sugalvoti tinkamus klausimus, juo labiau tinkamai juos suformuluoti“; „kai pradėjome apklausinėti žmones, supratome, kiek klaidų pridarėme“; „analizuojant duomenis paaiškėjo, kiek daug nelogiškumų mūsų klausimyne“; „supratome, kad geriau būtume parinę kitokius respondentus“ ir t. t.

Taigi, apklausa nėra vien tik klausimų rinkinys, pateiktas atsitiktiniams žmonėms. Tai yra metodologiniais principais, taisyklėmis ir procedūromis pagrįstas duomenų rinkimo metodas, reikalaujantis nemažai žinių, patirties bei pasirengimo. Tik tinkamai suplanuota ir įgyvendinta apklausa leidžia surinkti pagrįstus ir patikimus duomenis.

Ši knyga vadovėlis, todėl jis rengtas visų pirma orientuojantis į aukštųjų mokyklų studentus (nepriklausomai nuo studijų programos krypties), kurie studijuoja socialinių tyrimų metodologijos dalykus, planuoja atlikti tyrimą rengdami kursinį ar baigiamąjį darbą arba norėtų pritaikyti apklauso metodą kitiems studijų tikslams. Be studentų, ši knyga bus paranki visiems, kam reikalingos esminės teorinės ir praktinės žinios apie apklauso metodo taikymą socialiniuose tyrimuose. Tikimės, kad knyga bus naudinga tiems, kurie planuoja atlikti apklausą pirmą kartą, ir tiems, kurie nori praplėsti turimas žinias.

Vadovėlio tikslas – apibendrinti svarbiausias apklausos metodo prielaidas bei aprašyti pagrindinius tyrimo proceso elementus, pradedant tyrimo temos pasirinkimu ir baigiant duomenų apdorojimo, analizės bei tyrimo ataskaitos rengimo klausimais. Vadovėlyje gausu pavyzdžių iš tyrėjų praktikos, socialinių tyrimų metodologijos literatūros bei skirtingų sociologinių tyrimų, siekiant formuoti visapusiškesnį skaitytojų supratimą apie apklausos metodo pritaikomumą, galimus sunkumus bei jų sprendimo būdus.

Vadovėlis suskirstytas į keturis teminius skyrius, sudarytus iš poskyrių.

Pirmame skyriuje glaustai pristatoma apklausos tyrimo esmė, tyrimo proceso logika bei žingsniai, taip pat tyrimų etikos klausimai.

Antrame skyriuje išsamiai aptariami pagrindiniai apklausos būdai, jų privalumai ir galimi sunkumai.

Trečiasis skyrius skirtas klausimyno konstravimui – detaliam aprašoma klausimyno struktūra, klausimyno klausimų formulavimo taisyklės, pagrindiniai klausimų tipai ir formos.

Ketvirtame skyriuje pristatoma duomenų apdorojimo ir analizės programa SPSS, kartu aptariant tyrimo ataskaitos rengimo klausimus.

Kiekvieno skyriaus pabaigoje pateikiame papildomas studijų priemonės: svarbiausių skyriaus sąvokų sąrašą; užduotis savarankiškam darbui; naudingų šaltinių internete nuorodas bei rekomenduojamą literatūrą išsamėsnėms studijoms. Papildomai 1, 2 ir 3 skyrių pabaigose rasite priedus su naudingomis praktinėmis priemonėmis (pvz., kontrolinių klausimų sąrašus).

Didelė dalis literatūros apie apklausas yra anglų kalba, todėl vadovėlyje prie visų svarbiausių sąvokų skliausteliuose nurodomi atitikmenys anglų kalba. Vadovėlio pabaigoje pateikiamas terminų anglų ir lietuvių kalbomis žodynėlis ir dalykinė rodyklė, kuri leis greičiau rasti, kuriuose puslapiuose aptariama reikiama sąvoka.

Šis vadovėlis galėtų būti ataskaitos taškas planuojant apklausos tyrimą. Jame aptariama, kaip teisingai pasirinkti respondentus tyrimui, sudaryti klausimyną, pateikiami patarimai, kokį apklausos būdą geriau taikyti bei kaip korektiškai rinkti duomenis, kaip vėliau juos apdoroti ir t. t. Mes nepateikiame galutinių atsakymų ar tikslių nurodymų, kokie sprendimai yra geriausi. Pateikiame *alternatyvas*, iš kurių galima rinktis, bei *žinias* apie tai, kokiomis savybėmis bei efektais pasižymi kiekviena iš alternatyvų. Kiekviename tyrime galutinis žodis priklauso tyrėjui, kuris sprendžia, koks yra jo tyrimo tikslas; o šis vadovėlis – pagalbinė priemonė ieškant tinkamo būdo, kaip tą tikslą pasiekti.



# 1 SKYRIUS.

## APKLAUSOS METODO PRINCIPAI IR PROCESAS

### TURINYS

- 1.1. Apklausos metodo esmė
  - 1.2. Apklausos tyrimo procesas
  - 1.3. Teorinis tyrimo pagrindimas
  - 1.4. Konceptualizacija, operacionalizacija ir sociologinių sąvokų matavimas
  - 1.5. Respondentų atranka
    - 1.5.1. *Tikimybinės atrankos būdai*
    - 1.5.2. *Netikimybinės atrankos būdai*
    - 1.5.3. *Imties tūrio nustatymas*
    - 1.5.4. *Galimos imties iškraipymo priežastys*
  - 1.6. Etika apklausose
- Pirmojo skyriaus studijų priemonės

## 1. APKLAUSOS METODO PRINCIPAI IR PROCESAS

---

Apklausa – duomenų rinkimo metodas, plačiai taikomas tiek moksliniuose, tiek taikomuosiuose socialiniuose tyrimuose.

Nors istoriškai apklausos metodo ištakas galima sieti su nuo seno atliekamais gyventojų surašymais, o svarbiais empirinių tyrimų pirmtakais galima laikyti 19 a. pradėtus vykdyti darbininkų klasės gyvenimo sąlygų bei skurdo miestuose tyrimus (Alastalo, 2008; Marsden ir Wright, 2010; Andres, 2012), vis dėlto mokslinis metodologinis šiuolaikinio tipo apklausų pagrindimas susijęs su rinkos tyrimų (angl. *market research*) bei visuomenės nuomonės apklausų (ang. *public opinion polls*) vystymusi. Paprasčiausios priešrinkiminės visuomenės nuomonės apklausos minimos JAV jau 19 a. pradžioje, tačiau maždaug nuo 20 a. ketvirtojo dešimtmečio šios apklausos tampa reguliariais, sistemingais, atrankiniais tyrimais (Gaidys ir Tureikytė, 1997; Fowler 2009; Ornstein 2013). Paminėtina apklausa prieš 1936-ųjų Jungtinių Amerikos Valstijų prezidento rinkimus, kai rinkos tyrimų specialistas George'as Gallupas, pritaikęs kvotinės atrankos būdą ir apklausęs apie 5000 respondentų, teisingai nuspėjo rinkimų rezultatus (Marsden ir Wright, 2010; Ornstein 2013). Tuo tarpu žurnalo „*Literary Digest*“ atlikta apklausa, kurios metu klausimai apie balsavimo ketinimus buvo išsiųsti daugiau nei 10 milijonų žmonių (apie 25 proc. grįžo užpildyti), rinkimo rezultatus prognozavo klaidingai (Ornstein, 2013). Didžiulė paklaida (taip pat ir G. Gallupo sėkmė) buvo siejama su respondentų atrankos savybėmis. Vis dėlto 1948 m. pritaikius kvotinės atrankos būdą, rinkimų rezultatai prognozuoti neteisingi, o tai atnaujino diskusijas apie apklausos metodo principus (Marsden ir Wright, 2010). Apibendrintai būtų galima sakyti, kad, vystantis šiuolaikinių apklausų metodologijai, buvo remiamasi pagrindiniais tarpusavyje susijusiais elementais: *atranka* (kuri leido apklausos rezultatus tam tikru tikslumu apibendrinti didelėms populiacijoms), *klausimynu* (apimančiu subjektyvius ir objektyvius klausimus) ir *duomenų rinkimu tiesioginio interviu būdu* (Fowler, 2009; Ornstein, 2013). 20 a. septintojo dešimtme-

čio pradžioje apklausos metodas jau buvo pripažintas duomenų rinkimo būdas tiek akademinuose tyrimuose, tiek viešajame bei privačiajame sektoriuje (Marsden ir Wright, 2010).

Nors atranka ir klausimynas išlieka apklausos metodo pagrindu ir šiandien, metodologinių apklausos principų, taisyklių bei procedūrų turinys vystėsi ir keitėsi. Vis plačiau taikant apklausos metodą, tyrėjai pradėjo kelti ir spręsti įvairias metodologines problemas. Pavyzdžiui, nuo 20 a. aštuntojo dešimtmečio pradėta išsamiai tirti skirtingų klausimo uždavimo formų efektus (Ornstein, 2013).

Šiuolaikinės sociologinės apklausos yra moksliskai pagrįstas ir patikimas duomenų rinkimo metodas. Tačiau nauji metodologiniai klausimai kyla nuolat. Be to, atsiranda naujų sprendimų, susijusių su duomenų rinkimo, apdorojimo, analizės būdais. Pavyzdžiui, informacinių ir komunikacinių technologijų plėtra ne tik sukuria naujas apklausos metodo taikymo galimybes, bet ir naujus metodologinius iššūkius.

Taigi, kas yra apklausa ir kaip planuojamas apklausos tyrimas, t. y. tyrimas, kuriame apklausa yra pagrindinis duomenų rinkimo metodas? Šiame skyriuje aptarsime pamatines apklausos metodo savybes, apklausos tyrimo proceso elementus bei pagrindinius principus, kuriais vadovaujama renkanti apklausos duomenis.

### 1.1. Apklausos metodo esmė

Kaip nusako pats metodo pavadinimas, duomenys renkami klausinėjant, t. y. *užduodant klausimus*. Iš kitų duomenų rinkimo metodų apklausos išsiskiria klausimų uždavimo būdu: apklausos *priemonė* yra *klausimynas*, kurį sudaro iš anksto suformuluoti bei aiškia, nekintama tvarka pateikti klausimai. Apklausos klausimynas pasižymi tam tikra forma, struktūra bei klausimų formulavimo taisyklėmis. Klausimyno klausimai užduodami žmonėms, kurie specialiu būdu atrenkami kaip tyrimo temai aktuali tikslinė grupė. Apklausoje dalyvaujantys žmonės vadinami *respondentais*<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup> Kreipinys „respondentas“ vartojamas tiek kalbant apie respondentus vyrus, tiek apie respondentes moteris. Tai vienas dažniausių raktažodžių šiame vadovėlyje, todėl toks sprendimas parankiausias teksto paprastumo ir sklandumo požiūriu.

Literatūroje anglų kalba apklausa priskiriama kiekybinei duomenų rinkimo strategijai (angl. *survey research*), kurios galutinis rezultatas – tam tikru būdu susistemintų duomenų visuma. Duomenys susistemunami kiekvieną atvejį aprašant pagal tuos pačius požymius, apimančius jiems priskirtų reikšmių aibę. Kitaip tariant, duomenys susistemunami *atvejų* (angl. *cases*, apklausose tai respondentai) ir *kintamųjų* (angl. *variables*) tinklelio forma (žr. 1.1 lentelę).

**1.1 lentelė.** Duomenys, pateikti atvejų ir kintamųjų tinklelio forma

Kintamųjų reikšmės		Kintamieji						
		Am- žius	Lytis	Gyve- namoji vieta	Turi vaikų	Progra- mos ver- tinimas	.....	n kinta- masis
Atvejai	1 respondentas	23	Vyras	Vilnius	Taip	Labai gerai	.....	.....
	2 respondentas	45	Moteris	Kaunas	Ne	Blogai	.....	.....
	3 respondentas	34	Moteris	Vilnius	Ne	Blogai	.....	.....
	4 respondentas	29	Vyras	Klaipėda	Taip	Gera	.....	.....
	...	...	...	...	...	...	.....	.....
	n respondentas	56	Moteris	Šiauliai	Ne	Labai gerai	.....	.....

Būtina pabrėžti, kad tokio tipo duomenis galima surinkti ne tik apklausos būdu. Sisteminius struktūruotus duomenis galima gauti ir taikant kitus metodus (stebėjimą, dokumentinių šaltinių analizę ir pan.), o atvejais gali būti ne tik respondentai, bet, pavyzdžiui, šalys (de Vaus, 2002). Tačiau apklausa yra dažniausiai taikomas struktūruotų duomenų rinkimo metodas, o tokie duomenys atspindi rezultatą, kurio siekiama atliekant apklausas. Kaip surenkami tokie duomenys ir kuo naudingas toks duomenų formatas?

Apklausos klausimyno pagrindą sudaro klausimai su iš anksto suformuluotais atsakymų variantais. *Kiekvienas respondentas* atsako į tuos pačius klausimus tokia pačia tvarka pagal tokias pačias instrukcijas, t. y. kiekvienas respondentas atsakinėja į *identišką* klausimyną. Toks klausinėjimo būdas leidžia gauti *normą rezultatą* – kaip jau minėta, daugelį atvejų (t. y. respondentų) aprašyti pagal tuos pačius požymius (t. y. pagal

pasirinktų atsakymų į tuos pačius klausimus pasiskirstymą). Nors gali būti ir tokių apklausų, kuriose dalyvauja vos 10 respondentų, paprastai apklausų siekis yra tirti kiekybiškai dideles populiacijas. Todėl apklausos būdu gali būti surenkami didžiuliai duomenų masyvai, leidžiantys daryti *palyginimus*, nagrinėti socialinių grupių ypatumus, nustatyti ryšių tarp tiriamo reiškinio požymių buvimą ar nebuvimą, taikyti tiek paprastas, tiek sudėtingas loginės bei statistinės analizės priemones.

Apklausos būdu surenkami duomenys gali būti suskirstyti į dvi dideles grupes:

- *duomenys apie faktus*. Tai gali būti klausimai apie respondentų elgesį (pvz., „Ar esate, ar nesate dalyvavęs (-usi) X programoje“), nuosavybę (pvz., „Ar turite, ar neturite automobilį?“), respondento charakteristikas (pvz., lytis, amžius) ir kt.;
- *subjektyvūs duomenys*, arba duomenys apie vyraujančias nuostatas, nuomones, vertybes, sampratas, orientacijas, požiūrius, vertinimus ir kt.

Apklausos būdu surinkti duomenys apdorojami ir pateikiami kiekybine (skaitmenine) išraiška. Kitaip tariant, apklausa leidžia *kiekybiškai aprašyti* požymių reikšmių pasiskirstymą tiriamoje populiacijoje.

Apibendrinant pasakytina, kad *apklausa* – tai duomenų rinkimo metodas, kuriuo siekiama surinkti sistemingus kiekybinius duomenis apie dideles populiacijas, naudojant specifinę tyrimo priemonę – klausimyną.

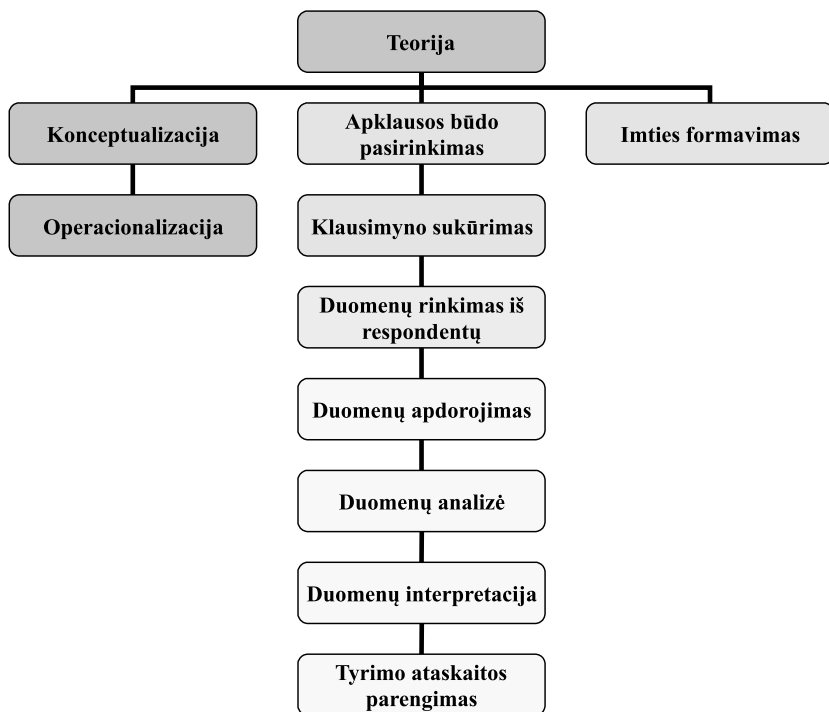
## 1.2. Apklausos tyrimo procesas

Apklausos tyrimo procesas atitinka bendras *kiekybinės* socialinių tyrimų metodologijos nuostatas. Tai *procesas*, kurio metu atskleidžiamos sąsajos tarp teorijos ir faktų (empirinių duomenų). Teorija ir tyrimo duomenų rinkimas yra tarpusavyje susiję mokslinės visuomenės analizės komponentai: empirinius duomenis reikia paaiškinti (pasitelkiant teoriją); tačiau lygiai taip pat aiškinimai (teorijos teiginiai) turi būti patvirtinti remiantis empiriniais duomenimis. Šiame procese galimos dvi kryptys – hipotetinė dedukcija (arba teorijos testavimas) ir hipotetinė indukcija (arba teorijos konstravimas). Vadovaujantis hipotetinės indukcijos logika, išeities taškas yra *empiriniai duomenys*, kurių pagrindu konstruojami

teoriniai teiginiai; tuo tarpu vadovaujantis hipotetinės dedukcijos logika, išeities taškas yra *teorija*, kurios teiginiai patikrinami surinkus empirinius duomenis. Nors konkretaus tyrimo metu dedukcinė ir indukcinė logika susipina (de Vaus, 2002; Tureikytė, 2004; Andres, 2012), kiekybiniuose tyrimuose dominuoja dedukcinė logika. Kitaip tariant, kiekybinio tyrimo procesas paprastai prasideda nuo teorinės koncepcijos, kurios pagrindu apibrėžiamos svarbiausios tyrimo sąvokos bei gali būti suformuluojami hipotetiniai teiginiai – pagrįstos prielaidos apie tiriamo reiškinių egzistavimo pobūdį bei galimus ryšius tarp tiriamų socialinių veiksnių – kurie patikrinami analizuojant surinktus empirinius duomenis. Kiekybiniuose tyrimuose teorija veikia kaip karkasas, leidžiantis suformuluoti tyrimo klausimus, hipotezes, nukreipiantis duomenų rinkimo procesą (Creswell, 2009).

Laikant teorinius rėmus atskaitos tašku bei vadovaujantis kiekybiniam tyrimui būdinga logika, 1.1 paveikslas nurodo svarbiausius tyrimo proceso elementus, kai duomenys bus renkami apklausos metodu.

Konkretus apklausos tyrimas – tai šių elementų realizavimas, kiekviename etape priimant metodologiškai pagrįstus sprendimus. Nors apibendrintai kiekybinio tyrimo procesas laikomas linijiniu, kai atlikus viename etapu nurodytus veiksmus einama prie kito etapo (Tureikytė, 2004), praktiškai planuojant apklausos tyrimą šie etapai yra glaudžiai tarpusavyje susiję ir gali būti vykdomi tuo pačiu metu. Pavyzdžiui, apklausos būdo pasirinkimas tiesiogiai susijęs su atrankos procesu, taigi, konkrečiame tyrime tai gali būti vienas etapas. Taip pat galimas atvejis, kad, perėjus prie kito etapo, teks vėl grįžti prie ankstesnio. Pavyzdžiui, pradėjus konstruoti klausimyną gali paaiškėti, kad nepakankamai aiškiai konceptualizuotos bei operacionalizuotos tyrimo sąvokos, taigi, reikės papildomai jas patikslinti.



1.1 pav. Apklausos tyrimo procesas ir jį sudarantys elementai

Todėl skirtingais atspalviais schemeje pažymėjome tris pakopas, kurios santykinai susijusios linijine logika, t. y. griežtai einančios viena po kitos:

I pakopa apima teorinį tyrimo pagrindimą, kai apibrėžiama, *kas ir kodėl* bus tiriama, bei metodinius sprendimus, nurodančius, *kaip* tai bus tiriama. Galutinis šios pakopos rezultatas – matavimo priemonės (klausimyno) ir duomenų rinkimo proceso planas;

II pakopa: „*lauko darbai*“, t. y. duomenų iš respondentų rinkimas taikant klausimyną;

III pakopa: *analitinė*, apimanti duomenų apdorojimą, analizę, ataskaitos rengimą ir kitus susijusius veiksmus.

Planuojant apklausos tyrimą, prasminga parengti *tyrimo vykdymo planą*, kuriame įvardijamos tyrimo užduotys, numatomi jų vykdytojai, reikalingos finansinės ir laiko sąnaudos. Įprastai I, teorinio-metodologinio tyrimo pagrindimo pakopoje aktualu tik numatyti laiko sąnaudas bei vykdytojus (atsakingus asmenis). Didžiausių finansinių sąnaudų reikalauja „lauko darbų“ ir analitinė tyrimo proceso pakopos. Finansinių sąnaudų dydis priklauso nuo pasirinkto apklausos būdo, imties dydžio ir prieinamumo (pvz., plačiai geografiškai išsidėsčiusioje vietovėje apklausos tiesioginio interviu būdu pareikalaus tikrai daug lėšų). Finansinės sąnaudos duomenų analizei priklausys nuo to, ar turima reikalinga programinė įranga ir ar tyrėjas (-ai) turi reikiamą kvalifikaciją duomenims analizuoti. Tyrimo vykdymo plano pavyzdys pateikiamas šio skyriaus priede.

Taigi, vadovėlis ir skirtas išsiaiškinti, koks yra praktinis kiekvieno elemento turinys; kokius planavimo, pasirengimo bei įgyvendinimo žingsnius apima kiekvienas iš jų; kokie metodologiniai reikalavimai keliami ir kaip jie patenkinami kiekviename etape.

Tolesniuose šio skyriaus poskyriuose glaustai aptariami teorinio tyrimo pagrindimo etapai (1.3 poskyris); sociologinių sąvokų konceptualizacijos, operacionalizacijos ir matavimo principai (1.4 poskyris); atrankos procesas (1.5 poskyris) bei tyrimo etikos klausimai (1.6 poskyris). Būtina pabrėžti, kad šie elementai būdingi kiekvienam socialiniam tyrimui, todėl aptariami tik svarbiausi klausimai bei tai, kas aktualiausia būtent apklausoms.

Antrame skyriuje pateikiamas detalus pagrindinių apklausos būdų aprašymas, trečiame skyriuje aptariamas klausimyno konstravimo procesas (kartu šiuose skyriuose pristatomos ir lauko darbų savybės, atspindinčios priimtus metodinius sprendimus), o ketvirtame skyriuje – apklausos duomenų apdorojimo, analizės bei tyrimo ataskaitos rengimo klausimai.

### 1.3. Teorinis tyrimo pagrindimas

Svarbiausias šio etapo rezultatas – suformuluoti, *ką* ketinama tirti ir *kodėl* tai reikia tirti. Kitaip tariant, pagrįsti tyrimo siekius. Šiame etape būtina suformuluoti tyrimo temą, problemą, tikslą, uždavinius, objektą, jei įmanoma / reikalinga – hipotezę (-es). Šalia tyrėjo interesų ir motyvų,



svarbus atspirties taškas yra teorinių šaltinių analizė, paprastai vadinama „teorine“ arba „literatūros“ apžvalga.

Taisyklės, reikalavimai ir rekomendacijos, kuriais vadovaujantis realizuojami šio etapo žingsniai, yra detaliam aptariami bendrojoje metodologinėje mokslinio tiriamojo darbo literatūroje lietuvių kalba (pvz., Kardelis, 2007; Maslauskaitė, 2008 ir kt.), todėl dėmesį sutelksime tik į esmines prielaidas, kurios leis nuosekliai pereiti prie tolesnių apklausos tyrimo proceso elementų.

**Teorinė (literatūros) apžvalga.** Literatūros analizė neretai pradeda dar prieš pasirenkant apklausos temą ir gali būti paranki viso tyrimo proceso metu. Viena iš apklausos tyrimo prielaidų yra pakankamai išsamios išankstinės žinios apie ketinamo tirti reiškinių dimensijas, todėl net paprasčiausioje apklausoje būtina literatūros analizė. Ji yra labai svarbi tiriamojo darbo dalis dėl keleto priežasčių. Literatūros apžvalga sudaro konceptualų tyrimo pagrindą: padeda suformuluoti tyrimo temą, problemą bei konceptualias tyrimo ribas, suformuluoti tyrimo klausimus bei sukonstruoti analitinį tyrimo planą. Analizuodami literatūros šaltinius galime išsiaiškinti, kokie tyrimai jau buvo atlikti mus dominančia tema, kokie jų rezultatai bei kokie tyrimo klausimai dar nebuvo atsakyti kituose tyrimuose. Kiekvienas tyrimas turi papildyti esamas žinias kokiais nors naujais aspektais. Todėl literatūros šaltinių analizė padeda nebeišradinėti dviračio – nekartoti to, kas jau buvo atlikta ir taip įnešti savo indėlį į mokslines žinias. Literatūros apžvalga leidžia išsiaiškinti tyrimo sričiai reikšmingas teorijas bei sąvokas. Taigi, leidžia apibrėžti, kokiomis teorinėmis prielaidomis vadovausimės savo tyrime bei kaip apibrėšime esmines sąvokas. Taip pat leidžia susipažinti su tyrimo metodais bei strategijomis, kurie buvo taikomi kitų tyrėjų, dirbančių toje pačioje tyrimo srityje. Iš vienos pusės, tai sudaro galimybę savo tyrime pritaikyti jau patikrintus metodologinius sprendimus; iš kitos pusės, leidžia pasimokyti iš kitų tyrėjų klaidų bei išvengti jų savo atliekamame tyrime. Galiausiai, teorinio pagrindimo gali prirėkti analizuojant duomenis ir interpretuojant apklausos rezultatus.

Brymanas (2008, p. 82-83) pateikia keletą naudingų patarimų, į ką reikėtų atkreipti dėmesį, atliekant literatūros apžvalgą:

1. Rašantis pastabas, užsirašyti tikslus bibliografinius literatūros šaltinio duomenis.
2. Ugdytis kritinio skaitymo įgūdžius. Tai yra analizės tikslas nėra vien apibendrinimas – svarbu gebėti kritiškai vertinti tai, kas perskaityta. Kritinis vertinimas nėra vien kitų autorių darbų kritika, juo siekiama atsakyti į klausimus: kaip tai, kas perskaityta, siejasi su tuo, kas rašoma kituose šaltiniuose? Kokius pastebime privalumus ir trūkumus aprašytoje metodologijoje arba tyrimo išvadose? Kokios teorinės idėjos turėjo įtakos tokiems rezultatams?
3. Literatūros apžvalga padeda išryškinti tyrimo problemos aktualumą, tyrimo naujumą. Pavyzdžiui, vienas iš argumentų, pagrindžiančių, kodėl mes atliekame tyrimą, gali būti tas, kad, nors daug tyrimų buvo atlikta X tema, beveik nebuvo tyrinėtas X1 temos aspektas.
4. Literatūros apžvalgos tikslas nėra visko, ką tik tyrėjas perskaitė, įtraukimas. Apžvalgos tikslas – padėti suformuluoti argumentus.
5. Literatūros apžvalga nesibaigia empirinio tyrimo plano sukūrimu. Ji turi būti apžvelgiama iki pat tyrimo pabaigos, nes gali padėti interpretuojant tyrimo metu surinktų duomenų analizės rezultatus.

**Tyrimo temos pasirinkimas.** Kiekvienas mokslinis tyrimas pradedamas nuo tyrimo temos parinkimo. Galima pateikti kelias rekomendacijas, į ką reikėtų atkreipti dėmesį renkantis temą:

1. *Tema turi būti aktuali.* Kitaip tariant, atlikus tyrimą, jo rezultatai turėtų leisti papildyti jau esamas žinias, jas atnaujinti, pasiūlyti naujus metodologinius ar problemos sprendimus. Kaip minėta, būtent literatūros apžvalga leidžia pagrįsti temos aktualumą, poreikį atlikti tyrimą tam tikra tema. Jei apklausa niekuo nepapildys jau esamų žinių, reikėtų pagalvoti, ar apskritai verta tyrimą atlikti.
2. *Tema turi būti asmeniškai įdomi bei naudinga tyrėjui.* Tai priklauso nuo tyrėjo individualių savybių – gabumų, polinkių, teorinio ir metodologinio pasirengimo. Naudingumas gali būti suprantamas kaip įgytas įdirbis pasirinktoje srityje ar kaip tyrimo rezultatų praktinis panaudojimas savo darbe.

3. *Temą turi būti įmanoma realizuoti.* Svarbu, ar tyrėjas suras pakankamai mokslinės literatūros tiriamą temą, ar bus galima taikyti tinkamus tyrimo metodus, įvertinti, ar pakaks materialinių išteklių, laiko tyrimui atlikti, ar tyrėjas turės pakankamai pagalbinių tyrimo planui įgyvendinti ir pan. Viena iš gana dažnų problemų apklausos tyrimuose gali būti tyrimui aktualios populiacijos prieinamumas. Todėl formuluojant temą iš karto reikėtų kelti klausimą: „Iš kur aš gausiu / iš ko surinksiu šiai temai atskleisti reikalingus duomenis?“ Pavyzdžiui, studentai baigiamuosiuose darbuose neretai planuoja specifinių populiacijų tyrimą (tarkime, „smurtą patyrusios moterys“), o vėliau susiduria su tikrai rimtais sunkumais, norėdami tokias populiacijas pasiekti bei įkalbėti jų narius dalyvauti apklausoje.
4. *Tyrimo tema turi būti labai gerai suformuluota.* Ji neturi būti pernelyg plati ar abstrakti, kadangi tokiu atveju nebus įmanoma jos išsamiai ištirti. Tema turėtų būti konkreti, aiški, reikėtų vengti labai sudėtingų formuluočių.

**Tyrimo problemos formulavimas.** Tyrimo problema turi atsispindėti tyrimo temoje. Tyrimo problemą galima suvokti kaip klausimą, į kurį kol kas neturime atsakymo, todėl yra reikalingas tyrimas. Kaip nurodo Maslauskaitė (2008), tyrimo esmę ir sudaro atsakymo (-ų) į iškeltą probleminį tyrimo klausimą paieška. Socialiniuose tyrimuose, taip pat ir apklausoje, gali būti keliami aprašomieji probleminiai klausimai (angl. *descriptive research*); aiškinamieji probleminiai klausimai (angl. *explanatory research*) bei vertinamieji probleminiai klausimai (angl. *evaluation research*) (de Vaus, 2002; Nardi, 2006; Babbie, 2007; Maslauskaitė, 2008). Aprašomieji klausimai sprendžia tiriamo reiškinių ypatumų nustatymo problemą („kas ir kaip yra?“; „ar taip yra?“; „ar taip, kaip yra šiandien, skiriasi nuo to, kaip buvo prieš 50 metų?“ ir pan.). Aiškinamieji klausimai sprendžia problemą „kodėl?“ Tai yra, siekiama paaiškinti reiškinių priežastis, socialinių veiksnių tarpusavio sąsajas. Būtent keliant tokio tipo tyrimo problemą paprastai formuluojamos hipotezės. Vertinamieji tyrimo klausimai orientuoti į esamos situacijos įvertinimo ir pakeitimo (tobulinimo) problematiką.

Tyrimo problemos suformulavimas gana sudėtingas ir didelio tyrėjo įdirbio reikalaujantis procesas, tai ir vienas svarbiausių tyrėjo gebėjimų (Maslauskaitė, 2008; Strzyzewska, 2009). Kartu tyrimo problema nurodo pagrindinę tyrimo idėją, tyrėjo požiūrį ir žinias apie tiriamą reiškinį.

**Tyrimo objekto apibrėžimas.** Suformulavus tyrimo problemą, pasirenkamas tyrimo objektas. Tyrimo objektas – tai pagrindinis tiriamasis reiškinys arba tai, ką tyrimo metu fiksuosime ir matuosime. Pavyzdžiui, tyrimo objektas – mokinių mokymosi motyvaciją skatinantys veiksniai.

**Tyrimo tikslo ir uždavinių apibrėžimas.** Tyrimo tikslas – tai siekiamas galutinis tyrimo rezultatas. Tyrimo tikslas gali būti orientuotas į teorinio-pažintinio rezultato arba praktinio-taikomojo rezultato siekimą. Tyrimo tikslą konkretizuoja tyrimo uždaviniai, t. y. žingsniai, kuriuos planuojama įgyvendinti siekiant numatyto tikslo. Tai savotiški laipteliai, kuriais reikia pakilti norint pasiekti galutinį rezultatą. Uždaviniai gali būti formuluojami kaip informacija, kurią reikia surinkti, norint pasiekti tyrimo tikslą, arba kaip veiksmai, kuriuos reikia atlikti siekiant tikslo.

Formuluojant tyrimo uždavinius dažnai vartojamos tokios sąvokos: *ištirti, sudaryti, išanalizuoti, palyginti* ir t. t. Paprastai tyrime formuluojamas vienas tikslas ir 2–5 uždaviniai.

**Tyrimo hipotezių formulavimas.** Apklausos tyrimuose gali būti formuluojamos hipotezės, kurių teisingumas patikrinamas analizuojant surinktus duomenis. Tačiau tai prasminga tik tuomet, jei tyrime keliami aiškinamieji arba vertinamieji klausimai. Jei tyrimo tikslas aprašomasis, nėra prasminga formuluoti hipotezes (Maslauskaitė, 2008). Hipotezė yra galimas tyrimo problemos paaiškinimas. Paprastai hipotezės nusako galimus priežasties–pasekmės ryšius, kurie paaiškintų tyrimo problemą arba nurodytų jos sprendimą.

Hipotezės pavyzdys: „*Lietuviai, įgiję aukštąjį išsimokslinimą, yra tolerantiškesni imigrantų atžvilgiu.*“ Siekiant patikrinti šią hipotezę, reikia atlikti apklausą, kurioje būtų suformuluoti klausimai, leidžiantys įvertinti individo toleranciją imigrantų atžvilgiu, taip pat klausimai apie individo pasiektą išsimokslinimo lygį, jo tautybę.

Pirminė, pagrindinė tyrimo hipotezė (ar hipotezės) gali būti išskleista į išsistą grandinę išvestinių hipotezių. Tyrimo metu šios hipotezės arba patvirtinamos, arba paneigiamos. Reikėtų prisiminti, kad abu

atvejai yra vienodai tinkami, t. y. paneigta hipotezė yra toks pat galimas tyrimo rezultatas kaip ir patvirtinta hipotezė.

#### **1.4. Konceptualizacija, operacionalizacija ir sociologinių sąvokų matavimas**

Pagrindinė apklausos kaip kiekybinio duomenų rinkimo metodo paskirtis yra *matavimas*, arba išsamus, tikslingas realybės stebėjimas, kurio tikslas – aprašyti tiriamus reiškinius per reikšmes, sudarančias kintamąjį (Babbie, 2007). Ką gi reiškia išmatuoti sociologines sąvokas? Pavyzdžiui, ką reiškia išmatuoti žmonių religingumą? Koks turėtų būti religingumo matas? Kaip nustatyti, ar žmogus yra religingas, ar nėra religingas? Iš tiesų sociologai labai dažnai nori matuoti tokias sąvokas, kurios atrodo apskritai nematuotinos. Taigi, svarbus etapas apklausos tyrime yra abstrakčių, teorinių sąvokų „vertimas“ į matavimo kalbą. Šį procesą įvardina *konceptualizacijos* ir *operacionalizacijos* terminai: konceptualizacija – abstrakčių sąvokų tikslinimas ir jų prasmės detalizavimas, o operacionalizacija – procesas, kurio metu sukuriamos specialios tyrimo procedūros, leidžiančios šias sąvokas stebėti ir fiksuoti realybėje (Babbie, 2007). De Vausas (2002, p. 48) šį procesą apibūdina kaip „leidimąsi abstrakcijos kopėčiomis“, t. y. procesą, kuriame judama nuo abstrakčių sąvokų link galimybės sukurti klausimyno klausimus, nuo bendrų prasmių link konkrečių apibrėžimų ir empirinių sąvokos indikatorių.

Nors tyrimo proceso schemeje konceptualizacija ir operacionalizacija pavaizduotos kaip atskiri elementai, reikėtų suprasti, kad visas apklausos tyrimo procesas yra skirtas tam, kad būtų sukurta ir įgyvendinta norimų reiškinių matavimo procedūra. Bendriausia prasme konceptualizacija prasideda jau formuluojant tyrimo temą, įvardijant tyrimo problemą, nusakant teorinius teiginius, nes visa tai veda link tyrimui svarbių sąvokų tikslinimo ir apibrėžimo, išgryninamas sąvokų turinys bei tyrėją dominančios dimensijos, nustatomi indikatoriai, kurie nurodo sąvokų egzistavimą realybėje, sukuriama indikatorių matavimo sistema, t. y. klausimynas su klausimais bei atsakymų variantais, visa duomenų rinkimo procedūra, o vėliau duomenų apdorojimo ir analizės procese vėl sprendžiama, kaip būtų galima sujungti ar kitaip modifikuoti atskirus

klausimyno klausimus į naujus, pavyzdžiui, sudėtinius kintamuosius (įvairius indeksus ar skales), kurie leistų tiksliau, visapusiškiau išmatuoti norimus objektus ar reiškinius. Gera konceptualizacija – pirmas žingsnis siekiant sukurti gerą matavimo priemonę; gera operacionalizacija – geriausių empirinių sąvokos atitikmenų parinkimas (Ruane, 2005). Taigi, kaip bendros idėjos paverčiamos konkrečia matavimo priemone?

Tokios sąvokas kaip religingumas, pasitikėjimas, gerovė, socialinis kapitalas ir pan. yra teoriniai konstruktai – jie apima visą aibę galimų šių sąvokų prasmių. Jei paklaustume šio vadovėlio skaitytojų, ką jiems reiškia „gerovė“, surinktume labai ilgą prasmių sąrašą. Visos šios prasmės ir sudaro sąvokos „gerovė“ turinį. Kaip apibendrina De Vausas (2002), sąvokos yra terminai, kuriuos žmonės kuria siekdami palengvinti tarpusavio komunikaciją, tačiau šios sąvokos neturi fiksuotos, nekintamos prasmės. Kasdieniame gyvenime tai galbūt nėra problema (atvirkščiai – efektyvi priemonė), ir galima vadovautis apibendrintu supratimu, ką reiškia viena ar kita sąvoka. Tačiau sociologiniuose tyrimuose, ypač kai kalbama apie kiekybinius matavimus, turi būti labai tikslus apibrėžimas, ką kiekviena sąvoka reiškia konkretaus tyrimo kontekste. Kitaip tariant, tyrime matuojame ne kažkokią abstrakčią, neapibrėžtą prasmę turinčią sąvoką, o sąvoką pagal konkretų tyrėjo pasirinktą ar sukurtą *apibrėžimą*. Pirminiame konceptualizacijos etape tyrėjas turi pats sau atsakyti į klausimą: „Ką tiksliai aš turiu galvoje, kai šiame tyrime vartoju sąvoką, tarkim, „religingumas“?“. Galėtume pateikti pavyzdį su iš pirmo žvilgsnio, atrodo, paprasta ir konkrečia sąvoka – „jaunimas“. Kas yra „jaunimas“? Kokią amžiaus grupę savo tyrime aš laikysiu jaunu? Ar tai bus žmonės nuo 15 iki 25 metų? O gal iki 35 metų? Galbūt reikėtų pasižiūrėti, kaip jaunimą apibrėžia kokie nors teisės aktai? Kokiais remtis – nacionaliniais ar tarptautiniais? O gal „jaunimas“ mano tyrime bus siejamas ne su amžiumi, o su, pavyzdžiui, subjektyvia būsena? Taigi, grįžtame prie klausimo: konkrečiai šiame tyrime, ką reiškia „jaunimas“? Matome, kad sąvokų apibrėžimas apklausose nėra paprastas procesas. Sociologijoje ta pati sąvoka turi daug skirtingų apibrėžimų, todėl tyrėjas turi pagrįstai nurodyti, kokia prasme bus vartojama viena ar kita sąvoka jo tyrime.

Tikslinant sąvokos apibrėžimą, pagrindas yra literatūros šaltinių analizė. Tyrėjas turėtų išsiaiškinti, kokie yra galimi sąvokos apibrėžimai,

kokie bendri elementai sieja šiuos apibrėžimus, su kokiais kontekstais siejami sąvokos apibrėžimai ir pan. Surinkęs tokį sąvokos apibrėžimų „fondą“, tyrėjas toliau sprendžia, kokį apibrėžimą jis naudos savo tyrime. Tai gali būti kito autoriaus pasiūlytas apibrėžimas, naujas suformuluotas apibrėžimas, enciklopedinis apibrėžimas ir pan. Tačiau apibrėžimas, kuris nurodytų sąvokos prasmę konkrečiame tyrime, būtinas.

Kita „abstrakcijos kopėčių“ pakopa – sąvokos *dimensijų* išskyrimas. Kiekvieną sąvoką paprastai sudaro jos dimensijos, arba sąvokos turinį konkretizuojantys aspektai. Pavyzdžiui, tiriame smurto prieš moteris problemą. Smurtas gali įgyti keletą dimensijų: gali būti fizinis, psichologinis, ekonominis, seksualinis. Jei kalbėsime apie toleranciją, ji taip pat atspindi per dimensijas: gali įgyti emocinę arba veiksmo dimensiją. Religingumas gali turėti įsitikinimų, religinių praktikų ir kt. dimensijas. Neretai kiekvieną dimensiją gali sudaryti keletu pakopų subdimensijos. Tyrėjas turi nuspręsti ir paaiškinti, kokias sąvokos dimensijas jis įtrauks į tyrimą. Viename tyrime gali būti siekiama aprėpti visas reiškinio dimensijas arba gilintis tik į vieną dimensiją, pavyzdžiui, tirti tik fizinio smurto dimensiją. Neretai išskiriant sąvokos dimensijas ir subdimensijas reikia papildomai jas apibrėžti. Pavyzdžiui, kaip savo tyrime apibrėšime „fizinį smurtą“?

Sąvokos dimensijas sudaro *indikatoriai*, kurie yra *išmatuojami* dimensijų aspektai. Kitaip tariant, indikatoriai atspindi tai, ką realiai galima stebėti kaip sąvokos pasireiškimą ar nepasireiškimą realybėje. Pavyzdžiui, kokie indikatoriai nusakys, ar konkretus žmogus yra religingas, ar nereligingas? Religinių praktikų dimensijos indikatoriumi galėtų būti religinių apeigų lankymo bažnyčioje dažnumas. Galima būtų dar labiau konkretizuoti, išskiriant „įprastas“ apeigas (pvz., dalyvavimas sekmadieninėse pamaldose) ir „progines“ apeigas (dalyvavimas, pvz., specialiose šv. Velykų apeigose). Galima fiksuoti dalyvavimą / nedalyvavimą tokiose apeigose; dalyvavimo tokiose apeigose reguliarumą (dažnumą); galima detalizuoti dalyvavimo tokiose apeigose sudėtinius indikatorius: maldų kalbėjimas; išpažinties ėjimas; aukų aukojimas ir pan. Kaip galima pastebėti iš tokio apibendrinto pavyzdžio, vienos sąvokos vienai dimensijai ar net subdimensijai galima sudaryti gana ilgą indikatorių sąrašą. Tyrimui tinkamiausių (geriausiai empiriškai atspindinčių sąvokas) indikatorių atrinkimas yra baigiamasis konceptualizacijos proceso žingsnis.

Indikatorių pagrindu konstruojami *kintamieji*. Kintamasis – tai indikatorius, išreikštas pamatuojamomis sąvokomis ir aiškia matavimo forma. Taigi, pereiname prie *operacionalizacijos* proceso – aiškių priemonių ir procedūrų, skirtų kintamiesiems matuoti ir informacijai rinkti, sudarymo. Apklausos tyrime tai būtų klausimyno klausimų formuluotės, atsakymo variantų sudarymas, apklausos būdo pasirinkimas ir įgyvendinimo procedūrų numatymas. Kitaip tariant, konceptualizacijos ir operacionalizacijos procesų rezultatas yra kintamųjų ir juos sudarančių reikšmių nustatymas (Babbie, 2007).

Kokios galėtų būti rekomendacijos, kurios padėtų sukurti gerus indikatorius, taigi, ir matavimo instrumentą? Klausimyno sudarymo ir klausimų formulavimo principai detalai aprašyti 3 skyriuje. Tačiau yra nemažas darbas, kurį tyrėjas gali (turėtų) atlikti prieš pradėdamas konstruoti klausimyną. Visų pirma pasiteisinanti praktika yra išsami jau esamų sąvokos indikatorių analizė. Yra tikrai daug tarptautinių tyrimų bei mokslinių studijų, kuriose tam tikros sąvokos reguliariai matuojamos, taigi, jų matavimo priemonės yra patikrintos ir įvertintos. Šios priemonės galėtų būti atskaitos taškas, ypač mažiau patirties turintiems tyrėjams. Kaip pabrėžia De Vausas (2002, p. 20), jei nusistovėjusios matavimo priemonės egzistuoja, jas reikėtų ir naudoti. Be to, naudojant matavimo priemones, kurios buvo taikytos tarptautinėse arba nacionalinėse apklausose, atsiranda galimybė palyginti rezultatus, t. y. matyti savo tyrimo rezultatus platesnio masto tyrimų rezultatų kontekste (Remler ir Van Ryzin, 2011). *Svarbu*: jei yra naudojamas arba adaptuojamas kitų tyrėjų sukurtos priemonės turinys (pvz., klausimyno klausimai), visada privaloma nurodyti šaltinį.

Kita rekomendacija galėtų būti įvairūs nedidelio masto pagalbinais tyrimai, pavyzdžiui, *fokus* grupės, stebėjimai, kokybiniai interviu, kurie suteiktų geresnį supratimą apie tiriamo reiškinio prasmę ne tyrėjo, o tam tikro socialinio konteksto veikėjų akimis. Tai galėtų papildyti žinias apie galimus indikatorius, pagelbėtų kuriant klausimų formuluotes ar konstruojant atsakymo variantus.

Kaip jau buvo galima suprasti, net ir konkrečiam indikatoriumi nėra vienintelio matavimo būdo. Priklausomai nuo tyrimo tikslo, tiriamos populiacijos charakteristikų, analizės poreikių, tam pačiam indikatoriumi

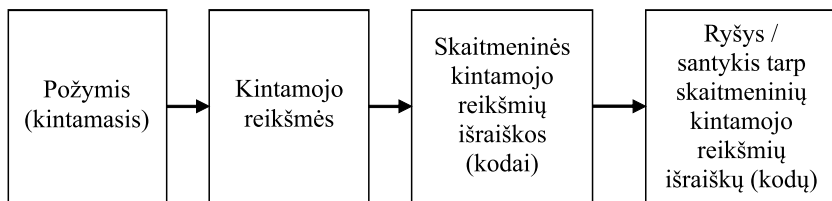


skirtinguose tyrimuose gali būti pritaikyta kitokia matavimo priemonė. Pavyzdžiui, viename tyrime gali būti svarbu amžių išmatuoti tiksliai kiekvieno respondento metų skaičiumi, o kitame tyrime pakaks, kad respondentai nurodys, kuriai amžiaus grupei jie priklauso. Galbūt net apskritai norėsime žinoti tik tai, kokiai subjektyviai amžiaus grupei (pvz., jaunų, vidutinio amžiaus, pagyvenusių) respondentai save priskiria. Tad kurdamas matavimo priemonę, tyrėjas turėtų detaliai apsvarstyti, kokie yra jo tyrimo poreikiai.

Galima apibendrinti, kad abstrakčių sąvokų tikslinimas ir empirinių jų atitikmenų konstravimas yra sudėtingas procesas. Tyrėjas turi labai aiškiai apibrėžti, ką konkrečiame tyrime reikš jo vartojamos sąvokos, kokios dimensijos bus tiriamos, kokius indikatorius ir kintamuosius pasitelkus bus atliekamas sąvokos empirinis matavimas.

Galiausiai, svarbi ir matematinė-loginė sąvokų matavimo procedūra. Renkant duomenis apklausos metodu matavimo proceso centre atsiduria kintamieji, kurie yra empiriniai abstrakčių sąvokų atitikmenys, o kartu ir jų matavimo priemonės. Matavimai atliekami per reikšmes, kurios sudaro kintamąjį. Kintamasis – logiškai susietų reikšmių rinkinys, aibė. Kiekvienas kintamasis turi (įgyja) mažiausiai dvi reikšmes. Pavyzdžiui, kintamasis „lytis“ įgyja reikšmes „vyras“ ir „moteris“. Šios reikšmės tarpusavyje susijusios tam tikra logika, kuri atspindi skirtingus galimus **kintamųjų matavimo lygmenis**, taigi, ir nurodo skirtingas galimas / leistinas analizės priemones.

Apdorojant apklausos duomenis specialiomis kompiuterinėmis programomis (pvz., 4 skyriuje pristatoma SPSS programa), paprastai kintamojo reikšmės koduojamos skaitmenimis (nors reikalui esant, galima įvesti simbolius, tekstą ir pan.). Pavyzdžiui, „vyras“ gali būti koduojamas kaip „1“, o „moteris“ – kaip „2“. Tačiau priklausomai nuo kintamojo matavimo lygmens, šie skaitmeniniai reikšmių atitikmenys nebūtinai atliks skaitmeninę funkciją analizės procese. Kintamojo matavimo lygmuo išreiškia santykį tarp kintamojo reikšmių, arba skaitmeninių verčių, kurios koduojant yra suteikiamos kintamųjų reikšmėms. Šis procesas pa-  
vaizduotas 1.2 paveiksle.



1.2 pav. Kintamojo, jo reikšmių ir kodų tarpusavio ryšys

Taigi, koks santykis tarp „1“ ir „2“, jei tai yra kintamojo „lytis“ reikšmių kodai? Ar prasminga, pavyzdžiui, apskaičiuoti, koks yra lyties vidurkis imtyje? Techniškai tai galima padaryti, nes kintamojo reikšmės užkoduotos skaitmenimis, tačiau kaip interpretuoti gautą, pavyzdžiui, 1,3 vidurkį? Matavimo lygmenys nusako, kokios analizės priemonės yra leistinos tam tikram kintamajam ir kokia kintamojo interpretacija yra prasminga. Todėl tiek konstruojant klausimyną, tiek apdorojant duomenis, tiek planuojant duomenų analizės procedūras būtina žinoti ir atsižvelgti į kintamųjų matavimo lygmenis ir jų savybes. Kintamieji yra klasifikuojami pagal naudotą matavimo skalę. Yra keturi pagrindiniai matavimo lygmenys arba keturių lygmenų matavimo skalės: nominalioji (pavadinimų) (angl. *nominal*); rangų (tvarkos) (angl. *ordinal*); intervalų (angl. *interval*) ir santykių (angl. *ratio*).

*Nominalaus lygmens matavimo skalė.* Nominaliųjų kintamųjų (tai yra kintamųjų, kurie matuojami nominalaus lygmens matavimo skalėje) reikšmės leidžia *tik* klasifikuoti, t. y. suskirstyti respondentus į atskiras, tarpusavyje nesutampančias ir nelygintinas grupes. Jau minėtas kintamasis „lytis“ yra nominalus, jo reikšmės suskirsto respondentus į „vyrų“ ir „moterų“ grupes. Priskirtas skaitmeninis reikšmės kodas jokios kiekybinės funkcijos neatlieka, t. y. „1“ nereiškia „daugiau“ už „2“. Tiesiog „1-etas“ nėra „2-etas“. Šiuo atveju nėra jokio skirtumo, koks kodas būtų priskirtas, pavyzdžiui, „vyrus“ galima koduoti kaip „25“, o moteris kaip „18“ – jokios aritmetinės operacijos su šiomis reikšmėmis neturi prasmės. Tokio matavimo lygmens kintamieji yra rasė, tautybė, plaukų spalva, vardas, lankoma mokykla (jos pavadinimas) ir pan. Analizuojant duomenis, galima suskaičiuoti, kiek respondentų priklauso kuriai kategorijai (tiek absoliučiais skaičiais, tiek procentine išraiška).

*Rangų lygmens matavimo skalė.* Kintamojo reikšmės tarpusavyje susijusios tam tikra eilės tvarka. Taigi, kintamojo reikšmės ne tik leidžia imties objektus (respondentus) suskirstyti į atskiras grupes, bet ir sudėlioti grupes į tam tikrą eilę, pavyzdžiui, pagal požymio didėjimą ar mažėjimą. Kitaip tariant, leidžia kiekvieno objekto padėtį įvertinti kitų objektų atžvilgiu. Tačiau atstumai tarp rangų skalės kintamojo reikšmių neturi kiekybinės prasmės. Reikšmes galima lyginti eiliškumui nustatyti, tačiau negalima nusakyti, kiek skiriasi viena reikšmė nuo kitos. Ranginio kintamojo pavyzdys galėtų būti išsilavinimo lygis su reikšmėmis (ir kodais) „pradinis“ (1); „pagrindinis“ (2); „vidurinis“ (3); „aukštasis“ (4). Galime suskaičiuoti, kokia dalis respondentų kuriai išsilavinimo grupei priklauso; taip pat galime pasakyti, kad tie, kurių išsilavinimas yra „pagrindinis“, yra mažiau išsilavinę nei tie, kurių „aukštasis“; tačiau kiek daugiau išsilavinę, objektyviai įvertinti negalime. Kitas ranginio kintamojo pavyzdys – pasitikėjimo x institucija lygis: „labai pasitiki“ (1), „pasitiki“ (2), „nepasitiki“ (3), „labai nepasitiki“ (4). Svarbu atkreipti dėmesį į tai, kad net įrašyti skaitmeniniai kodai neišreiškia objektyvaus kiekybinio atstumo tarp kintamojo reikšmių, t. y. mes negalime interpretuoti, kad „labai nepasitiki“ yra, pavyzdžiui, „dvigubai mažiau“ arba „dviem punktais mažiau“ pasitikėjimo nei „pasitiki“. Tokios interpretacijos nėra prasmingos.

*Intervalų lygmens matavimo skalė.* Turi vienodus ir prasmingai interpretuojamus intervalus tarp reikšmių. Taigi, tokioje skalėje matuojamas kintamasis leidžia sugrupuoti objektus, sudėlioti juos eilės tvarka bei prasmingai interpretuoti, kiek (keliais vienetais) daugiau (mažiau) matuojamo požymio yra viename objekte, palyginti su kitu objektu ar objektais. Intervalų skalėje nėra absoliutaus nulio atskaitos taško, atskaitos taškas yra laisvai pasirenkamas. Intervalų lygmens kintamojo pavyzdys galėtų būti intelekto koeficientas (IQ); temperatūros matavimai; regėjimo matavimai (dioptrijų skalė) ir pan. Beje, skirtingai nei nominalioje ir rangų lygmens skalėse, intervalų skalėje reikšmės paprastai jau klausimyne yra skaitmeninės.

*Santykių lygmens matavimo skalė.* Šioje skalėje yra absoliutus nulis, t. y. atskaitos taškas, rodantis, kad tiriamojo požymio nėra, todėl rezultatai visada bus neneigiami skaičiai (Čekanavičius ir Murauskas, 2006). Santykių lygmens kintamųjų reikšmės visada skaitmeninės. Su šiais

kintamaisiais galima atlikti bet kokias matematines operacijas. Tokių kintamųjų pavyzdžiai yra ūgis, svoris, amžius, pajamos, turimų knygų skaičius ir pan.

Apibendrinant reikėtų atkreipti dėmesį į keletą prielaidų ir patikslinimų. Pagal savo prigimtį kintamieji gali būti kokybiniai ir kiekybiniai. Kiekybinių kintamųjų reikšmės jau duomenų rinkimo priemonėje yra skaičiai; o kokybinių kintamųjų reikšmės yra kategorijos, nenusakomos skaičiais. Nominaliosios ir rangų skalės kintamieji laikomi kokybiniais, o intervalinės ir santykių skalės kintamieji yra kiekybiniai.

Kintamųjų matavimo lygmenys atspindi ir kintamųjų matavimo galimybes: žemiausias kintamojo matavimo lygmuo yra nominalus, jis leidžia labai ribotas skaičiavimo operacijas, tuo tarpu aukščiausias matavimo lygmuo – santykių – leidžia visas matematines operacijas.

Iš to kyla kita prielaida – aukštesnio matavimo lygmens kintamuosius analizės metu galima transformuoti į žemesnio matavimo lygmens kintamuosius, tačiau atvirkštinis procesas nėra įmanomas. Pavyzdžiui, jei amžių išmatavome tiksliai respondento metų skaičiumi, analizės metu galime sudaryti amžiaus grupes ar suskirstyti respondentus į „jaunus“, „vidutinio amžiaus“ ir „senus“. Tačiau jei klausimyne pateikėme šias reikšmes, į amžių metų skaičiumi tokio kintamojo niekaip netransformuosime. Todėl, kaip minėta, kintamojo matavimo lygmens nustatymas aktualus jau kuriant matavimo priemonę, numatant, kokios analizės vėliau tyrėjui reikės.

Kiekvienas matavimo lygmuo apibrėžia leistinas / būdingas analizės priemones. Jos taikomos tiek kalbant apie elementarias aprašomosios statistikos priemones (pvz., vidurkio skaičiavimas), tiek apie sudėtingas analitines procedūras (pvz., parametriniai analizės metodai). Prieš taikydamas tam tikrą analitinį veiksmą, tyrėjas turėtų žinoti / pasidomėti, ar ir kaip šis metodas taikytinas pasirinktam kintamajam ar kintamųjų grupei, priklausomai nuo jų matavimo lygmens. Antraip bus atliekami neteisingi / neprasmingi analitiniai ir interpretaciniai žingsniai<sup>2</sup>.

<sup>2</sup> Šie principai plačiai aprašyti statistikos ar duomenų analizės literatūroje, pavyzdžiui, V. Čekanavičiaus, G. Murausko „Statistika ir jos taikymai“ (2006 m. I dalis ir 2008 m. II dalis).

Sociologiniuose tyrimuose labai dažnai taikomos įvairios nuostatų matavimo skalės, pavyzdžiui, Likerto skalė (žr. 3.4.2 skyrelį). Šių skalių reikšmės gali būti žodinės (nuo „labai gerai“ iki „labai blogai“) arba skaitmeninės (nuo 1 iki 5, kur nurodomos kraštinių skalės reikšmių prasmės). Būtina atkreipti dėmesį į tai, kad nėra vienareikšmiškai sutariama, ko kiam matavimo lygmeniui priklauso šios skalės ir kaip jas galima naudoti analizės metu (Norman, 2010). Pagal savo prigimtį ir savybes šios skalės yra ranginės. Tačiau gana dažnai analizės metu jos traktuojamos kaip intervalų lygmens skalės. Skirtingi autoriai pateikia skirtingus argumentus, kodėl tai leistina arba neleistina. Todėl konkrečiame tyrime tyrėjui reikėtų papildomai pasidomėti ir argumentuoti savo pasirinkimą. Iš vienos pusės, priskyrimas ranginei skalei yra konceptualiai teisingas. Iš kitos pusės, tai apriboja galimus analitinius veiksmus.

Apibendrinant kintamųjų matavimo principus pateikiama 1.2 lentelė, glaustai atspindinti šio proceso esmę.

**1.2 lentelė.** Kintamųjų matavimo lygmenys ir leistini analizės veiksmai

Žemiausias lygmuo ↓ Aukščiausias lygmuo	Kokybiniai kintamieji	Skalės	Leistini veiksmai	Skaičius
		Nominalioji	Elementų, patekusių į kiekvieną kategoriją, skaičiaus radimas	Kategorijos kodas
		Ranginė	Elementų, turinčių konkretų rangą, skaičiaus radimas. Rangų palyginimas (santykiai „daugiau“, „mažiau“).	Rangas
	Kiekybiniai kintamieji	Intervalų	Sudėtis, atimtis, daugyba, dalyba iš skaičiaus	Kintamojo reikšmė
		Santykių	Visos matematinės operacijos	Kintamojo reikšmė

Parengta remiantis: Čekanavičius, V.; Murauskas, G. 2006. Statistika ir jos taikymai I. Vilnius: TEV, p. 20-21.

Sudaryta matavimo priemonė turi būti **patikima** (t. y. pastovi, angl. *reliable*), **validi** (angl. *valid*) ir **tiksli** (angl. *precise and accurate*). Patikimumas susijęs su matavimo nuoseklumu ir pastovumu: atlikus tą pačią operaciją kelis kartus tapačiomis aplinkybėmis, gaunamas tapatus rezultatas. Kitaip tariant, esant sąlygai, kad pats tiriamas reiškinys nesikeičia,

kartojama matavimo procedūra duoda pastovius rezultatus. Jei ta pati matavimo priemonė pakartotinai pritaikyta tam pačiam objektui kiekvieną kartą lems tapačius rezultatus, ši priemonė yra patikima ir pastovi.

Validumas nusako, ar matavimo priemonė matuoja tikrai tai, ką tyrėjas ketino apklausos tyrime išmatuoti. Kiek gerai matavimas atspindi matuojamą reiškinį, o ne ką nors panašaus? Kitaip tariant, validumas išreiškia atitikimo tarp konceptualaus apibrėžimo ir operacionalaus apibrėžimo laipsnį.

Tikslumas siejamas su kintamojo reikšmių parinkimu. Paprastai tikslesnė matavimo priemonė yra geriau nei ne tokia tiksli, nors gali būti situacijų, kai preciziškas tikslumas nėra būtinas ar net pageidautinas (Babbie, 2007). Amžius metų skaičiumi bus tikslesnis amžiaus matas nei, pavyzdžiui, reikšmė „vidutinio amžiaus“. Prašymas nurodyti „miestą, kuriame gimėte“ bus tikslesnis gimimo vietos matas nei klausimas „gimimo vieta?“. Tačiau klausimas „Kiek kartų per praėjusį mėnesį kirtote sankryžą degant geltonam šviesoforo signalui?“ gali būti pernelyg tikslus ir sukelti respondentams sunkumų (ypač tiems, kurie taip elgiasi dažniau). Matavimo patikimumo, validumo ir tikslumo kriterijai papildomai aptariami 3 skyriuje.

### 1.5. Respondentų atranka

Atranka (angl. *sampling*) – ypač svarbus tyrimo proceso elementas atliekant apklausas. Planuojant apklausos tyrimą, svarbu pagrįstai nuspręsti, kiek respondentų reikia apklausti ir *kokiu būdu* juos parinkti bei įtraukti į tyrimą. Priklausomai nuo sprendimų, susijusių su atranka, išvadas iš tyrimo rezultatų vėliau galima patikimai *generalizuoti* platesniame kontekste arba, atvirkščiai, taikyti tik kalbant apie apklausoje dalyvavusius respondentus.

Prieš detaliau kalbant apie atrankos principus, būtina trumpai aptarti pagrindines sąvokas. Labai bendra tyrimui aktualių vienetų (apklausos atveju – žmonių) visuma vadinama *populiacija*. Pavyzdžiui, Lietuvos gyventojai; Ukmergės rajono mokyklų mokiniai; pabėgėlio statusą Lietuvoje turintys asmenys; vilniečiai; aukštųjų mokyklų studentai ir pan. Sprendimas, kas yra tyrimui aktuali populiacija, yra pirmasis

žingsnis atrankos procese. Kitaip tariant, tyrėjas turi apibrėžti, kokios populiacijos ribose bus atliekamas tyrimas ir apie kokią visumą bus daromos išvados. *Imtis* (angl. *sample*) – populiacijos dalis, atrinkta tirti. Paprastai tariant, apklausos imtis – tai žmonės, kurie taps respondentais (bus pasirinkti atsakyti į klausimyno klausimus). Neretai imčiai sudaryti reikalingas tyrimui aktualios populiacijos elementų sąrašas, vadinamasis *atrankos pagrindas* (angl. *sampling frame*). Pavyzdžiui, jei populiacija – X universiteto studentai, atrankos pagrindas bus šio universiteto studentų registras (sąrašas).

Pagrindinis imties parametras – *imties tūris* (dydis) (angl. *sample size*) arba atrinktų vienetų (respondentų) skaičius. Taigi, galima apibrėžti, kad *atranka* – *tyrimo imties sudarymo procesas*. Planuojant tyrimą būtina pagrįsti, kodėl būtent šie, o ne kiti populiacijos vienetai atrinkti tirti; kodėl jų atrinktas būtent toks skaičius; kokiais požymiais remiantis (ir kodėl būtent šiais) jie atrinkti; koks (ir kodėl būtent toks) atrankos modelis taikytas. Taigi, tyrėjas turi išspręsti klausimą, **kaip tinkamai sudaryti tyrimo imtį?**

Jei tyrimui aktuali populiacija nėra didelė (labai santykinis įvertis, tarkime, galėtų būti iki 500 elementų), galima apklausti visus jos narius, realiai atrankos nedarant (kitaip tariant, taikant *visuminę* atranką, t. y. *atrenkant* (į imtį įtraukiant) visus populiacijos narius). Pavyzdžiui, jei populiacija yra X liga sergantys žmonės, o jų Lietuvoje iš viso yra 300 ir tyrėjas turi galimybių bei resursų su visais jais susisiekti ir įtraukti į tyrimą, tuomet nėra sprendžiamas atrankos klausimas.

Tačiau paprastai populiacijos (ypač apklausos tyrimuose) yra didelės ir labai didelės, taigi, visų tyrimui aktualios populiacijos narių ne tik kad neįmanoma apklausti, tačiau taip pat tokių apklausų sąnaudos būtų milžiniškos, jų vykdymas truktų ilgai, duomenis apdoroti būtų sunku ir t. t. Iš kitos pusės, kaip jau parodė apklausų istorija, tai nėra tikslinga – suformavus imtį tam tikru būdu, iš jos galima daryti patikimas išvadas apie visą populiaciją.

Taigi, kai tyrimui aktualios populiacijos yra didelės ir konkretaus tyrimo kontekste neapreptinos, atliekama atranka, t. y. formuojama imtis. Nors, kaip matysime, yra skirtingų imties formavimo būdų, pamatinis apklausos tyrimų siekis yra *reprezentatyvios* imtys. Imtis yra repre-

zentatyvi, kai imties charakteristikos su dideliu tikslumu atitinka (reprezentuoja) populiacijos charakteristikas. Pavyzdžiui, amžiaus, lyties, pritarimo / nepritarimo x teiginiui ir kt. požymių reikšmių pasiskirstymas imtyje yra tikslus šių reikšmių pasiskirstymo populiacijoje atspindys.

Imties reprezentatyvumą lemia imties dydis ir pasirinktas imties sudarymo būdas. Yra du pagrindiniai imčių sudarymo tipai: *tikimybinės imtys* ir *netikimybinės imtys*. Sudarant imtį tikimybinio būdu, remiamasi tikimybių teorija ir populiacijos elementai į imtį atrenkami atsitiktinai (ang. *random selection*), tačiau šis atsitiktinumas yra apibrėžtas ir pamatuojamas: kiekvieno populiacijos elemento patekimo į imtį tikimybė yra žinoma. Atvirkščiai, sudarant imtį netikimybinio būdu, patekimo į imtį atsitiktinumas yra visiškai subjektyvus (Čekanavičius ir Murauskas, 2006) ir nėra išmatuotinas. Būtent tikimybiniai imčių sudarymo būdai leidžia užtikrinti reprezentatyvumą bei kiekybiškai įvertinti imties tikslumą. Tuo tarpu netikimybinės imtys neužtikrina reprezentatyvumo. Kaip su tuo susijęs imties dydis? Kuo didesnė imtis, tuo ji reprezentatyvesnė. Tačiau jei imtis sudaroma netikimybinio būdu, imties didinimas reprezentatyvumo reikšmingai nepadidins (nebent imtis apims beveik visą populiaciją). Imties reprezentatyvumas tiesiogiai susijęs su išvadų taikymo ribomis – jei imtis yra reprezentatyvi, atrankinio tyrimo išvadas galima apibendrinti visai populiacijai. Tačiau jei imtis nėra reprezentatyvi, yra *klaidinga* kalbėti apie populiaciją. Išvados turėtų apsiriboti atrankine visuma.

Taigi, nusprendus, kad populiacija yra didelė, todėl reikia atlikti atranką ir suformuoti imtį, būtina detaliau išsiaiškinti šiuos tarpusavyje susijusius klausimus: kokie yra galimi atrankos būdai bei kokį būdą pasirinkti? Koks turi būti imties tūris (didumas)? Kaip įvertinti imties ir populiacijos atitikimo laipsnį?

### 1.5.1. Tikimybinės atrankos būdai

Norint suformuoti reprezentatyvią imtį, reikėtų rinktis vieną iš tikimybinės atrankos būdų (de Vaus, 2002; Čekanavičius, Murauskas, 2006; Babbie, 2007 ir kt.): tai paprastoji atsitiktinė atranka (ang. *simple random sampling*); sisteminė (sistemingoji) atranka (angl. *systematic sampling*); stratifikuota (sluoksniinė) atranka (angl. *stratified sampling*); (daugiapakopė) klasterinė (lizdinė) atranka (angl. *multistage cluster sampling*).



*Paprastoji atsitiktinė atranka (PAA):* kai kiekvienas populiacijos elementas turi vienodą galimybę pakliūti į atrankos imtį. Gerai sudaryta atranka užtikrina, kad, tyrimą pakartojus su kitais tos pačios populiacijos elementais, gauti rezultatai su nedidele paklauda bus panašūs. Norint sudaryti imtį PAA būdu, reikalingas geras atrankos pagrindas. Pavyzdžiui, rinkėjų sąrašai, tikslinami prieš kiekviena rinkimus, galėtų būti teisingos atsitiktinės atrankos formavimo išeities taškas. Iš sąrašo esančių elementų atsitiktiniu būdu atrenkamas reikalingas respondentų skaičius (t. y. tam tikras imties tūris). Atsitiktinis atrinkimas gali būti atliekamas specialia kompiuterine programa arba pasinaudojus atsitiktinių skaičių lentele (angl. *a table of random numbers*)<sup>3</sup>. PAA pavyzdys galėtų būti toks: nusprendžiama, kokio tūrio imtis yra reikalinga; imamas visas rinkėjų sąrašas; jame esantys rinkėjai sunumeruojami pradedant 1; imama atsitiktinių skaičių lentelė ir atsižvelgiant į paskutinio rinkėjų sąrašo nario numerį (dviženklis, triženklis ar didesnis) sudaroma skaičių pasirinkimo sistema; pagal šią sistemą atsitiktinių skaičių lentelėje pažymimas imties tūrį atitinkantis skaičių kiekis; rinkėjų sąrašo pažymimi tie rinkėjai, kurių eilės tvarkos numeriai atitinka atsitiktinių skaičių lentelėje atrinktus numerius (pvz., lentelėje pasirinktas atsitiktinis skaičius yra 68, taigi, sąrašo pažymimas rinkėjas nr. 68); visi pažymėtieji rinkėjai patenka į imtį.

PAA būdas tinkamiausias tada, kai turimas geras (išsamus) atrankos pagrindas, tyrimui aktuali populiacija nėra plačiai geografiškai išsibarsčiusi arba kai pasirenkamas toks apklausos būdas, kuris nereikalauja nuvykti pas respondentus (de Vaus, 2002). Jei apklausa atliekama tiesioginio interviu būdu, o populiacijos nariai plačiai išsibarstę, gali tekti vykti pas atsitiktinai parinktus pavienius toli gyvenančius respondentus, o tai labai padidintų apklausos sąnaudas.

*Sisteminė atranka:* kai imtis suformuojama atrenkant kiekvieną populiacijos elementą  $k$  intervalu. Norint atlikti sisteminę atranką, reikia žinoti, kiek populiacijoje yra elementų ir kiek elementų reikia atrinkti (t. y. koks yra norimas imties tūris). Pavyzdžiui, jeigu iš 5000 populiacijos elementų mums reikia atrinkti 1000, tai bus atrenkamas kas 5-asis as-

<sup>3</sup> Šių lentelių pavyzdžius ir aprašymus galima rasti De Vaus, D. A.. 2002. *Surveys in Social Research*. (5th ed.). London, New York: Routledge, p. 72, taip pat Babbie, E. 2007. *The Practice of Social Research*. Belmont: Thomson Wadsworth, p. 203.

muo:  $k = N/n = 5000/1000 = 5$ . Kaip ir PAA atveju, norint pritaikyti sisteminės atrankos būdą, reikia turėti išsamų populiacijos elementų sąrašą, kadangi būtent šiame sąrašė bus taikomas sisteminės atrankos žingsnis. Taigi, turime atrankos pagrindą; apskaičiuojame atrankos žingsnį (pagal jau minėtą pavyzdį tai bus 5); pirmąjį elementą pasirenkame atsitiktinai išsirinkdami skaičių, kuris patenka į apskaičiuoto atrankos žingsnio intervalą (mūsų pavyzdyje tai būtų nuo 1 iki 5), pavyzdžiui, 4; apibraukiame sąrašė 4 numeriu pažymėtą elementą ir toliau žymime (į imtį įtraukiame) kiekvieną 5-ąjį sąrašė elementą (taigi, pirmasis 4, toliau – 9, 14, 19, 23 ir t. t.), kol surenkame reikiamą 1000 respondentų imties tūrį.

Sisteminės atrankos pritaikomumui būdingos tos pačios sąlygos kaip ir PAA (būtinai atrankos pagrindas, nedidelis geografinis išsibarsymas), o papildomai svarbu žinoti, kaip sudarytas pats populiacijos elementų sąrašė. Jeigu sąrašė elementai išsidėstę atsitiktinai, tuomet sisteminė atranka ekvivalenti paprastai atsitiktinei atrankai; tačiau jei elementai sąrašė yra išdėstyti tam tikru periodiškumu, reikėtų įvertinti, kaip šis periodiškumas gali atsiliepti imties savybėms (Babbie, 2007). Pavyzdžiui, turime I-IV kurso studentų sąrašą, kuriame eilės tvarka sudaryta pagal studentų priklausymą darbo grupėms, o tokias grupes sudaro 4 studentai, po vieną iš kiekvieno kurso. Taigi, sąrašė periodiškai kartosis studentų kursas: I-I (pirmos darbo grupės pirmo kurso studentas), I-II, I-III, I-IV, 2-I, 2-II, 2-III, 2-IV ir t. t. Jei atrankos žingsnis sutaps su šiuo periodiškumu, į imtį pateks tik tam tikro tipo elementai. Pavyzdžiui, jei atrankos žingsnis bus 4, tai į imtį nuolatos pateks to paties kurso studentai, priklausomai nuo pirmo pasirinkto taško. Jeigu numanoma, kad galimi tokie imties iškraipymai, reikėtų atlikti sąrašė pataisymus (pvz., išdėlioti sąrašą atsitiktiniu būdu) arba rinktis kitą imties sudarymo būdą. Nepaisant šios problemos, sisteminė atranka yra gana paprastas ir efektyvus imties sudarymo būdas, o galimi keblumai lengvai išsprendžiami.

*Stratifikacija (sluoksniinė) atranka:* kai, formuojant imtį, populiacijos elementai suskirstomi į homogeniškas grupes (stratas arba sluoksnius) pagal tam tikrus tyrimui svarbius požymius (pvz., amžių, lytį, išsilavinimą, profesiją, etninę sudėtį ir pan.), siekiant, kad šių požymių reprezentatyvumas būtų ypač didelis. Kitaip tariant, kiekvienoje homogeniškoje stratoje atrenkamas atitinkamas elementų skaičius, kuris imtyje tiksliai

atitiktų tos stratos elementų proporciją populiacijoje. Stratifikuota atranka yra tam tikra PAA bei sisteminės atrankos modifikacija, kadangi suskirsčius populiaciją į stratas, kiekvienoje jų elementai atrenkami PAA arba sisteminės atrankos būdu. Stratifikuota atranka užtikrina didesnę tam tikrų požymių reprezentatyvumą, tačiau atrankos procedūra tampa ir komplikuočiau.

Norint pritaikyti stratifikuotos atrankos būdą, reikalingas ne tik atrankos pagrindas, tačiau turi būti žinomi ir sąraše esančių elementų požymiai, kurių pagrindu ketinama sudaryti stratas. Pavyzdžiui, jei ketinama stratifikuoti pagal priklausymą etninei grupei, reikia žinoti, kuriai etninei grupei kiekvienas sąraše esantis žmogus priklauso. Be to, yra galimi skirtingi stratifikuotos atrankos variantai, pavyzdžiui, kai stratifikuojama tik pagal vieną požymį arba pagal keletą požymių; kai atranka atliekama kiekvienoje stratoje atskirai arba kai stratos eilės tvarka sudedamos į vieną sąrašą ir pan.

Paprasčiausias stratifikuotos atrankos pavyzdys galėtų būti toks: pasirenkamas stratifikacijos požymis, kuris yra svarbus tyrimui (pvz., lytis); atrankos pagrindas suskirstomas į atskirus sąrašus – viename sąraše moterys, kitame sąraše vyrai; kiekviename sąraše sisteminės atrankos būdu atrenkamas reikalingas elementų skaičius.

(*Daugiapakopė*) klasterinė (*lizdinė*) atranka. Visi anksčiau minėti atrankos būdai pasižymi tuo, kad imtis sudaroma remiantis populiacijos elementų sąrašu. Tačiau atliekant apklausas, gana dažnai tokie sąrašai nėra prieinami arba apskritai neegzistuoja. Pavyzdžiui, kaip gauti *visų* šiuo metu studijuojančių Lietuvos studentų sąrašus? Kai nėra turimas atrankos pagrindas (arba jis nėra pakankamai išsamus, teisingas), tenka taikyti kitus, sudėtingesnius atrankos modelius. Vienas jų – *klasterinė (lizdinė) atranka*, kai pirminiame atrankos etape atrenkami ne populiacijos elementai, o elementų grupės, t. y. klasteriai (pvz., mokyklos, klasės, gyvenvietės). Atlikus klasterių atranką, vėliau apklausiami visi atrinktus klasterius sudarantys elementai / respondentai arba atliekama elementų / respondentų atranka klasterių viduje. Pavyzdžiui, pirmame etape PAA būdu atrenkamas tam tikras skaičius Vilniaus mokyklų, atrinktose mokyklose – tam tikras skaičius klasių, o atrinktose klasėse apklausiami visi joms priklausantys mokiniai.

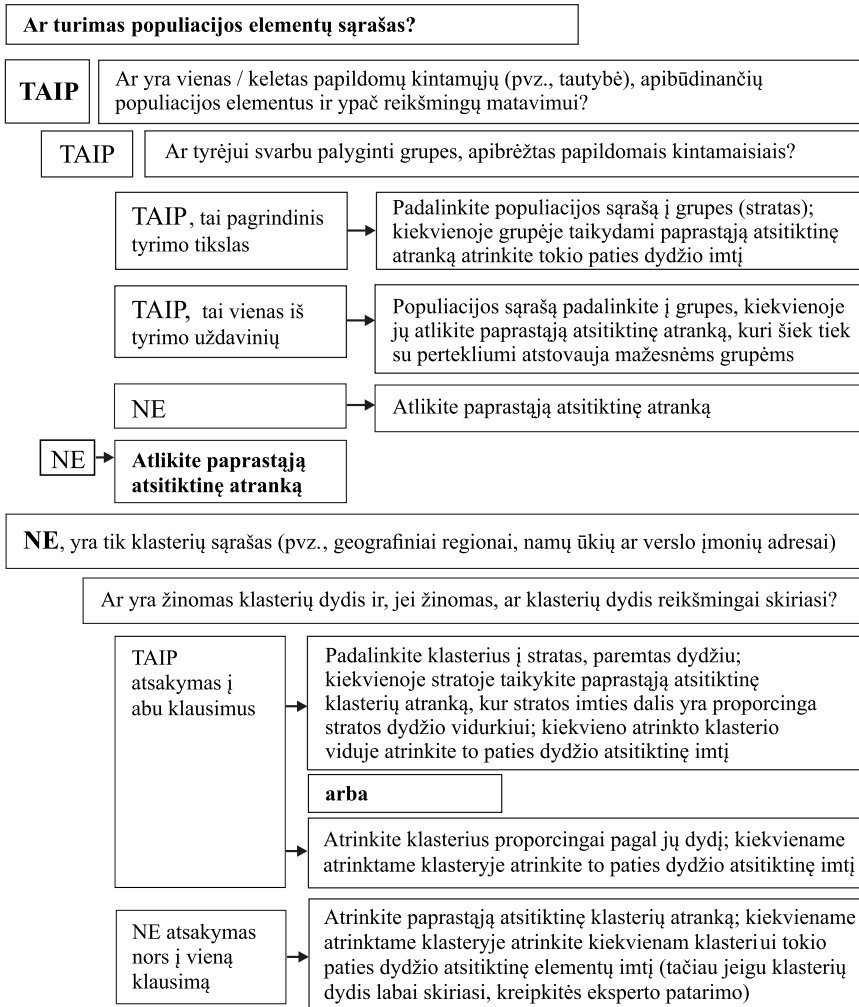
Paprastai klasterinės atrankos yra sudėtingos, t. y. *daugiapakopės*, kai klasterių atranka vykdoma keliais etapais, derinant anksčiau minėtus atrankos būdus. Pavyzdžiui, vykdant visuomenės nuomonės apklausas Lietuvoje, paprastai atrenkami didieji miestai ir rajonai, rajonuose – miestai, miesteliai ir kaimai (Gaidys ir Tureikytė, 1997). Atrinktuose teritoriniuose vienetuose gali būti naudojami gyventojų sąrašai (atrenkant konkrečius respondentus pasirinktu atrankos būdu) arba „maršrutinis metodas“, t. y. priskirtame teritoriniame vienetė interviuotojas eina maršrutu, sudarytu pagal tam tikras taisykles, tokiu būdu atrinkdamas namų ūkius, kuriuose, vėlgi pagal tam tikras taisykles, nustato reikiamą respondentą.

(Daugiapakopės) klasterinės atrankos ekonomiškesnės ir praktiškesnės, palyginti su kitais tikimybinės atrankos tipais, kai tyrimui aktuali populiacija yra didelė ir plačiai pasklidusi geografiniu atžvilgiu bei nėra prieinami bendri populiacijos elementų sąrašai.

Pateikiame Ornsteino (2013) siūlomą „sprendimų medį“, kuriame pateikiami veiksniai, į kuriuos tikslinga atsižvelgti pasirenkant tikimybinės atrankos būdą (žr. 1.3 paveikslą).

### 1.5.2. Netikimybinės atrankos būdai

Ne visada yra įmanoma, praktiška ar norima tyrimo imtį formuoti tikimybinio būdu. Visų pirma tai susiję su įvairiomis specifinėmis populiacijomis, kurios yra plačiai išsibarsčiusios arba sunkiai apčiuopiamos. Pavyzdžiui, jei norime apklausti benamius žmones, aišku, kad negalėsime sudaryti išsamaus tokių žmonių sąrašo, taip pat nebus efektyvi ir klasterinė atranka, todėl galimas tik vienas iš netikimybinės atrankos būdų. Netikimybinės atrankos tinkamos, kai atliekamos bandomosios apklausos. Taip pat dažnai netikimybinės atrankos būdus taiko studentai, kadangi jų resursai yra riboti. Kaip jau minėta, reikėtų nepamiršti, kad netikimybinės imtys neužtikrina reprezentatyvumo, išvados neturėtų būti generalizuojamos visai populiacijai, o imties tikslumo objektyviai įvertinti yra neįmanoma. Aptarsime kelis dažniausiai taikomus netikimybinės atrankos būdus.



### 1.3 pav. Imties struktūros sprendimų medis

Sudaryta remiantis: M. Ornstein. A Companion to Survey Research. London: Sage Publications, 2013, p. 89.

*Kvotinė atranka:* tai stratifikuotos atrankos netikimybinis variantas. Imtis sudaroma atsižvelgiant į tyrimui aktualių požymių proporcijas populiacijoje. Pagal šias proporcijas sudaromos tam tikrais požymiais pasižyminčių respondentų kvotos imtyje. Pavyzdžiui, tyrimui reikšmingas požymis yra lytis. Tyrimui aktuali populiacija – Lietuvos gyventojai, o Lietuvoje yra 47 proc. vyrų ir 53 proc. moterų. Imties tūris yra 1000 respondentų. Taigi, imtyje turi būti 470 vyrų ir 530 moterų. Kaip ir stratifikuotos atrankos atveju, priklausomai nuo tyrimo, gali būti sudaromos gana sudėtingos kvotų matricos. Pavyzdžiui, kvotos sudaromos pagal lytį, amžių, gyvenamąją vietą, taigi, skaičiuojama, kad į imtį turi patekti dešimt vyrų nuo 20 iki 30 metų amžiaus, gyvenančių kaime; dvidešimt vyrų nuo 31 iki 40 metų amžiaus, gyvenančių mieste, ir t. t. Kvotinė atranka nuo stratifikuotos atrankos skiriasi tuo, kad imties vienetai nėra parenkami tikimybinio būdu, t. y. tyrėjas imties vienetus parenka savo nuožiūra (pvz., patogumo principu), svarbu, kad jie atitiktų nustatytas požymių kvotas.

*Sniego gniūžtės atranka* (angl. *snowball sampling*): tai imties sudarymo būdas, dažnai taikomas tiriant specifines, sunkiai prieinamas populiacijas, pavyzdžiui, apklausiant įvairias priklausomybes turinčius asmenis, seksualinių mažumų atstovus, benamius, nelegalius migrantus ir kt. Tai „auganti“ imtis, kai pirmieji rasti tam tikros populiacijos nariai nurodo kitus narius, potencialiai atitinkančius imties reikalavimus. Taigi, iš pradžių parenkama (surandama) nedaug asmenų, pasižyminčių tam tikromis savybėmis, tada anksčiau į tyrimą įtrauktieji nurodo kitus, turinčius analogiškų savybių, šie – dar kitus ir taip toliau.

*Tikslinė atranka* (angl. *purposive / judgemental sampling*): tiriamųjų grupė formuojama priklausomai nuo tyrėjo tikslų. Tai yra tyrėjas nusprendžia, kurie jį dominančios populiacijos elementai yra informatyviausi tiriamo požymio atžvilgiu.

*Patogioji / proginė atranka* (angl. *availability sampling*): į imtį įtraukiami tie elementai, kurie yra lengviausiai prieinami. Pavyzdžiui, pirmi prie universiteto įėjimo sutikti studentai. Būtina pasakyti, kad tai nėra mokliškai pagrįstas ir patikimas atrankos būdas. Jis gali būti taikomas bandomosiose apklausose, mokymosi tikslais, tačiau yra netinkamas siekiant gauti patikimus duomenis.

### 1.5.3. Imties tūrio nustatymas

Tikrai esminis klausimas formuojant imtį yra „kiek?“ Paprastai tariant, kiek respondentų reikia apklausti? Be abejo, idealiu atveju galėtume atsakyti – kuo daugiau, tuo geriau. Tačiau atliekant apklausas, kaip jau minėta, dažnai aktualios didelės populiacijos, taigi, nustatant imties tūrį, ieškoma kompromiso tarp imties dydžio, kokybės ir turimų išteklių.

Paprasčiausiai imties tūris nustatomas tuomet, kai populiacija nėra didelė ir tyrėjas gali atlikti visuminę atranką – tuomet imties tūris bus lygus populiacijos elementų skaičiui.

Jei ketinama naudoti netikimybinę atranką ir išvadas taikyti tik atrankinei visumai, tuomet atrankos imties tūris pasirenkamas remiantis ne visai objektyviais parametrais. Pavyzdžiui, tai gali būti principas „analogiškai kitiems tyrimams“. Taikant netikimybinės atrankos būdus, dažniausiai remiamasi analizės poreikiais: kiekybinius skaičiavimus tikslinga atlikti, kai yra bent 100 elementų imties tūris. Jei ketinama atlikti subgrupių palyginimus, imties tūris turėtų būti bent keli šimtai elementų. Visais atvejais tokio tipo imčių atitikties populiacijai laipsnį įvertinti sunku (nejmanoma), todėl didesnis imties tūris nereiškia didesnio reprezentatyvumo.

Jei norima, kad imtis būtų *reprezentatyvi*, atranka bus atliekama tikimybinio būdu, o imties tūris bus *apskaičiuojamas* remiantis specialiomis lentelėmis imčiai nustatyti<sup>4</sup>, imties tūrio apskaičiavimo formulėmis<sup>5</sup> arba specialiomis imties tūrio skaičiuoklėmis<sup>6</sup>. Yra keletas pagrindinių parametru, dėl kurių tyrėjas turi apsispręsti tiek rinkdamasis atrankos imties dydį iš lentelės, tiek įvesdamas reikalingus dydžius į imties tūrio formulę ar skaičiuoklę bei kurie gali turėti įtakos (t. y. padidinti arba sumažinti) imties tūriui.

**Tikslumas.** Net sudarius imtį tikimybinio būdu, imtis neapims visos populiacijos. Kitaip tariant, net ir tikimybinė imtis nėra tobulai reprezentatyvi. Atliekant atranką, visada susidaro tam tikras skirtumas tarp imties duomenų ir populiacijos parametru, kuris vadinamas *imties paklaida*.

<sup>4</sup> Žr. Gaidys ir Tureikytė, 1997, p. 118.

<sup>5</sup> Žr. Kardelis, K. 2007. *Mokslinių tyrimų metodologija ir metodai*. Šiauliai: Lucilijus, 9 skyrius.

<sup>6</sup> Žr. nuorodas skyriaus pabaigoje.

*da* (ang. *sampling error*). Paprastai kalbant, atrenkant imtį iš populiacijos, o vėliau išvadas iš rezultatų imtyje apibendrinant vėl visai populiacijai, susidaro tam tikra paklaida arba netikslumas. Sudarant imtį tikimybiiniu būdu, šią paklaidą galima apskaičiuoti. Atrankos paklaida tiesiogiai susijusi su imties dydžiu. Kuo mažesnė imtis, tuo didesnė bus atrankos paklaida. Ir atvirkščiai – kuo tikslesnius norėsime gauti duomenis, t. y. kuo mažesnės norėsime paklaidos, tuo didesnis turės būti imties tūris. Apskaičiuojant imties tūrį, norimas (leistinas) paklaidos dydis yra įrašomas į formulę arba specialioje lentelėje imties tūris pasirenkamas pagal norimą paklaidos dydį. Supaprastintai galima apibūdinti, kad sprendimą tyrėjas gali priimti dvejopai: pirmiausia nusistatyti, koks yra imties tūris, kurį jis gali sau leisti (t. y. turi išteklius, reikalingus tam tikram respondentų skaičiui apklausti pasirinktu apklausos būdu) ir tada žiūrėti (skaičiuoti), kokią paklaidą šis imties tūris duos (taigi, ar ji tenkina tyrėją); arba nusistatyti norimą tikslumą (t. y. paklaidos dydį) ir skaičiuoti, kokio imties tūrio reikia, norint pasiekti tokį tikslumą.

Atrankos paklaida suformuoja *pasikliautinąjį intervalą* (angl. *confidence interval*). Tai yra intervalą, kurio ribose (įvertinus paklaidą) rasis tikroji populiacijos reikšmė. Apklausoje šios ribos (kaip ir paklaida) paprastai įvertinamos procentais (t. y. imtyje gautas rezultatas +/- paklaidos procentas). Pavyzdžiui, jei atrankos imtyje 60 proc. respondentų nurodė, kad pasitiki žiniasklaida, esant 5 proc. paklaidai, kalbant apie visą *populiaciją*, tyrėjas gali sakyti, kad Lietuvoje 60 proc. +/- 5 proc. (t. y. nuo 55 proc. iki 65 proc.) gyventojų pasitiki žiniasklaida.

Su tikslumu susijęs ir *patikimumo lygmuo* (angl. *confidence level*). Tai tikrumas arba garantija, su kuria teigiame, kad tikroji populiacijos reikšmė pateks į nurodytas tikslumo ribas, t. y. į nurodytą pasikliautinąjį intervalą. Patikimumo lygmuo sociologiniuose tyrimuose svyruoja nuo 64 proc. iki 99 proc. Priklausomai nuo pasirenkamo patikimumo lygmens, keičiasi reikalingas imties dydis – jei norime apie rezultatus kalbėti labai užtikrintai (pvz., taikomas 99 proc. patikimumo lygmuo), imties tūris turės būti didesnis, jei mažesnis patikimumo lygmuo – imties tūris bus mažesnis. Paprastai yra naudojamas 95 proc. patikimumo lygmuo kaip kompromisinis pasirinkimas, užtikrinantis toleruotiną patikimumą bei optimalų imties dydį. Formulėse patikimumo lygmuo išreiš-



kiamas koeficiento iš Stjudento pasiskirstymo lentelių dydžiu (paprastai žymimas  $t$ ) (pvz., esant 95 proc. patikimumui,  $t = 1,96$ ; esant 99 proc. patikimumui,  $t = 2,6$ ). Taigi, galima papildyti anksčiau pateiktą pavyzdį: su 95 proc. tikimybe galima teigti, kad tikroji pasitikinčių žiniasklaida Lietuvos gyventojų reikšmė patenka į intervalą tarp 55 proc. ir 65 proc.

**Populiacijos homogeniškumas / heterogeniškumas.** Jei populiacija (taigi, ir iš jos sudaryta imtis) yra labiau homogeniška (t. y. numatoma, kad didesnė dalis populiacijos į tyrimo klausimą atsakytų vienodai), norimam tikslumui pasiekti pakaks mažesnio imties tūrio. Kuo didesnis pasiskirstymas tarp reikšmių, tuo didesnė imtis reikalinga, kad būtų užtikrintas norimas tikslumas ir patikimumas. Jei pasiskirstymas yra 90 proc. ir 10 proc. (pvz., 90 proc. mėgsta šokoladą, o 10 proc. jo nemėgsta) – tai populiacija yra homogeniška. Jei pasiskirstymas yra 50 / 50 proc. – tai heterogeniška populiacija. Pasiskirstymas 50 / 50 proc. žymi maksimalią variaciją. Kadangi paprastai tyrėjai neturi išankstinių duomenų apie galimą atsakymų pasiskirstymą, be to, apklausos neretai apima daug esminių klausimų, į formules bei skaičiuokles įvedamas maksimalus numatomas rezultatų pasiskirstymas – 50 / 50 proc.

**Tyrimui aktualios populiacijos dydis.** Kuo didesnė tyrimui aktuali populiacija, tuo didesnės imties paprastai reikia tyrimo reprezentatyvumui ir norimam tikslumui užtikrinti. Jei populiacija yra baigtinė (t. y. jos dydis yra žinomas ir gana ribotas), šio dydžio įvedimas į imties tūrio apskaičiavimo formulę imties tūrį šiek tiek sumažins.

Iš kitos pusės, būtina atkreipti dėmesį į tokią savybę: kai imtis yra maža, net ir nedidelis jos tūrio padidinimas gana pastebimai keičia (pagarina) tikslumą. Tačiau nuo tam tikros ribos didėjant imties tūriui, tikslumas didėja ne taip reikšmingai. Kaip galima pastebėti 1.3 lentelėje, padidinus imties tūrį nuo 100 iki 300 elementų, paklaida sumažėja nuo 10 proc. iki 5,8 proc. Tuo tarpu padidinus imties tūrį nuo 1250 iki 1500 elementų, tikslumas padidėja tik nuo 2,8 proc. iki 2,6 proc. Todėl paprastai apklausų imtys svyruoja apie 1000 elementų, nes toks tūris duoda pakankamą tikslumą atsižvelgiant į sąnaudas. Gana retai imtys viršija 2000 elementų, nes, toliau didinant imties tūrį, tikslumas padidėja mažiau nei papildomos išlaidos (de Vaus, 2002).

**1.3 lentelė.** Imties tūris ir jį atitinkanti paklaida esant 95 proc. patikimumui ir maksimaliam (50/50 proc.) pasiskirstymui bei „begalinei“ populiacijai

Imties tūris	Paklaida (+/-)
100	10
200	7,1
300	5,8
500	4,5
1000	3,2
1250	2,8
1500	2,6
2000	2
5000	1,4

Parengta remiantis: Gaidys. V. 1999. Visuomenės nuomonės ir rinkos tyrimai. Vilnius: Žara, p. 31.

Galima apibendrinti, kad, sudarant imtį tikimybinio būdu, imties tūris yra kompromisas tarp tyrėjo turimų išteklių, norimo tikslumo bei patikimumo lygmens, įvertinant numatomą imties heterogeniškumą bei populiacijos dydį. Paprastai imties tūris apskaičiuojamas pagal šias formules:

$$n = \frac{t^2 p(1-p)}{\Delta^2},$$

*kai tyrimui aktuali populiacija yra didelė (nežinoma),*

$$n = \frac{t^2 N p(1-p)}{\Delta^2 N + t^2 p(1-p)},$$

*kai tyrimui aktuali populiacija yra baigtinė (nedidelė).*

Žymėjimų formulėje reikšmės:  $n$  – imties tūris;  $N$  – populiacijos dydis;  $t$  – Stjudento koeficientas, išreiškiantis patikimumo lygmenį;  $p$  – numatomas pasiskirstymas (t. y. kokia dalis pasirinko vieną ar kitą atsakymą);  $\Delta$  – paklaida. Galima pateikti imties tūrio apskaičiavimo pavyzdį esant šioms sąlygoms: populiacija  $N = 5000$  (pvz., tyrimui aktualioje mokykloje iš viso mokosi 5000 mokinių); pasirenkamas 95 proc. patikimumo lygmuo (taigi,  $t = 1,96$ ); pageidaujamas tikslumas yra 3 proc., arba  $\Delta = 0,03$ ; o atsakymų pasiskirstymas yra 50 proc., arba  $p = 0,5$ <sup>7</sup>. Įrašius

<sup>7</sup> Kaip jau minėta, jei nežinome  $p$  reikšmės, tariame, kad  $p = 0,5$ . Tada  $p(1-p)$  įgyja didžiausią reikšmę, ir imtis tikrai bus pakankama.

šiuos dydžius į atrankos formulę (kai populiacija baigtinė) gaunama, kad  $n = 879$ . Tai yra, ketindami daryti išvadas apie visus mokyklos mokinius ir norėdami, kad esant 95 proc. patikimumo lygmeniui gautas rezultatas būtų +/- 3 proc. paklaidos ribose, iš 5000 mokinių turime atrinkti (tikimybinu būdu) ir apklausti 879 mokinius.

#### 1.5.4. Galimos imties iškraipymo priežastys

1.5.3 skyrelyje minėta imties paklaida, t. y. paklaida, kuri atsiranda sudarant imtį. Tai yra praktiškai neįmanoma, kad imtis visiškai tiksliai reprezentuotų populiaciją, net jei ji sudaroma tikimybinu būdu. Tokio tipo paklaida yra susijusi su imties dydžiu ir gali būti apskaičiuojama. Tačiau galimi ir kiti su atranka susiję imties (taigi, ir gautų duomenų) iškraipymai. Formuojant imtį (ypač kai siekiama jos reprezentatyvumo) svarbu tiksliai laikytis pasirinkto imties sudarymo būdo taisyklių, kruopščiai atrinkti konkrečius respondentus, siekiant, kad imtis būtų kiek galima tikslesnis populiacijos mikromodelis. Alreck ir Settlesas (1995, p. 80) apibendrina priežastis, kurios gali sukelti įvairius imties rezultatų iškraipymus, kurių būtina vengti formuojant imtį:

1. *Nevienodas respondentų prieinamumas*: kai vieni respondentai turi daugiau galimybių patekti į imtį nei kiti, nes jie lengviau pasiekiami.
2. *Respondentų patrauklumas*: kai atliekant atsitiktinių žmonių apklausas, pavyzdžiui, gatvėje, apklausos vykdytojas pasirenka jam patrauklesnius žmones. Ši problema kyla, kai apklausos vykdytojui nėra tiksliai nurodoma, kokie individai turi būti atrinkti, ir paliekama erdvės asmeniniam pasirinkimui. Yra pastebėta, kad dažniausiai apklausos vykdytojai ignoruoja tokius asmenis:
  - labai užsiėmusius arba skubančius;
  - nemalonios išvaizdos, irzlius, niurzgančius;
  - žmones, kurie yra grupėse arba kitų asmenų kompanijoje;
  - žmones, kurie rūpinasi mažais vaikais;
  - fiziškai neįgalius;
  - neįprastai arba keistai apsirengusius;
  - kažkuo kitu išskirtinius.

- Ir priešingai, apklausos vykdytojai yra linkę pasirinkti žmones, kurie:
- priklauso tai pačiai socialinei klasei kaip ir apklausos vykdytojas;
  - yra panašaus amžiaus ir tos pačios lyties kaip apklausos vykdytojas;
  - laisviau judantys;
  - draugiškesni / labiau linkę bendradarbiauti;
  - fiziškai patrauklesni.
3. *Respondentų panašumas*: atrinkti respondentai yra pernelyg tarpusavyje susiję (pvz., jie gyvena tame pačiame kvartale, priklauso tai pačiai miesto bendruomenei), todėl jie labiau panašūs į vienas kitą nei į populiaciją.
  4. *Atsisakymai*: tam tikro tipo respondentai yra labiau linkę atsisakyti dalyvauti apklausoje, todėl šio tipo žmonės yra nereprezentuojami. Neatsakomumas gali būti susijęs arba nesusijęs su tyrimo klausimais. Kartais respondentai nusprendžia nedalyvauti apklausoje būtent todėl, kad jiems neįdomi tyrimo tema, tokiu atveju jie nereprezentuojami tyrime. Be to, yra pastebėta, kad tam tikro tipo respondentai labiau linkę dalyvauti tyrimuose nei kiti. Pavyzdžiui, vyresni žmonės gali turėti daugiau laiko ir noro atsakyti į apklausos klausimus.
  5. *Respondentų atrankos tvarka*: kai atrenkama per daug arba per mažai tam tikro tipo respondentų, kadangi jie yra tam tikroje vietoje atrankos pagrindo sąraše. Elementų eilės seka sąraše neturi padidinti arba sumažinti kai kurių elementų tikimybės patekti į imtį.
  6. *Respondentų savanoriškas dalyvavimas*: kadangi dalyvavimas apklausoje yra savanoriškas, yra tikimybė, kad tam tikro tipo respondentai bus per daug atstovaujami.
  7. *Klaidos dėl pasitraukimo iš tyrimo*. Daugelis apklausų trunka gana ilgai, todėl mažiau linkę bendradarbiauti, nekantrūs, agresyvesni respondentai gali nutraukti apklausą dažniau nei kitokio tipo žmonės, todėl jie nepakankamai atstovaujami imtyje.
  8. *Pastebimumas / pasiekiamumas*: kai kurių tipų respondentai yra lengviau identifikuojami ar atpažįstami nei kitų tipų, todėl jie yra dažniau pasirenkami. Pavyzdžiui, atliekant apklausą telefonu, tie respondentai, kurių telefonų numerių nėra telefonų knygoje, nebūs reprezentuojami. Ir atvirkščiai – tarkime, atliekant parduotuvės

klientų apklausą, kai kurie klientai, jau iš tolo matydami, kad vykdoma apklausa, gali pasitraukti, išvengdami dalyvavimo tyrime.

Būtina atkreipti dėmesį, kad renkant duomenis apklausos būdu, paklaidos susidaro ne tik dėl atrankos proceso bei atrankos procedūrų teisingumo. Dar vienas galimas paklaidos šaltinis – pats *duomenų rinkimo procesas*. Kaip bus detalai aptariama 2 ir 3 skyriuose, netinkamai sudarytas klausimynas, netinkamos klausimų formuluotės, netinkamas klausimyno administravimas, interviuotojų darbo problemos bei interviuotojo efektas, kiti duomenų rinkimo proceso trūkumai sukelia papildomas paklaidas duomenyse. Galiausiai, įvairių netikslumų ar iškraipymų gali atsirasti *apdorojant* duomenis. Pavyzdžiui, netinkamai užkoduojamos kintamųjų reikšmės, praleidžiami ar supainiojami atvejai ir pan. Duomenų apdorojimo klausimai išsamiai aptariami 4 skyriuje.

## 1.6. Apklausos etika

Sociologiniuose tyrimuose (taigi, ir apklausose) galioja *tyrėjo etikos kodeksas*, tai yra etinių standartų, veiklos principų bei taisyklių rinkinys, kuriuo vadovaujasi sociologai planuodami ir atlikdami sociologinius tyrimus. Etikos kodeksus leidžia atskiros profesinės sociologų organizacijos, pavyzdžiui, Tarptautinė sociologų asociacija (angl. *International Sociological Association*), Amerikos sociologų asociacija (angl. *American Sociological Association*) ir kt., tačiau yra sutariama dėl bendrų etinių principų, kurie taikomi kaip gairės, padedančios numatyti, kontroliuoti bei spręsti įvairius probleminius klausimus ar situacijas, galimas sociologiniuose tyrimuose.

Tyrimuose, kuriuose duomenys renkami apklausos metodu, galioja visi bendriausi etiniai principai. Kadangi apklausos tyrimuose duomenys renkami iš respondentų, ypatingai svarbu užtikrinti jų gerovę tiek paties apklausos proceso metu, tiek po jo (užtikrinant, kad respondentų dalyvavimas apklausoje bei jų suteikta informacija neturėtų nepageidaujamo atoveiksmio arba neigiamos įtakos). Galima skirti keletą svarbiausių respondentų gerovę nusakančių principų:

- informuotas ir savanoriškas sutikimas dalyvauti tyrime;
- anonimiškumo ir gautos informacijos konfidencialumo užtikrinimas;
- žalos respondentams vengimas.

Dalyvavimas apklausose turi būti *savanoriškas* (angl. *voluntary participation*). Kitaip tariant, neturėtų būti taikomos *jokios* prievartinės paskatinimo dalyvauti apklausoje priemonės. Idealiu atveju respondentams turėtų būti aiškiai nurodoma, kad dalyvavimas apklausoje yra savanoriškas, jie gali nesutikti dalyvauti apklausoje arba pasitraukti iš apklausos bet kuriame jos etape. Be abejojimo, šis principas ir jo deklaravimas gali būti gana nepalankus tyrėjui, kadangi tyrėjo tikslas – surinkti kiek galima didesnę skaičių užpildytų klausimynų, o bet kokie atsisakymai dalyvauti apklausoje jį mažina. Tyrėjas turėtų iš anksto apgalvoti, kokiomis pozityviomis skatinimo priemonėmis užtikrinti respondentų savanorišką sutikimą dalyvauti apklausoje (pvz., efektyvi įvadinė klausimyno dalis, profesionalūs interviuotojai, tinkamai sukonstruotas klausimynas ir pan.). Praktikoje galima pastebėti situacijų, kai pasireiškia tiesioginis arba netiesioginis spaudimas dalyvauti apklausoje. Pavyzdžiui, esame pastebėję, kad, atliekant apklausą grupės aplinkoje, tarkime, mokinių klasėje ar studentų auditorijoje, tyrėjas nepasako, kad respondentai gali nedalyvauti apklausoje, o atvirksčiai, pabrėžia, kad „mokytojas / dėstytojas sutiko priimti atlikti apklausą“. Tokiu būdu suveikia galios svertai, ir mokiniai ar studentai nesijaučia pakankamai laisvi atsisakyti dalyvauti apklausoje. Taigi, sąmoningai ar nesąmoningai sukuriama savanoriškam apsisprendimui ne visai palanki atmosfera. Panaši situacija gali susidaryti ir kitose organizuotose aplinkose (pvz., darbdavys informuoja pavaldinius, kad „labai svarbu, būtina“ sutikti dalyvauti apklausoje), kartais institucijos pasitelkia privalomo dalyvavimo mechanizmus, pavyzdžiui, įpareigojimą studentams pildyti grįžtamojo ryšio klausimynus. Tačiau tokios priemonės nedera su savanoriško dalyvavimo apklausose principais. Tokie spaudimo elementai ne tik pažeidžia savanoriško dalyvavimo principą, tačiau taip pat gali neigiamai paveikti apklausos rezultatus – pavyzdžiui, jausdami spaudimą, kai kurie mokiniai paprasčiausiai gali nepildyti klausimyno, jį sugadinti arba pildyti atmetinai. Tyrėjas turėtų numatyti galimus situacijos iškraipymus ir apgalvoti, kaip jų išvengti.

Be to, kad sutikimas dalyvauti apklausoje turi būti savanoriškas, galioja ir *informuoto sutikimo* (angl. *informed consent*) *principas* – būsimiems respondentams turi būti suteikiama svarbiausia informacija apie apklausą, kuri leistų pagrįstai nuspręsti sutikti ar nesutikti joje dalyvau-

ti. Paprastai tokia informacija pateikiama įvadinėje klausimyno dalyje (analogiškai – su klausimynu siunčiamame lydraštyje arba interviuotojo perskaitomame tyrimo pristatyme)<sup>8</sup>. Kaip pastebi de Vausas (2002), tyrėjui neretai tenka spręsti dilemą: kiek daug respondentą informuoti apie apklausos tikslus, kad šios žinios sąmoningai ar nesąmoningai nepaveiktų jo atsakymų? Rekomenduojamas kompromisas: pateikti esminę informaciją; būti pasiruošus atsakyti į papildomus respondento klausimus; jei šie klausimai galimai paveiks atsakymus – paaiškinti tai respondentui ir pasiūlyti atsakyti į šiuos klausimus po to, kai bus užpildytas klausimynas.

Kitas svarbus klausimas – kokia forma turėtų būti gautas informuotas sutikimas? Įprastai taikomi du būdai: gaunamas *žodinis* respondento sutikimas (t. y. respondentas pasako, kad sutinka dalyvauti apklausoje, ir šį sutikimą realizuoja pildydamas klausimyną) arba gaunamas *raštiškas* respondento sutikimas dalyvauti apklausoje (tiksliau, respondentui pateikiama iš anksto paruošta sutikimo dalyvauti apklausoje forma, kurią jis pasirašo, jei nusprendžia dalyvauti apklausoje). Lietuvoje raštiškos sutikimo formos nėra labai dažnai taikomos. Apskritai toks papildomas dalyvavimo apklausoje formalizavimas gali versti respondentus suserimti, juos varžyti ar net padidinti jų nenorą dalyvauti apklausoje (de Vaus, 2002).

Apklausoms svarbi etikos principų grupė, susijusi su gautų *duomenų saugojimo ir panaudojimo būdais*. Bendra prielaida yra tokia: apklausose gauti duomenys naudojami apibendrinti, o atskiro respondento suteikta informacija tolesniame procese nėra identifikuotina, t. y. nėra įmanoma nustatyti, kuris respondentas kurį klausimyną pildė. Anonimiškumo principas reiškia, kad respondento tapatybė nebus atskleista ir nebus siejama su jau užpildytu klausimynu. Nors klausimynai pildomi anonimiškai (nefiksuojami respondento vardas ir pavardė, kiti identifikaciniai duomenys), o užpildyti klausimynai koduojami, būtina suprasti, kad anonimiškumas išlieka santykinis. Nemaža dalis apklausos būdų lemia tokį kontaktą su respondentu, kuris apima ir respondento asmenybės identifikaciją: interviuotojas vyksta pas respondentą tam tikru konkrečiu adresu ir tiesiogiai bendrauja su žmogumi; klausimynai siunčiami paštu konkrečiu adresu; siunčiant klausimyną el. paštu, gavėjas yra aiškus, ir

<sup>8</sup> Šios informacijos turinį žr. 3.1. poskyryje „Klausimyno struktūra“.

pan. Taigi, anonimiškumas neegzistuoja pats savaime, tyrėjas turi *užtikrinti* anonimiškumą bei paaiškinti respondentui, kaip jis bus užtikrinamas. Taip pat tyrėjo pareiga užtikrinti *konfidencialumą* – kad duomenys bus tvarkomi ir saugomi tokiu būdu, kad nebūtų įmanoma susieti konkretaus užpildyto klausimyno su jį pildžiusiu respondentu ir klausimynai bei juose pateikta informacija nebus prieinami pašaliniams asmenims. Konfidencialumo pažeidimo grėsmė gali kilti iš trečiųjų asmenų, galimai įtrauktų į tyrimo procesą: tyrimo užsakovų, klausimynų administravimo procese dalyvaujančių žmonių, duomenis apdorojančių darbuotojų ir pan. Tyrėjas turėtų iš anksto apgalvoti galimus sunkumus ir nustatyti tokias procedūras, kurios neleistų pažeisti konfidencialumo principo. Remiantis Fowleriu (2009) galima apibendrinti keletą konfidencialumo užtikrinimo būdų:

1. Visi žmonės, kurie vienaip ar kitaip yra įtraukti į duomenų rinkimo procesą, turėtų raštiškai įsipareigoti saugoti konfidencialumą.
2. Reikėtų kiek įmanoma sumažinti galimas sąsajas tarp užpildytų klausimynų ir identifikacinės informacijos, tokios kaip vardai, el. pašto ar gyvenamosios vietos adresai, telefono numeriai, taip pat institucinės priklausomybės identifikatoriai (pvz., mokykla, klasė). Dalyje apklausų šie identifikatoriai nėra reikalingi, t. y. tokie duomenys apskritai nėra renkami. Tačiau jei tokia informacija reikalinga atrankos, kontakto su respondentais ar kitais tikslais, būtina užtikrinti jos atskyrimą nuo klausimynų: ši informacija turi būti kaupiama tokia forma, kad nebūtų susijusi su pildomais klausimynais, pavyzdžiui, atskirose suvestinėse, arba iš karto pašalinama iš klausimyno, kai tik jis užpildomas ir užkoduojamas. Visi vardai, adresai ir pan. turėtų būti ištrinti (sąrašai sunaikinti), kai jie nebėra reikalingi.
3. Visi užpildyti klausimynai turi būti saugomi specialiai tam skirtose vietose ir neprieinami su tyrimu nesusijusiems asmenims. Pavyzdžiui, kartą auditorijoje pastebėjome dėžes, kuriose buvo sukrauti studentų užpildyti klausimynai. Taigi, bet kas, užėjęs į auditoriją, galėjo laisvai juos peržiūrėti, skaityti atsakymus ir pan. Tai gana rimtas duomenų saugojimo pažeidimas. Tyrimui pasibaigus, jei nebebus reikalingi, užpildyti klausimynai turi būti arba sunaikinami, arba tinkamai saugomi.



4. Jei yra tikimybė, kad kas nors galėtų identifikuoti respondentą pagal jo atsakymus į klausimus (pvz., skyriaus vadovas savo pavaldinius ar mokytojas mokinius), reikėtų užtikrinti, kad jiems nebus prieinami užpildyti klausimynai. Taip pat kartais gali susidaryti situacijų, kai, net pateikiant duomenis apibendrintai, tam tikrų specifinių, nedidelių respondentų grupių atsakymai gali leisti juos identifikuoti (pvz., kai apklausiami ekspertai, nedidelis skaičius mokinių tam tikrose mokyklose, ribotas kokios nors pareigybės žmonių skaičius ir pan.).

Nors iš pirmo žvilgsnio atrodo, kad apklausos negali sukelti kokios nors *žalos* respondentams, iš tiesų žala gali būti padaroma. Vienas potencialus žalos šaltinis yra anonimiškumo ir konfidencialumo klausimai. Pavyzdžiui, jau minėti tretieji asmenys gali be tyrėjo žinios peržiūrėti užpildytus klausimynus, galbūt net identifikuoti juos pildžiusius respondentus bei sukelti jiems kokių nors neigiamų pasekmių (tarkime, skyriaus vadovas perskaito pavaldinių pildytus klausimynus apie skyriaus problemas). Tyrėjas privalo užtikrinti, kad dėl dalyvavimo (ar atsisakymo dalyvauti) apklausoje respondentai nepatirs jokių neigiamų pasekmių iš išorinių šaltinių. Kita galima žala – įvairūs nemalonūs, gluminantys, stresą sukeltantys klausimyno klausimai. Įtampą keliantis gali būti ir bendravimas su interviuotoju. Be abejo, nėra įmanoma iš anksto numatyti visų galimų respondento reakcijų, tačiau, kaip bus parodyta 2 ir 3 skyriuose, atliekant apklausas jautriomis temomis tyrėjas turėtų imtis papildomų priemonių, kad tokios reakcijos būtų sumažintos. Žalos mažinimas susijęs ir su informuotu sutikimu: jei į klausimyną įtraukiami jautrūs, galimai nemalonūs klausimai, respondentas iš anksto išspėjamas ir tam nusiteikia, o dalyvauti apklausoje sutinka suprasdamas galimą riziką. Nors, kaip rodo de Vauso (2002) patirtis, respondentai ne visada iš anksto gali įsivaizduoti, su kuo jie sutinka, kol neišgirsta klausimyno klausimų. Todėl tikrai informuotą sutikimą respondentas gali pareikšti tik po to, kai klausimynas užpildytas, nors tokia praktika nėra taikoma ir, ko gero, labai komplikuoatų duomenų rinkimo procesą.

Be abejo, tai tik pamatiniai etikos principai, nusakantys tyrėjo išipareigojimus respondentams. Manytume, kad kiekvienas tyrėjas, ypač pradedantysis, turėtų išsamiai išnagrinėti etikos kodekso nuostatas dar

*prieš* pradėdamas galvoti apie konkretų tyrimą. Etikos kodeksai paremti sukaupta patirtimi apie tai, kokie yra galimi keblumai tyrimo procese ir kokie galimi sprendimo būdai, kurie apsaugo tiek tiriamuosius, tiek pačius tyrėjus. Etinių klausimų socialiniuose tyrimuose yra tikrai daug. Pavyzdžiui, Europos Sąjungos socioekonominių tyrimų etikos kodekse (angl. *An EU Code of Ethics for Socio-Economic Research*) (Dentch et al., 2004) skiriama beveik 100 puslapių etiniams principams ir problemoms aptarti.

Be tyrėjo ir tiriamųjų santykių, etikos kodeksai reguliuoja įvairias kitas tiriamosios veiklos sritis: tyrėjo profesinę atsakomybę ir pareigas, tyrėjų tarpusavio santykius, tyrėjo atskaitomybę visuomenei, tyrėjų ir užsakovų santykius ir kt. Apklausose taip pat labai svarbi tyrėjo atsakomybė interviuotojams. Tyrėjas turi užtikrinti, kad, vykdamas rinkti duomenų, interviuotojas turės visą informaciją, reikalingą jo darbui atlikti. Taip pat tyrėjas turėtų spręsti interviuotojo saugumo klausimus. Kadangi interviuotojas turi vykti į įvairias vietas, neišvengiamai kai kurios jų gali būti nesaugios, keliančios riziką interviuotojo saugumui. Todėl reikėtų iš anksto instrukuoti interviuotojus, kaip reikėtų įvertinti riziką ir kaip elgtis tokiose situacijose. Tam tikrais atvejais gali būti tikslinga taikyti papildomas priemones, pavyzdžiui, interviuotojo palydą (Fowler, 2009).

## Pirmojo skyriaus studijų priemonės

### Pagrindinės sąvokos

Apklausa  
Atranka  
Atrankos pagrindas  
Atrankos paklaida  
Etika  
Populiacija  
Hipotezė  
Imtis  
Imties paklaida  
Imties tūris  
Indikatoriai  
Intervalų skalė  
Kintamasis  
Kintamųjų matavimo lygmenys ir matavimo skalės  
Konceptualizacija  
(Daugiapakopė) klasterinė (lizdinė) atranka  
Kvotinė atranka  
Matavimas  
Nominalioji skalė  
Netikimybinė atranka  
Operacionalizacija  
Paprastoji atsitiktinė atranka  
Pasikliautinis intervalas  
Patikimumo lygmuo  
Patogioji atranka  
Rangų skalė  
Reprezentatyvumas  
Respondentas  
Santykių skalė  
Sąvokos dimensijos  
Sisteminė atranka  
Sniego gniūžtės atranka

Stratifikuota (sluoksniinė) atranka  
Tikimybinė atranka  
Tikslinė atranka  
Tyrimo objektas  
Tyrimo procesas  
Tyrimo problema  
Tyrimo tema  
Tyrimo tikslas  
Tyrimo uždaviniai

### Užduotys savarankiškam darbui

1. Pagalvokite, kokia tema galėtumėte atlikti apklausą. Suformuluokite apklausos temą, problemą, tyrimo objektą, tikslą ir uždavinius. Suformuluokite dvi tris hipotezes, kurias galima būtų patikrinti surinkus apklausos duomenis.
2. Tarkime, kad Jums reikia išmatuoti Lietuvos jaunimo pasitenkinimo gyvenimu lygį. Apgalvokite, kaip būtų galima konceptualizuoti, operacionalizuoti ir išmatuoti jaunimo pasitenkinimo gyvenimu lygį? Atlikite jau esamų šio reiškinio matavimo instrumentų paiešką.
3. Suraskite paskutinių rinkimų į Lietuvos Respublikos Seimą kandidatų sąrašą (pvz., [www.vrk.lt](http://www.vrk.lt)). Tarkime, Jums reikalinga imtis, kurios tūris yra 130 kandidatų. Remdamiesi kandidatų sąrašu, sudarykite imtį šiais būdais: paprastos tikimybinės atrankos būdu (panaudojant atsitiktinių skaičių lentelę); pagal lyties požymį stratifikuotos atrankos būdu; sisteminės atrankos būdu.
4. Pasirinktoje internetinėje imties tūrio skaičiuoklėje (žr. nuorodą prie „Naudingų šaltinių internete“) įveskite skirtingus imties tūrį lemiančius parametrus ir išanalizuokite, kaip jie veikia imties tūrį. Pavyzdžiui, imties tūris padidėja ar sumažėja (ir kiek ženkliai) padidinus patikimumo lygmenį? Imties tūris padidėja ar sumažėja (ir kiek ženkliai), didinant imties paklaidą? Jei į skaičiuoklę įvedame populiacijos dydį, imties tūris padidėja ar sumažėja? Jei numatomas tikslesnis atsakymų pasiskirstymas, kaip tai veikia imties tūrį?

5. Tyrėja nusprendė atlikti X universiteto studentų apklausą. Ji pasirinko, kad vieną savaitę nuo pirmadienio iki penktadienio tarp 9 ir 16 val. stovės fojė prie pagrindinio įėjimo į universitetą ir apklaus visus studentus, kuriuos sutiks. Kaip manote, ar jai pavyks surinkti reprezentatyvią X universiteto studentų imtį? Kodėl?
6. Jei norėtumėte atlikti apklausą tiesioginio interviu būdu Vilniuje, kokį tikimybines atrankos būdą pasirinktumėte imčiai sudaryti? Kodėl?
7. Jums reikia atlikti apklausą pasirinktuose Vilniaus miesto vaikų dienos centruose. Pagalvokite, kokie etiniai klausimai gali būti aktualūs? Kaip jie skirtųsi priklausomai nuo pasirinktų respondentų charakteristikų (pvz., jei apklaustumėte dienos centrus lankančius vaikus; dienos centrų darbuotojus; dienos centrų vadovus)?

## Rekomenduojama literatūra

### *Pagrindinė literatūra*

- Babbie, Earl. 2007. *The Practice of Social Research*. Belmont: Thomson Wadsworth.
- Creswell, John W. 2009. *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. Thousand Oaks (Calif.), London: Sage Publications.
- Čekanavičius, Vydas; Murauskas, Gediminas. 2006. *Statistika ir jos taikymai I*. Vilnius: TEV.
- De Vaus, David A. 2002. *Surveys in Social Research*. (5th ed.). London, New York: Routledge.
- Kardelis, Kęstutis. 2007. *Mokslinių tyrimų metodologija ir metodai*. Šiauliai: Lucilijus.
- Maslauskaitė, Aušra. 2008. *Mokslo tiriamojo darbo metodologiniai pagrindai*: [mokomoji knyga]. Vilnius: Generolo Jono Žemaičio Lietuvos karo akademija. [www.lka.lt/download/1308/metodologiniai\\_pagrindai.pdf](http://www.lka.lt/download/1308/metodologiniai_pagrindai.pdf)

### *Papildoma literatūra*

- Marsden, Peter V.; Wright, James D. 2010. Survey Research and Social Science: History, Current Practice, and Future Prospects. Iš Marsden, Peter V.; Wright, James D. (red.) *Handbook of Survey Research*. Bingley, UK: Emerald Publishing Group Ltd, p. 3–26 [žr. plačiau apie apklausų istoriją].

- Nardi, Peter M. 2006. *Doing Survey Research: A Guide to Quantitative Methods*. Boston: Pearson Education.
- Remler, Dahlia K.; Van Ryzin, Gregg G. 2011. *Research Methods in Practice*. Los Angeles, London: Sage Publications [plačiau žr. 4 skyrių apie matavimą ir 5 skyrių apie atrankas].

## **Naudingi šaltiniai internete**

### *Tyrėjų etikos kodeksai*

- American Sociological Association: Code of Ethics. <http://www.asanet.org/about/ethics.cfm>
- An EU Code of Ethics for Socio-Economic Research. <http://www.respectproject.org/ethics/412ethics.pdf>
- International Sociological Association: Code of Ethics. [http://www.isa-sociology.org/about/isa\\_code\\_of\\_ethics.htm](http://www.isa-sociology.org/about/isa_code_of_ethics.htm)
- Social and Economic Research Group: Research Ethics. [http://www.forestry.gov.uk/pdf/SERG\\_Statement\\_of\\_Research\\_Ethics\\_SEPT\\_2010.pdf/\\$file/SERG\\_Statement\\_of\\_Research\\_Ethics\\_SEPT\\_2010.pdf](http://www.forestry.gov.uk/pdf/SERG_Statement_of_Research_Ethics_SEPT_2010.pdf/$file/SERG_Statement_of_Research_Ethics_SEPT_2010.pdf)

### *Imties tūrio skaičiuoklės*

- <http://www.surveysystem.com/sscalc.htm>  
<http://www.apklausa.lt/imties-dydis>

### *Atsitiktinių skaičių generatoriai*

- <http://www.random.org>  
<http://stattrek.com/statistics/random-number-generator.aspx>  
<http://randomnumbergenerator.intemodino.com/en>

## 1 SKYRIAUS PRIEDAS

### TYRIMO VYKDYMO PLANAS

Tyrimo etapas	Etapo pradžia (data)	Etapo pabaiga (data)	Vykdytojai (atsakingi asmenys)	Reikalingos priemonės / resursai (transportas, programinė įranga, personalas ir pan.)	Reikalingos lėšos ir jų šaltiniai
1. Tyrimo srities / problemos pasirinkimas					
2. Tyrimo temos teorinė analizė (literatūros apžvalga)					
3. Apklausos būdo pasirinkimas					
4. Imties formavimas (imties prieinamumo, rizikos, respondentų teisių ir kt. aspektų įvertinimas)					
5. Formalaus pritarimo gavimas (pvz., atliekant tyrimą organizacijoje; kai yra užsakovas ir pan.)					
6. Klausimyno rengimas					
7. Jei reikalinga, bandomojo tyrimo atlikimas (klausimynui patikrinti)					
8. Duomenų rinkimas					
9. Duomenų apdorojimas ir analizė					
10. Tyrimo rezultatų aprašymas, aptarimas su tyrimo vadovu / kitais tyrime dirbančiais asmenimis					
11. Tyrimo ataskaitos rengimas					

## 2 SKYRIUS.

# APKLAUSOS ATLIKIMO BŪDAI

### TURINYS

#### 2.1. Apklausa žodžiu (apklausos interviu)

*2.1.1. Tiesioginis interviu*

*2.1.2. Interviu telefonu*

#### 2.2. Apklausa raštu (apklausa pildant klausimyną savarankiškai)

*2.2.1. Apklausa grupės aplinkoje ir individuali apklausa*

*2.2.2. Apklausa paštu*

*2.2.3. Apklausa internetu*

#### 2.3. Interviuotojo darbas

*2.3.1. Interviuotojo funkcijos*

*2.3.2. Interviuotojo efektas*

#### 2.4. Skirtingų apklausos būdų tarpusavio palyginimas

Antrojo skyriaus studijų priemonės

### 2 SKYRIAUS PRIEDAI

1. Skirtingų apklausos būdų privalumai ir trūkumai

2. Paskatinimo laiškas apklausose paštu

3. Kontakto su respondentu užmezgimo pavyzdžiai

4. Apklausos būdą padėsiantis pasirinkti kontrolinių klausimų sąrašas



## 2. APKLAUSOS ATLIKIMO BŪDAI

---

Apklausa gali būti atliekama skirtingais būdais: klausimynas gali būti įteikiamas respondentui ir šis jį užpildo raštu; klausimynas gali būti išsiunčiamas paštu; interviuotojas (t. y. specialiai apmokytas asmuo, kuris atlieka apklausas interviu) gali asmeniškai nuvykti pas kiekvieną respondentą, užduoti klausimyno klausimus žodžiu ir pažymėti respondento atsakymus specialiame lape ir t. t.

Apklausos būdus galima susisteminti remiantis šiais kriterijais:

1. pagal tai, kaip pildomas klausimynas (t. y. koku būdu respondentui užduodami klausimyno klausimai bei kaip fiksuojami atsakymai), galima išskirti:

- *apklausas žodžiu / apklauso interviu*<sup>9</sup> (angl. *survey interviewing; survey interview*), kai klausimus užduoda ir atsakymus fiksuoja interviuotojas;
- *apklausas raštu / apklausas pildant klausimyną savarankiškai* (angl. *self-administered; paper-and-pencil; self-completed survey*), kai klausimyną asmeniškai ir savarankiškai pildo pats respondentas.

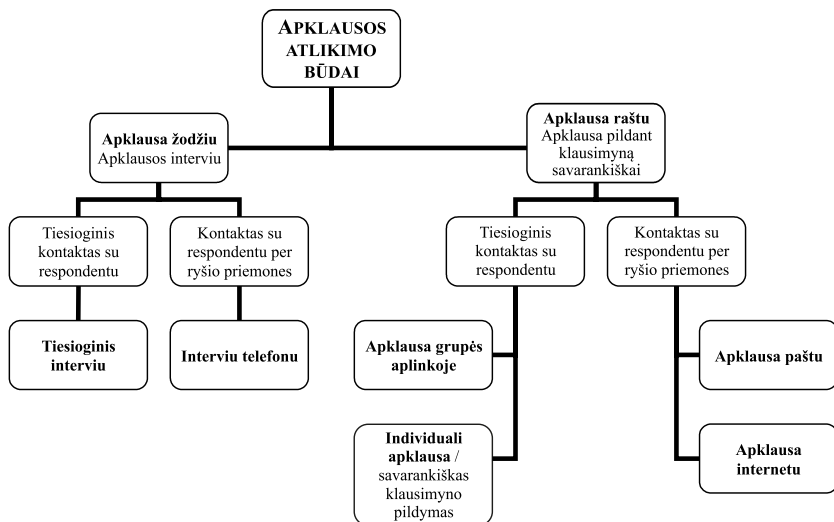
2. pagal tai, kaip kontaktuoja ir bendrauja apklauso vykdytojas ir respondentas, apklauso gali vykti:

- *tiesiogiai*;
- *per ryšio priemones* (pvz., telefonu).

Remiantis šiais kriterijais 2.1 paveiksle pateikiami apklauso atlikimo būdai, nurodant pagrindinius galimus variantus.

---

<sup>9</sup> „Interviu“ kaip duomenų rinkimo būdas yra taikomas ir kokybiniuose tyrimuose. Pabrėžtina, kad „apklauso interviu“ ir „kokybinis interviu“ yra *skirtingi* duomenų rinkimo būdai. Šiame vadovėlyje kokybinio interviu metodas nėra aptariamasis.

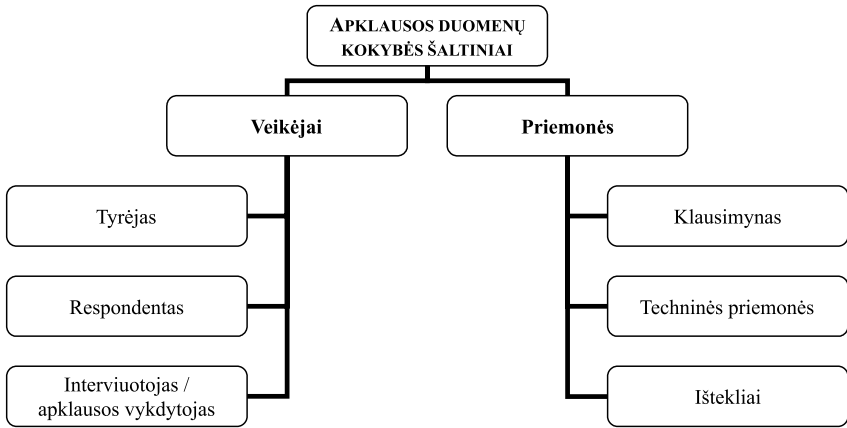


2.1 pav. Pagrindiniai apklausos atlikimo būdai

Skirtingi apklausos atlikimo būdai gali turėti skirtingą poveikį respondentų norui ir gebėjimui atsakyti į klausimus, praleistų klausimų galimybei, užpildytų ir grąžintų klausimynų skaičiui, taip pat gali skirtis apklausos sąnaudos bei kiti apklausos parametrai. Kurį apklausos atlikimo būdą pasirinkti planuojamame tyrime, sprendžia tyrėjas, įvertinęs, koks būdas tinkamiausias atsižvelgiant į tyrimo objektą, tyrimui aktualią populiaciją, apklausai skirtą laiką, turimus materialius išteklius ir t. t.

Apklausos atlikimo būdo pasirinkimas ir tinkamas jo įgyvendinimas tiesiogiai siejasi su surinktų duomenų kokybe. Kitaip tariant, norint sėkmingai pasiekti apklausos tikslą – surinkti *patikimus* duomenis iš *didelio skaičiaus* respondentų – reikia kiekviename duomenų rinkimo proceso etape priimti tinkamus sprendimus ir tinkamai juos įgyvendinti.

Galima skirti du pagrindinius šaltinius, kurie lemia surinktų duomenų kokybę (arba jos trūkumą): tai duomenų rinkimo procese dalyvaujantys *veikėjai* ir duomenų rinkimo procese naudojamos *priemonės* (žr. 2.2 paveikslą).



2.2 pav. Apklausos duomenų kokybės šaltiniai

*Apklausos veikėjai* – tyrėjas, respondentas ir interviuotojas (apklausos vykdytojas) – turi kiekvienam iš jų būdingas užduotis ir funkcijas. Pavyzdžiui, tyrėjas turi paruošti gerą klausimyną, suplanuoti duomenų rinkimo procesą, parengti visas darbinės / pagalbines priemones interviuotojui ir pan.; respondento funkcija – kuo tiksliau, išsamiau ir nuoširdžiau atsakyti į klausimyno klausimus; o interviuotojas atsako už kontaktą su respondentais, jų motyvavimą dalyvauti apklausoje, duomenų rinkimą bei fiksavimą ir kt. Jei bent vienas iš veikėjų neatliks savo užduoties tinkamai, nukentės duomenų kokybė (Loosveldt, 2008). Taip pat sunku surinkti kokybiškus duomenis, jei klausimynas sudarytas netinkamai; jei neturima techninių priemonių arba jos pasirenkamos netinkamos bei turimi išteklių nėra pakankami. Tolesniuose poskyriuose apibūdinsime, kokiomis savybėmis, privalumais ir trūkumais pasižymi kiekvienas iš apklausos atlikimo būdų, nurodant veikėjų ir priemonių funkcijas bei tarpusavio sąsajas.

## 2.1. Apklausa žodžiu (apklausos interviu)

Apklausos interviu, arba apklausa žodžiu – tai apklausa, kuri atliekama pokalbio (interviu) tarp interviuotojo ir respondento būdu. Šios sąveikos centre – klausimynas. Interviuotojas atlieka tarpininko tarp respondento ir klausimyno vaidmenį. Nors klausimynas „valdo“ pokalbio

tarp interviuotojo ir respondento procesą (t. y. apklausos interviu nėra laisvas pokalbis, tai yra pokalbis *klausimyne nustatyta tvarka*), būtent interviuotojo dalyvavimas duomenų rinkimo procese sukuria pagrindines šio apklausos būdo savybes bei sudaro esminį skirtumą tarp apklausų žodžiu ir apklausų raštu (t. y. kai klausimynas pildomas savarankiškai).

Kaip jau minėta, yra du pagrindiniai apklausos interviu būdai: tiesioginis interviu ir interviu telefonu. Šalyse, kuriose yra aukštas telefonizacijos lygis (JAV, Kanada, Skandinavijos šalys), paprastai vyrauja interviu telefonu, o tiesioginiai interviu taikomi atliekant specialias apklausas ar apklausiant specifines populiacijas. Šalyse, kuriose telefonizacijos lygis žemesnis, labiau pasikliaujama tiesioginio interviu būdu, o interviu telefonu gali būti sėkmingai taikomas apklausiant specifines grupes (de Leeuw, 2008).

### 2.1.1. Tiesioginis interviu

Tiesioginis interviu (angl. *face-to-face interview*) – tai toks apklausos atlikimo būdas, kai interviuotojas su respondentu bendrauja tiesiogiai / akivaizdžiai, t. y. susitikęs akis į akį. Paprastai tiesioginio interviu metu respondentas neturi galimybės matyti viso klausimyno. Klausimyno klausimus bei galimus atsakymų variantus jam perskaito interviuotojas, kuris taip pat pažymi respondento atsakymus specialioje formoje (popierinėje arba elektroninėje). Gali būti panaudojamos ir pagalbinės priemonės: prie sudėtingesnių klausimų respondentui gali būti parodomos kortelės su atsakymo variantais; atsakant į jautrius klausimus, respondentui gali būti duodama kortelė, į kurią jis / ji asmeniškai įrašys atsakymą ir atiduos interviuotojui užklijuotame voke; gali būti prašoma sudėlioti korteles eilės tvarka ar atlikti kitas užduotis su pagalbine medžiaga (Ornstein, 2013). Tačiau apskritai visą klausimų uždavimo ir atsakymų fiksavimo procesą vykdo interviuotojas.

Istoriškai apklausos pradėtos taikant būtent tiesioginio interviu būdą, kadangi jis leido užtikrinti norimą atsakymų grįžtamumo laipsnį (angl. *response rate*) (t. y. santykį, kokia dalis iš planuotų užpildyti klausimynų buvo realiai ir tinkamai užpildyti bei grąžinti tyrėjui) bei buvo vienintelis efektyvus būdas pasiekti tikimybinio būdu atrinktus respondentus (Ornstein, 2013). Nors šiandien apklausoms pritaikomos įvairios

priemonės (telefonas, internetas), kurios gali sumažinti apklausos sąnaudas ir pagreitinti duomenų rinkimo procesą, tiesioginis interviu išlieka parankiu būdu, kai labai svarbus aukštas atsakymų grįžtamumo laipsnis, tyrime naudojamas sudėtingas arba ilgas klausimynas, nėra galimybės atlikti reprezentatyvią atranką taikant kitus apklausos būdus (pvz., telefonizacijos lygis neapima pakankamai didelės populiacijos arba tam tikros jos grupės dalies), nėra prieinamas atrankos pagrindas ar dėl kitų priežasčių kiti apklausos būdai negali užtikrinti norimos tyrimo kokybės.

Pagrindiniai tiesioginio interviu *privalumai* susiję su interviuotojo dalyvavimu duomenų rinkimo procese. Atliekant tiesioginį interviu, atsiranda galimybė rinkti papildomą informaciją: stebėti respondento reakcijas į klausimus, fiksuoti neverbalinę informaciją, jei iškyla sunkumų, padėti respondentui suprasti klausimą / atsakymo formą, fiksuoti galimus keblumus atsakant į klausimyno klausimus bei kitaip kontroliuoti duomenų rinkimo procesą. Be to, interviuotojas gali užtikrinti, kad respondentui bus užduoti *visi* klausimyno klausimai bei stengiamasi gauti į juos atsakymus. Tiesioginio interviu metu interviuotojas atlieka svarbią funkciją kontaktuodamas bei įtikindamas respondentus dalyvauti tyrime. Dėl to, kad interviuotojai tarpininkauja atsakymo į klausimyno klausimus procese, į tiesioginio interviu klausimyną gali būti įtraukiami sudėtingi klausimai bei naudojamos sudėtingos filtravimo<sup>10</sup> sistemos (de Vaus, 2002; Loosveldt, 2008) (daugiau apie klausimyno savybių ir apklausos būdo ryšį žr. 3.1. poskyrį).

Pagrindinis tiesioginio interviu *trūkumas* yra tai, kad šis apklausos būdas paprastai reikalauja daugiausiai išteklių, palyginti su kitais apklausos būdais, t. y. išauga tokios apklausos materialios ir nematerialios sąnaudos. Norint atlikti tiesioginius interviu, interviuotojas (-ai) turi asmeniškai susitikti su kiekvienu respondentu. Todėl kartais formuojant atranką gali būti nuspręsta į imtį neįtraukti labai tolimų ar menkai apgyvendintų vietovių (Ornstein, 2013). Be to, nėra jokios garantijos, kad

<sup>10</sup> Klausimai filtrai – tai klausimai, kurie leidžia suskirstyti respondentus į grupes pagal tai, kokie klausimyno klausimai jiems yra privalomi, o į kuriuos dalis respondentų neturėtų atsakinėti / negali atsakyti. Pavyzdžiui, prieš detaliai klausinėjant apie rūkymo įpročius, reikėtų „išfiltruoti“ tuos respondentus, kurie yra nerūkantys, ir nurodyti, kad jie praleistų klausimus apie rūkymą.

kiekvienas atrinktas respondentas pirmą kartą atvykus interviuotojui bus vietoje bei sutiks dalyvauti apklausoje. Norint apklausti konkretų atrinktą respondentą, gali tekti pas jį vykti keletą kartų. Todėl duomenų rinkimo procesui taikant tiesioginio interviu būdą turi būti skiriama pakankamai laiko ir lėšų.

Dar vienas galimas svarbus trūkumas – interviuotojo dalyvavimas apklausos procese gali paveikti respondento atsakymus, riboti respondento atvirumą bei nuoširdumą (plačiau žr. 2.2.3 skyrelį).

Kartais tiesioginius interviu gali atlikti pats tyrėjas (pvz., studentas, kurio imtis yra 100 tame pačiame mieste gyvenančių respondentų). Tačiau paprastai apklausos atliekamos su didelėmis imtimis, todėl reikia pasitelkti / samdyti interviuotojus, juos tinkamai apmokyti, finansuoti jų keliones pas respondentus, kontroliuoti jų darbą. Gali iškilti interviuotojų saugumo problema – ne visada aišku, kokioje aplinkoje ir su kokiais žmonėmis interviuotojui teks bendrauti, todėl yra įvairių neigiamų įvykių rizika.

Toliau aptarsime svarbiausius praktinius tiesioginio interviu atlikimo aspektus, kurie taip pat atskleis galimus šio būdo privalumus ir trūkumus.

### **Praktiniai tiesioginio interviu atlikimo aspektai**

**Laikas ir vieta.** Apklausos interviu gali vykti įvairiose vietose: respondento darbo aplinkoje; respondento namuose; neutralioje aplinkoje (pvz., viešbutyje, kavinėje) ir pan. Apklausos interviu vieta turi būti: patogi respondentui, prieinama interviuotojui, pakankamai rami, joje turi būti kiek galima mažiau trukdžių (pašalinių garsų, su interviu nesusijusių žmonių). Apklausos vietos pasirinkimas priklauso nuo respondento poreikių / galimybių bei tyrimo specifikos (tyrimo temos, atrankos būdo). Apie darbą geriau klausinėti darbovietėje, tačiau nepatartina klausinėti pačioje darbo vietoje, kadangi gali trukdyti greta dirbantieji. Reikia surasti patalpą, kurioje nebūtų pašalinių žmonių. Buities klausimais, bendro pobūdžio klausimais geriau klausinėti respondento namuose. Čia taip pat reikėtų užtikrinti, kad pokalbis vyktų akis į akį, kad kitas šeimos narys ar nariai neblaškytų respondento, nesiūlytų savo nuomonės ar at-

sakymo variantų. De Vausas (2002) siūlo neblogą strategiją tokiu atveju: mandagiai atsiprašyti trukdančio asmens, pasiūlant, kad jis / ji galėtų išreikšti savo nuomonę *po* interviu. Tinkamiausia interviu vykdyti tokioje aplinkoje, kuri būtų patogi respondentui, kur jis galėtų susikaupti pokalbiui, nebūtų blaškomas pašalinių asmenų ar kitų aplinkos veiksnių. De Vausas (2002) pataria vengti „tarpdurio“ pokalbių, t. y. vykdyti interviu ant slenksčio ar kitaip nepatogioje / skubą reiškiančioje vietoje. Pastebima, kad skirtingą atsakymą į tą patį klausimą galima gauti uždavus jį bute ir gatvėje.

Jei žinomos reikiamo respondento charakteristikos, patartina vizito (-ų) pas respondentą laiką planuoti atsižvelgiant į galimą tų charakteristikų įtaką respondento dienotvarkei. Pavyzdžiui, galima prognozuoti, kad darbingo amžiaus asmenis bus sunku aptikti namuose darbo dienomis tarp 8-18 val., vyresnio amžiaus žmonės gali nenorėti įsileisti interviuotojo tamsiu paros metu ir pan. Respondentų prieinamumui įtakos gali turėti ir sezoniškumas: pavyzdžiui, daugiau nepasiekiamų respondentų gali būti vasaros metu, kai pastebimai didesnė žmonių dalis vyksta atostogauti.

**Kontaktavimas su respondentais ir jų motyvavimas.** Interviuotojo darbas yra užtikrinti kiek galima didesnę sėkmingų (t. y. įvykusių) interviu skaičių. Jei reikiamo respondento nėra namuose / nurodytu adresu, interviuotojas vėliau turi pakartotinai nuvykti tuo adresu. Pakartotinių apsilankymų skaičius priklauso nuo konkretaus tyrimo plano, tačiau paprastai rekomenduojama atlikti keletą pakartotinių vizitų. De Vausas (2002) siūlo iki keturių pakartotinių vizitų pas vieną respondentą, varijuojant jų laiką: du kartus skirtingomis savaitės dienomis, vieną kartą vakare ir vieną kartą savaitgalį. Jei nurodytu adresu randamas kas nors, susijęs su respondentu (o jo paties nėra arba jis užsiėmęs), rekomenduojama bandyti susitarti dėl konkretaus kito vizito laiko, kada reikiamas respondentas bus pasiekiamas / turės laiko interviu. Nereikėtų priimti atsakymo dalyvauti tyrime, kai respondento vardu atsisako kiti asmenys; visada reikia pasistengti susitikti su pačiu respondentu (de Vaus, 2002). Kadangi interviuotojas yra atsakingas už tai, kad į imtį patektų atrankos kriterijus atitinkantys asmenys, be to, vienas svarbiausių tiesioginio interviu bruožų yra interviuotojo tarpininkavimas tarp respondento ir

klausimyno, neradęs respondento interviuotojas neturėtų palikti klausimyno kitiems asmenims, pavyzdžiui, namiškiams ar kaimynams. Taip pat neturėtų palikti klausimyno pildyti pačiam respondentui.

Svarbu, kad interviuotojas būtų pakankamai atkaklus, t. y. gebėtų įtikinti abejojančius respondentus arba tuos respondentus, kurių pirminis atsisakymas dalyvauti interviu nėra kategoriškas. Interviuotojo gebėjimas motyvuoti, įkalbėti, paskatinti abejojančius respondentus dalyvauti interviu gali turėti reikšmingos įtakos galutiniam apklausos rezultatui. Ornsteinas (2013) nurodo, kad „atsivertėliai“, t. y. tie respondentai, kurie pirminį atsisakymą dalyvauti apklausoje pakeitė sutikimu dalyvauti apklausoje (angl. *converted refusals*), gali sudaryti iki 15–30 proc. visų atliktų interviu. Tai pakankamai didelė dalis, ir jeigu interviuotojas nebūtų atkaklus, tokia neįvykusių interviu proporcija galėtų turėti rimtos neigiamos įtakos apklausos duomenų kokybei. Todėl interviuotojai turėtų mokėti kalbėti argumentuotai ir užtikrintai, gebėti fiksuoti verbalinius ir neverbalinius respondento ženklus, parodančius, kad atsisakymas dalyvauti tyrime nėra labai tvirtas. Paranku turėti iš anksto paruoštą prisistatymo ir motyvavimo dalyvauti tyrime tekstą (ar keletą galimų jo variantų). Taip pat pirminio kontakto metu paranku turėti iš anksto suformuluotus atsakymus į pagrindines atsisakymo / bandymo atsisakyti dalyvauti interviu priežastis. Pavyzdžiui, jei respondentas sako: „Ai, neturiu laiko“, galimas atsakymas: „Sutarkime, kada turėsite laiko, aš atvyksiu pakartotinai“ ir pan. Tai padeda interviuotojui nesutrikti, parodo jo pasitikėjimą savimi, darbo išmanymą. Pavyzdžiui, Alreck ir Settle'as (1995, p. 266) rekomenduoja pirminio kontakto su respondentu metu prašymo dalyvauti apklausoje neformuluoti kaip atsiklausimo „Ar turite laiko / ar turite keletą minučių atsakyti į kelis klausimus?“ arba „Ar galėtumėte skirti truputį laiko ir dalyvauti apklausoje?“ Be abejo, kad dabar niekas „neturi laiko“. Todėl reikėtų naudoti konkrečias prašymo dalyvauti apklausoje formas, t. y. tokias, kurios nesudarytų galimybės lengvai ir nepagrįstai atmesti prašymą dalyvauti apklausoje. Pavyzdžiui: „Prašome sutikti atsakyti į šio klausimyno klausimus“.

Dar vienas svarbus veiksnys, galintis padėti sėkmingai užmegzti kontaktą su respondентаis, – interviuotojo identifikaciniai ženklai, keiliantys respondentų pasitikėjimą juo. Jei interviuotojas priklauso tyrimų



kompanijai, savaime suprantama, kad jis turės įvairius identifikacinius ženklus: darbuotojo pažymėjimą (patartina – matomoje vietoje ir su nuotrauka), segtuvą ar kitą priemonę su kompanijos atributika ir pan. Jei interviuotojas nepriklauso tokiai kompanijai, vis tiek reikėtų pagalvoti, kokiomis priemonėmis sustiprinti išpūdį, kad jis nėra šiaip prašalaitis ar blogų ketinimų turintis asmuo, o atstovauja patikimai organizacijai / veiklai. Pavyzdžiui, jei interviuotojai yra studentai, kaip identifikacijos priemonę galėtų naudoti studento pažymėjimus, neštis priemones su universiteto logotipais. Pageidautina visada turėti lydraštį, kuriame paaiškinama interviuotojo institucinė priklausomybė, tyrimo tikslas, tyrimo etikos principai ir kita svarbi informacija (daugiau žr. 3.1. poskyrį). Interviuotojas turi būti pasiruošęs atsakyti į galimus respondento klausimus, pavyzdžiui, kodėl ateita jo adresu arba kodėl apklausiamas būtent jis / ji, o ne kuris nors kitas iš namiškių. Kaip jau minėta, viena iš pagalbų interviuotojui gali būti iš anksto parengti atsakymai į galimus dažniausiai pasitaikančius respondentų klausimus. Jei pirmą kartą respondentas atsisako dalyvauti tyrime, De Vausas (2002) pataria pabandyti šio respondento adresą duoti kitam interviuotojui, kuris būtų labiau patyręs arba turėtų kitokias charakteristikas (pvz., lyties, amžiaus), tokiu būdu galbūt būtų labiau priimtinas / patikimas respondento požiūriu.

**Interviuotojo ir respondento sąveika interviu metu.** Svarbus ne tik pirminis kontaktas su respondentu, bet ir sąveikos paties interviu metu sklandumas. Tai, kaip / ar interviuotojui pavyksta užmegzti kontaktą su respondentais, įgyti jų pasitikėjimą, didele dalimi lemia interviu duomenų kokybę ir jų patikimumą. Todėl svarbu interviuotojo asmenybės bruožai bei bendravimo gebėjimai, kurių reikalauja interviu procesas.

Respondentą gali paveikti interviu vykdytojo amžius, lytis, apranga. Pavyzdžiui, interviu apie seksualinį gyvenimą metu pagyvenusi respondentė vienaip atsakinės jaunam interviuotojui vyrui ir kitaip – panašaus amžiaus moteriai. Labiausiai pageidautina tokia interviuotojo ir respondento sąveika, kuri *nepaveikia* respondento atsakymų į klausimus. Tai yra svarbu, kad respondentas atsakytų į klausimus taip, kaip iš tikrųjų yra, o ne taip, kaip jam *norisi atsakyti reaguojant* į tam tikro interviuotojo dalyvavimą. Kaip matysime vėliau (žr. 2.3.2. skyrelį), ne visada galima iš anksto numatyti, kaip konkretus respondentas reaguos į konkretų in-

terviuotoją, tačiau pagal galimybes tyrėjas turėtų apgalvoti, kokiomis sąlygomis turėtų pasižymėti interviuotojas, kad jam pavyktų sukurti kiek įmanoma neutralesnę interviu atmosferą.

Svarbios ir kitos savybės, rekomenduotinos *visiems* interviuotojams. Interviu vykdytojas turi pasirinkti tinkamą aprangą – ji priklauso nuo to, kokioje vietoje vyks interviu (atliekant interviu įstaigoje, apklausos vykdytojo apranga turėtų būti oficialesnė nei vykdant interviu respondento namuose). De Vausas (2002, p. 132) pataria interviuotojui „neatrodyti kaip pardavimų vadybininkui, vietoj lagaminėlio nešiotis segtuvą. Rengtis neutraliai, tačiau tvarkingai“.

Interviuotojui svarbu gebėti sklandžiai perskaityti klausimyno tekstą, sklandžiai atsakyti į respondento klausimus, sklandžiai bendrauti prieš interviu, jo metu ir vėliau. Interviuotojas neturėtų ginčytis su respondentu, jį „auklėti“, reikšti savo nuomonę interviu klausimais ar kitaip įsitraukti į diskusiją. Interviuotojo darbas – suvaldyti interviu tokiu būdu, kad respondentas nejaustų spaudimo, tačiau, iš kitos pusės, būtų susikaupęs į interviu procesą ir nesiblaškytų. Jei respondentas bando išklausti interviuotojo nuomonės klausimyno klausimais, reikėtų subtiliai atsakyti, kad, pavyzdžiui, „mano nuomonė tyrimui nėra aktuali, būtent Jūsų nuomonė yra svarbi“.

Jei atsakinėjama į atvirus klausimus, juos reikėtų iš karto tiksliai fiksuoti, nes vėliau gali būti sunku atkurti, ką pasakė respondentas. Reikėtų visada bandyti paskatinti respondentą išreikšti savo nuomonę į atvirus klausimus, pavyzdžiui, jeigu respondentas pasirinko atsakymo variantą „kita“, galima perklausti: „Kas kita?“, „Gal galėtumėte paaiškinti plačiau, kas kita?“, „Ar yra kažkas konkretaus, ką turite galvoje rinkdamasis „kita“?“ ir pan. Čia galėtų praversti rekomendacijos, tradiciškai taikomos kokybiniuose interviu: neskubėti, išlaukti, paskatinti respondentą kalbėti.

Didesnį ir kokybiškesnį respondento įsitraukimą į interviu procesą gali paskatinti interviuotojo pateikiamas teigiamas arba neigiamas grįžtamasis ryšys (angl. *feedback*), pavyzdžiui: „Ačiū, kad taip tiksliai atsakėte“ arba „Gal galite atsakyti tiksliau“? Grįžtamasis ryšys gali padėti surinkti išsamesnę informaciją (Loosveldt, 2008). Tiesioginio interviu metu interviuotojas gali pasitelkti verbalines (kalbos), neverbalines (gestai, kūno kalba) ir paralingvistines (pauzės, intarpai „m-hm“ ir pan.)

komunikacijos priemonės (de Leeuw, 2008). Panaudodamas visas šias priemones, interviuotojas gali sėkmingiau gauti kokybiškus atsakymus, parodydamas respondentui, kad supranta ar nesupranta jo atsakymus, paskatindamas išplėsti atsakymą ir pan.

Taigi, interviuotojo darbas renkant duomenis yra labai atsakingas, galintis pagerinti arba sumenkinti surinktų duomenų kokybę. Todėl interviuotojai turi būti tinkamai apmokyti, gauti reikiamas pagalbines priemones, taip pat rekomenduotina, kad į pirmuosius interviu naujas interviuotojas vyktų su labiau patyrusiu interviuotoju.

Šiame skyrelyje buvo apibendrintos pagrindinės tiesioginio interviu savybės. Vėlesniuose skyriuose bei poskyriuose papildomai bus aprašomi kai kurie atskiri apklausos atlikimo aspektai, pavyzdžiui, interviuotojo darbo eiga; klausimyno sąsajos su apklausos būdu ir pan., kas papildomai atskleis tiesioginio interviu savybes.

### 2.1.2. Interviu telefonu

Nors interviu telefonu atrodo paprastas, greitas ir pigus apklausos atlikimo būdas, Steeh (2008) atkreipia dėmesį, kad būtinos tam tikros sąlygos, kurios leistų efektyviai pritaikyti šį apklausos būdą:

- telefonizacijos lygis turi apimti pakankamai didelę populiacijos dalį, idealiu atveju apie 80–90 proc. populiacijos. Jei telefonizacijos lygis mažesnis, telefonas gali būti panaudotas apklausoms labiau kaip pagalbiniė priemonė renkant duomenis kitais būdais, o ne pagrindinė apklausos priemonė. Taip pat apklausos telefonu gali būti vykdomos specifinėse populiacijose, kuriose telefonas yra prieinamas daugumai;
- turi būti prieinamas pakankamai tikslus ir išsamus telefonų numerių sąrašas, reikalingas kaip atrankos pagrindas arba prieinamas būdas tokiam sąrašui sudaryti<sup>11</sup>;
- telefonas turi būti pakankamai įprasta tikslinės populiacijos kasdienio gyvenimo dalis, kad potencialūs respondentai jaustųsi

<sup>11</sup> Vienas iš būdų sudarant reprezentatyvias imtis apklausose telefonu yra vadinamasis „skambinimo atsitiktiniais telefono numeriais“ būdas (angl. *RDD (random digit dialing) sampling*), kuris remiasi ne telefonų numerių knygomis ar registras, o pagal tam tikras taisykles atsitiktinai sugeneruotais telefono numeriais (Brick, 2008).

laisvai jį naudodami ir bendraudami su nepažįstamais žmonėmis, t. y. interviuotojais.

Šios sąlygos gali skirtingai pasireikšti, lyginant šalis, arba gali būti esminių skirtumų šalies viduje (pvz., tarp regionų ar rajonų; socialinių grupių ir pan.). Todėl reikėtų įvertinti šių sąlygų įvykdymą planuojant apklausą telefonu numatytoje populiacijoje.

Kaip ir tiesioginio interviu atveju, interviu telefonu klausimus respondentui užduoda ir atsakymus fiksuoja interviuotojas. Tačiau tai vyksta *telefoninio pokalbio* su respondentu metu. Iš vienos pusės, tai suteikia tam tikrų privalumų. Atliekant apklausą telefonu, nereikia vyksti pas respondentą, ir kiekvienas interviuotojas per trumpesnę laiką gali susisiekti bei apklausti gerokai didesnę skaičių respondentų. Todėl net įskaičiuojant išlaidas telefoniniams pokalbiams, tiek materialios, tiek nematerialios telefoninės apklausos sąnaudos yra mažesnės. Vis dėlto de Leeuw (2008) atkreipia dėmesį į tai, kad paprastai interviuotojų, atliekančių apklausas telefonu, darbo krūvis yra didesnis nei atliekančių apklausas tiesiogiai, o tai gali turėti įtakos duomenų kokybei.

Interviuotojų darbas atliekant apklausą telefonu paprastai vyksta centralizuotai, t. y. iš telefonizuoto apklausos centro (angl. *call-center; interviewing center*), o tai leidžia padidinti tiek darbo organizavimo, tiek kontrolės efektyvumą bei išvengti interviuotojų saugumo problemų, kurios gali kilti atliekant tiesioginius interviu (de Vaus, 2002; Ornstein, 2013). Jei tyrimas atliekamas neturint telefonizuoto apklausos centro (pvz., apklausą telefonu atlieka tyrėjas su kolegomis mokslinio tyrimo projekte), interviuotojų darbas organizuojamas kitaip: gali būti parenkama tam tikra vieta, kur dirbs interviuotojai, pavyzdžiui, specialiai tam skirtas kabinetas, arba interviuotojai dirbs savo vietose, pavyzdžiui, studentai – savo namuose. Tokiu atveju interviuotojų darbo kontrolė menkesnė, tenka pasikliauti apmokymų kokybe, interviuotojų sąžiningumu bei tinkamomis instrukcijomis.

Jei telefonizacijos lygis populiacijoje gana didelis, telefonu galima pasiekti didesnę geografinę erdvę nei tiesioginio interviu būdu, pavyzdžiui, nutolusius ir menkai apgyvendintus rajonus.

Daugelis bruožų, kuriais turi pasižymėti interviuotojas ir jo darbas, yra tokie patys kaip ir taikant tiesioginio interviu būdą: interviuotojas

turi gebėti motyvuoti respondentą, tinkamai bendrauti, nepaveikti atsakymų ir pan. Svarbiausias skirtumas yra tai, kad respondentas ir interviuotojas *negali matyti vienas kito*. Tai sukuria interviu telefonu proceso savitumus. Vienas svarbiausių bruožų – interviu telefonu metu vyksta tik *verbalinė* sąveika, todėl interviuotojas negali sekti neverbalinių ženklų, taip pat negali neverbaliniu būdu, pavyzdžiui, šypsena, paskatinti respondento. Interviu efektyvumas labai priklauso nuo interviuotojo verbalinių gebėjimų, pavyzdžiui, sklandžiai, aiškiai, suprantamai kalbėti, perskaityti klausimus ir pan. Taip pat svarbu, kaip respondentas geba priimti informaciją telefonu, t. y. ar gerai girdi, supranta interviuotoją. Pavyzdžiui, vyresnio amžiaus žmonės patiria sunkumų gerai girdėti kalbantis telefonu. Be to, interviuotojas tik iš klausos gali spėti, kaip respondentas reaguoja į situaciją / klausimus (pvz., kad jis suglumo).

Todėl interviuotojas, dirbantis telefonu, turėtų specialiai mokytis verbaliniu būdu perteikti tai, kas įprastame pokalbyje veikia kaip neverbaliniai ženklai. Pavyzdžiui, aiškiai pasakyti „taip“ (o ne linksėti galva kitoje laido pusėje), aiškiai padėkoti ir pan. (de Leeuw, 2008). Grįžtamąjį ryšį (prašymą patikslinti atsakymą, padėką už pastangas ir pan.) pateikti aiškiai verbaliniu būdu, nes neverbalinis grįžtamasis ryšys (pvz., pakelti antakiai) nepasiekia respondento. Paranku, kai interviuotojas telefonu turi iš anksto paruoštą pagalbinę medžiagą dažniausiai pasitaikančioms problemoms spręsti (pvz., paskatinimo frazių sąrašas).

Kalbantis telefonu respondentui gali būti lengviau atvirai atsakyti į jautresnius klausimus, nes nėra galimo tiesioginio kontakto neįtakumo. Kalbantis telefonu respondentas gali jaustis pakankamai laisvas, nes yra savo asmeninėje erdvėje, o interviuotojas – „viso labo balsas telefono aparate“ (de Leeuw, 2008). Interviu telefonu metu interviuotojas yra „per atstumą“ nuo respondento, nėra matomas, o tai bent iš dalies sumažina interviuotojo efekto tikimybę (pvz., dėl interviuotojo rasės, amžiaus ir pan.) (Steeh, 2008). Taip pat mažiau svarbi interviuotojo apranga, identifikaciniai ženklai ir kitos savybės, kurios veikia / gali suveikti teigiamai arba neigiamai tiesioginio interviu metu.

Iš kitos pusės, interviu telefonu turi ir galimų *sunkumų*. Visų pirma, telefonas gali apsunkinti pirminį kontaktą su respondentu. Žmonės gali vengti atsiliiepti telefonu (pvz., jei skambinama mobiliuoju, tiesiog

niekada neatsiliepia į nežinomus numerius), dažnai nebūti namie (t. y. ten, kur yra telefono aparatas), be to, respondentams lengviau atsisakyti dalyvauti apklausoje (t. y. tiesiog pasakyti „ne“ ir atsijungti). Siekiant užtikrinti didesnę respondentų pasiekiamumą, organizuojant telefonines apklausas paprastai planuojama, kiek minimaliai turi būti pakartotinių skambučių į vieną numerį, per kokį laikotarpį šie skambučiai turi būti kartojami (pvz., kelių savaičių laikotarpiu), rekomenduojama pakartotinai skambinti skirtingu dienos metu bei skirtingomis savaitės dienomis, tokiu būdu bandant pasiekti respondentus, kurie dažnai nebūna namie, dirba pamaininį darbą, yra išvykę atostogų ir pan. (Ornstein, 2013). Kaip ir tiesioginio interviu atveju, kai įmanoma (priklausomai nuo imties pobūdžio), reikėtų atsižvelgti į tipines respondentų dienotvarkes (pvz., jei skambinama į namus, dienos metu didesnė tikimybė rasti pensinio amžiaus nei darbingo amžiaus respondentus). Paskambinus netinkamu metu, susitarti dėl respondentui patogaus skambučio laiko (tačiau yra rizika, kad respondentas pradės vengti pokalbio, jei bus apsigalvojęs dėl dalyvavimo, tad gali nepavykti su juo susisiekti antrą kartą, taip prarandant galimybę jį įtikinti)<sup>12</sup>. Kaip ir tiesioginio interviu atveju, paranku turėti iš anksto paruoštus atsakymus į dažniausiai pasitaikančius atsakymo / dvejojimo dalyvauti tyrime atvejus. Pastebima, kad jei respondentas pradėjo atsakinėti į klausimus, tikimybė, kad nutrauks pokalbį, maža (de Vaus, 2002; Ornstein, 2013). Taigi, interviuotojo pasiruošimas pokalbio pradžiai labai svarbus ir gali teigiamai arba neigiamai paveikti atsakymų grįžtamumo laipsnį.

Skirtingai nei tiesioginio interviu metu, interviuotojas negali visiškai kontroliuoti pokalbio proceso. Telefonas padidina anonimiškumą, o tai reiškia, kad interviuotojas ne visada gali būti tikras, kad kalbasi su tuo respondentu, kurio jam reikia. Pastebima, kad pokalbio telefonu metu respondento aplinka gali blaškyti jo dėmesį (Ornstein, 2013; Steeh, 2008). Pavyzdžiui, sulaukus interviuotojo skambučio namuose, aplinkui gali žaisti vaikai, veikti televizorius ir pan., o jei kalbama mobiliuoju, respondentas gali būti gatvėje, kavinėje ir pan., tad dėmesys išsiskaidys tarp

<sup>12</sup> Su tokia tyrimo dalyvių strategija esame susidūrę kontaktuojant su informantais ir tariantis dėl kokybinių interviu. Žr. Mikėnė, S.; Gaižauskaitė, I.; Valavičienė, N. 2013. Qualitative interviewing: field-work realities. *Socialinis darbas*, 12 (1), p. 49–62.

apklausos ir aplinkos, mažiau gilinantis į apklausos klausimus bei atsakymus. Taip pat nėra galimybės stebėti respondento reakcijas, naudoti pagalbinę medžiagą (pvz., atsakymų korteles). Todėl atliekant apklausas interviu telefonu klausimynas turėtų būti gana trumpas (iki 30 min.), klausimai negali būti ilgi ar sudėtingi. Nematant interviuotojo bei neturint galimybės perskaityti klausimus patiems, respondentams gali būti keblu suprasti ir atsakyti į sudėtingus klausimus (Ornstein, 2013). Pastebima, kad atsakymai į atvirus klausimus interviu telefonu metu yra trumpesni, todėl jų panaudojimas taip pat ribotas (Steeh, 2008). Daugiau apie klausimyno savybių ir apklausos būdo ryšį žr. 3.1. poskyryje.

Galima apibendrinti, kad interviu telefonu suderinamos kelios savybės: išlieka interviuotojo kaip interviu tarpininko vaidmuo bei išlaikomas gana didelis respondento anonimiškumas (de Vaus, 2002; de Leeuw, 2008); kartu kiek sumažėja respondento reaktyvumas į interviuotojo savybes. Interviu telefonu parankesni santykinai trumpesnėms apklausoms, kuriose naudojamas klausimynas nėra sudėtingas ir ilgas, tyrimui aktuali populiacija pakankamai telefonizuota, o duomenis norima gauti greitai ir su mažesnėmis sąnaudomis.

## 2.2. Apklausa raštu (apklausa pildant klausimyną savarankiškai)

Apklausa raštu (apklausa pildant klausimyną savarankiškai) apima visą grupę apklausos būdų: apklausą grupės aplinkoje, individualią apklausą, apklausas paštu bei internetu. Skiriamasis tokių apklausų bruožas – klausimų ir atsakymų procesas yra tik respondento valioje, t. y. kai *klausimynas pildomas savarankiškai*, netarpininkaujant interviuotojui arba apklausos vykdytojui<sup>13</sup>. Apklauso vykdytojo funkcijos gali apsiriboti tik klausimyno įteikimu (pvz., įduodant klausimyną respondentui pildyti namuose) arba būti šiek tiek didesnė (pvz., pristatyti tyrimą, išdailinti ir surinkti klausimynus klasėje, auditorijoje ir pan.).

Santykinai apklausas raštu galima skirstyti į dvi grupes:

- apklausos, kuriose tiesioginio kontakto tarp apklausos vykdytojo ir respondento visiškai nėra (apklausa paštu, apklausa internetu);

<sup>13</sup> Manome, kad, kalbant apie apklausas raštu, tinkamiau naudoti „apklausos vykdytojo“ nei „interviuotojo“ sąvoką, kadangi ji geriau atspindi tokias apklausas atliekančio asmens funkcijas.

- apklausas, kuriose yra minimalus apklausos vykdytojo ir respondento kontaktas (apklausa grupės aplinkoje; individuali apklausa).

Abiem atvejais pats klausimyno pildymo procesas yra visiškai savarankiškas. Galima paminėti keletą bendrų *savybių*, būdingų *visiems* apklausos raštu būdams. Savarankiškai pildydamas klausimyną, respondentas gali pasirinkti jam tinkamą pildymo greitį, taip pat asmeniškai patogų pildymo laiką ir vietą (išskyrus apklausas grupės aplinkoje). Taip pat yra daugiau privatumo – nelieka neįtakojamumo, kuris gali atsirasti atsakant į kai kuriuos (ypač jautrius ar asmeninius) klausimus interviuotojo akivaizdoje. Respondentai jaučiasi galintys atviriau, nuoširdžiau atsakinėti į klausimus. Todėl planuojant panaudoti vieną iš apklausos raštu būdų į klausimyną galima įtraukti daugiau jautrių klausimų, taip pat tokių klausimų, į kuriuos atsakant reikia kažką prisiminti. Patys pildydami klausimyną, nesuprastą ar sudėtingą klausimą respondentai gali perskaityti dar kartą, išvengdami galimo nepatogumo, jei reikėtų paprašyti interviuotojo klausimą pakartoti (Ornstein, 2013). Iš kitos pusės, kai klausimyno pildymo procese dalyvauja tik respondentas, svarbu, kad respondentas gebėtų suprasti klausimus, todėl klausimynas turi būti pakankamai aiškios struktūros, klausimai lengvai suprantami, reikėtų vengti sudėtingų filtravimo žingsnių. Be to, pildant klausimyną savarankiškai, atsiranda galimybė praleisti klausimus ar palikti klausimyną neužpildytą iki galo, rečiau atsakyti į atvirus klausimus. Taip pat, jei klausimyno instrukcijos nėra pakankamai aiškios, gali būti daugiau netinkamai atsakytų klausimų.

Dar vienas bendras apklausų raštu bruožas yra tas, kad respondentas *mato* klausimyno klausimus ir atsakymo variantus, tuo tarpu apklausose interviu būdu (tiek tiesioginio, tiek telefonu) paties klausimyno respondentas nemato. Todėl apklausose raštu ypatingai svarbus vizualinis klausimų pateikimas ir bendras klausimyno vaizdas. Rašytinė kalba (tekstas) bei grafika (šriftai, raidžių dydis, rodyklės ir pan.) tampa pagrindinėmis komunikacijos tarp tyrėjo ir respondento priemonėmis apklausose, kuriose klausimynas pildomas savarankiškai (de Leeuw, 2008). Apklausose raštu klausimyno dizainas gali pakeisti neverbalinės ir paralingvistinės komunikacijos priemones, kurias apklausose interviu būdu naudoja interviuotojas (de Leeuw ir Hox, 2008). Įvairūs pabraukimai, patamsinimai, fono paryškinimai ir kitos priemonės nėra tik klausimyno pagrąži-



nimas – tai priemonės, kurios padeda užtikrinti efektyvesnę klausimyno užpildymo procesą. Pavyzdžiui, esame pastebėję, kad kai klausimyną savarankiškai pildo mokiniai, labai svarbu grafiškai ryškiai išskirti instrukcijas norint, kad jie atkreiptų į jas dėmesį ir teisingai pildytų klausimyną. Kitas pavyzdys – jei apklausos imtį sudaro vyresnio amžiaus žmonės, stambesnis šriftas gali palengvinti tokio respondento darbą ir kartu sumažinti klaidų tikimybę. Daugiau apie klausimyno dizaino savybes ir rekomendacijas žr. 3.1. skyrių „Klausimyno struktūra“.

Be šių bendrumų, kiekvienas iš apklausos raštu būdų turi savitumų, kurie aptariami toliau.

### 2.2.1. Apklausa grupės aplinkoje ir individuali apklausa

Kaip nurodo pats pavadinimas, *apklausa grupės aplinkoje* atliekama su respondentų grupe. Klausimyną pildo kiekvienas respondentas asmeniškai raštu, tačiau tuo pačiu metu ir toje pačioje erdvėje su kitais respondентаis (pvz., apklausa atliekama universiteto auditorijoje, visi esantys studentai tuo pačiu metu pildo klausimynus, kurie vėliau surenkami). *Individualios apklausos* metu klausimynas įteikiamas respondentui pildyti asmeniškai (paprastai jam patogiu laiku ir patogioje vietoje) bei susitariama dėl klausimyno grąžinimo sąlygų (būdo, termino, kt.). Pavyzdžiui, klausimynai įteikiami studentams, paprašoma juos užpildyti per tam tikrą laiką; kiekvienas studentas klausimyną pildo asmeniškai, pavyzdžiui, namuose, ir vėliau grąžina sutartu būdu, pavyzdžiui, atneša į kitą užsiėmimą.

Nors apklausose grupės aplinkoje ir individualiose apklausose respondentai klausimyną pildo savarankiškai, tam tikrą funkciją čia atlieka ir apklausos vykdytojas. Tokiu būdu šios apklausos bent iš dalies suderina interviuotojo (apklausos vykdytojo) dalyvavimo vertę ir savarankiško klausimyno pildymo vertę (de Leeuw ir Hox, 2008). Apklausos vykdytojas gali užtikrinti efektyvesnę pirminę kontaktą su respondentu, paaiškinti apie tyrimą, motyvuoti, surinkti klausimynus. Tačiau klausimynas pildomas asmeniškai, yra daugiau privatumo, todėl tikėtinas didesnis respondento atvirumas ir patogumas respondentui. Dėl apklausos vykdytojo įsitraukimo atsakymų grįžtamumo laipsnis gali būti didesnis nei tuomet, kai klausimynas pildomas savarankiškai ir nėra jokio tiesioginio kontakto su apklausos vykdytoju. Respondentas labiau jaučiasi įpareigo-

tas gražinti užpildytą klausimyną konkrečiam apklausos vykdytojui, kuris jį įteikė, nei, pavyzdžiui, siųsdamas paštu nematytam tyrėjui.

***Apklausa grupės aplinkoje*** (angl. *in group settings*)

Metodologinėje literatūroje šis apklausos būdas kažkodėl ne visada paminimas (pvz., de Vaus, 2002) ar plačiai aprašomas. Tačiau praktikoje jis tikrai taikomas ir yra ypač svarbus tam tikrose specifinėse aplinkose, pavyzdžiui, švietimo institucijose (pvz., apklausos mokyklose, kolegijose, universitetuose), vertinant įvairias veiklas (pvz., konferencijos dalyvių grįžtamasis ryšys), personalo, vartotojų tyrimuose ir pan. Kitaip tariant, aplinkose, kurios yra organizuotos; kur galutinis atrankos vienetas yra grupė / klasteris; kur natūraliai formuojasi žmonių grupės (šios apklausos nėra tinkamos bendrai populiacijai tirti). Jei yra tokios sąlygos, apklausa grupės aplinkoje sutaupo laiko ir lėšų, nes vienas apklausos vykdytojas tuo pačiu metu gali apklausti daug respondentų. Taip pat išnaudojamos teigiamos apklausos vykdytojo dalyvavimo apklausos procese savybės. Paprastai apklausos vykdytojas pristato tyrimą, išdalina klausimynus, paaiškina jų pildymo eigą, atsako į respondentams kylančius klausimus bei surenka užpildytus klausimynus. Taigi, gali motyvuoti respondentus, iš dalies kontroliuoti bei stebėti klausimynų pildymo procesą, tačiau nedalyvauja jame taip aktyviai ir artimai respondentui, kaip tiesioginio interviu metu.

Apklausa grupės aplinkoje turi tam tikrų organizacinių savitumų. Galima nurodyti pagrindinius apklausos grupės aplinkoje organizacinius elementus (kurie paprastai įgyvendinami kaip tyrėjo, apklausos vykdytojo ir institucijos bendradarbiavimo bei veiklos rezultatas):

- patekimas į grupės aplinką;
- apklausos aplinkos savitumų įvertinimas: apklausos laikas, trukmė, vieta, sąlygos;
- tyrimo pristatymas ir respondentų sutikimo gavimas;
- atsakymas į respondentų klausimus ir apklausos stebėjimas;
- klausimynų išdalinimas ir surinkimas.

**Patekimas į grupės aplinką.** Kaip jau minėta, paprastai grupiniai dariniai priklauso kokiai nors institucijai (veikia jos viduje), todėl pirmasis etapas yra ne kontaktas su konkrečiu respondentu, o kontaktas su institucijos atstovais, kurie yra įgalioti suteikti leidimą vykdyti apklausą

jos viduje. Būtina ne tik gauti leidimą, tačiau taip pat susitarti su institucija dėl apklausos datos, laiko, jei reikia – lydinčio asmens ir kitų galimų formalumų. Jei įmanoma, visada rekomenduotina turėti oficialų lydraštį. Taip pat rekomenduotina iš anksto sutarti dėl apklausos sąlygų, t. y. aiškiai įvardinti, ką darys apklausos vykdytojas, kiek laiko truks apklausa, kokia reikalinga aplinka ir kt. Pavyzdžiui, jei ketinama atlikti apklausą mokykloje, papildomi žingsniai, dėl kurių reikia nuspręsti: ar apklausa vyks pamokų metu, ar ne? Jei taip, kas ir kaip turėtų sutarti su pamokos mokytoju? Jei ne, ar apklausa vyks kurioje nors klasėje po pamokos, ar specialioje vietoje, pavyzdžiui, salėje? Jei salėje, kas užtikrins, kad mokiniai ateis į ją? Ar apklausos metu galės dalyvauti mokyklos atstovai, ar tik apklausos vykdytojas? Jei atstovai negalės dalyvauti, dėl to turi būti iš anksto sutariama. Taigi, patekimas į grupės aplinką yra papildomas žingsnis organizuojant apklausą.

**Apklausos aplinkos savitumų įvertinimas.** Planuojant apklausą grupės aplinkoje, būtina tinkamai parinkti apklausos laiką, kad jis būtų patogus grupei, leidžiantis ramiai susikaupti klausimyno pildymui. Taip pat rekomenduojama iš anksto patikrinti, kiek vidutiniškai trunka užpildyti klausimyną ir kaip ši trukmė derės prie grupės aplinkos sąlygų. Planuojamas apklausos laikas turi būti pakankamas klausimynui užpildyti. Pavyzdžiui, jei suplanavome, kad mokykloje klausimynas bus pildomas ilgosios pertraukos metu (20 min.), tačiau klausimynas nėra trumpas, gali atsitikti taip, kad pertraukos laikas pasibaigs nespėjus tinkamai užpildyti klausimyno, o tai, savo ruožtu, sukels neramumus tarp mokinių, nepatogumus mokytojui bei pačiam apklausos vykdytojui. Taigi, kažkuri dalis klausimyno bus pildoma nekokybiškai, su trukdžiais. Į apklausos trukmę reikia įskaičiuoti ne tik laiką, būtiną klausimynui užpildyti, tačiau ir laiką, kurį užims apklausos vykdytojo prisistatymas, tyrimo pristatymas, klausimynų išdalinimas, surinkimas ir kiti susiję veiksmai.

Vienas iš pastebimų sunkumų, kylančių apklausose grupės aplinkoje, – kaip užtikrinti, kad respondentai jaustųsi laisvi atvirai pildyti klausimyną. Iš vienos pusės, tai klausimynas, kuris pildomas savarankiškai, taigi, respondentai neturėtų jaustis suvaržyti apklausos vykdytojo. Iš kitos pusės, apklausa vyksta institucinėje aplinkoje, kuri gali sukurti tam tikrą spaudimą. Svarbu ne tik tai, kad mes kaip tyrėjai / apklausos vykdy-

tojai užtikriname konfidencialumą, bet ir tai, kad respondentai *jaustųsi* esą tikri, kad konfidencialumas bus užtikrintas (de Leeuw ir Hox, 2008). Pavyzdžiui, mokiniai, pildantys klausimyną klasėje apie mokyklą, net jei apklausos vykdytojas nesusijęs su mokykla, gali nesijausti laisvi, nes manys, kad jų atsakymai gali kaip nors būti parodyti mokyklos mokytojams ar direktoriui. Dar didesnis nepasitikėjimas gali kilti, jei apklausą vykdo kas nors iš mokyklos, pavyzdžiui, klasės vadovas. Todėl galima iš anksto apgalvoti priemones, kurios papildomai padėtų sukurti pasitikėjimo apklausos procedūra jausmą: į klausimyną įtraukti mažiau atvirų klausimų, t. y. kad respondentams reikėtų mažiau rašyti; prašyti klausimyną pildyti spausdintinėmis raidėmis; pildymui paruošti vienodas rašymo priemones; užpildytus klausimynus surinkti ne asmeniškai iš kiekvieno respondento, o prašyti sudėti į specialią dėžutę, galbūt net užklijuotus specialiuose vokuose.

Kitas apklausos grupėje aplinkos veiksnys – privatumas pildant klausimyną. Nors grupės aplinkos dažnai atrodo labai patogios klausimynui pildyti (pvz., mokiniai sėdi suoluose), nebūtinai jos tokios yra apklausos duomenų kokybės požiūriu. Pavyzdžiui, pastebima, kad jei mokiniai sėdi arti vieni kitų, natūraliai ima žiūrėti vienas į kito klausimynus, aptarinėti klausimus ar atsakymus, juokauti ir pan. Taip nukenčia atsakymų kokybė. Jei tik įmanoma, reikėtų užtikrinti tokią aplinką, kad atskiri respondentai turėtų pakankamai privatumo netrukdomi ir netrukdydami kitiems pildyti klausimynus (pvz., kad mokiniai sėdėtų po vieną, didesniais atstumais ir pan.).

**Tyrimo pristatymas ir respondentų sutikimo gavimas.** Kaip ir kitoje apklausose, apklausoje grupės aplinkoje būtina pateikti respondentams esminę informaciją apie tyrimą. Paprastai šią informaciją prieš apklausą žodžiu nusako apklausos vykdytojas. Tačiau paranku, kad ir pačiame klausimyne būtų parašytas įvadas, kurį kiekvienas respondentas, esant poreikiui, galėtų dar kartą perskaityti prieš pradėdamas pildyti klausimyną.

Grupės aplinkoje gali kilti keblumų dėl respondentų sutikimo / atsisakymo dalyvauti apklausoje. Esame pastebėję, kad grupės aplinkoje atskiram respondentui sunkiau aiškiai išreikšti savo sutikimą, o ypač – nenorą dalyvauti apklausoje. Todėl apklausos vykdytojas turėtų užtikrinti, kad respondentai nesijaustų privalantys / spaudžiami dalyvauti ap-

klausoje. Kaip ir kiekviename sociologiniame tyrime, apklausoje grupės aplinkoje galioja etinis savanoriškumo principas.

**Atsakymas į respondentų klausimus ir apklausos proceso stebėjimas.** Apklausoje grupės aplinkoje apklausos vykdytojas tiek atsako į respondentų klausimus prieš apklausą (paprastai jie susiję su tyrimu apskritai), tiek į respondentams kylančius klausimus klausimyno pildymo metu (pvz., neaiški klausimo instrukcija). Tuo pat metu apklausos vykdytojas stebi ir fiksuoja, kaip vyksta apklausa: ar nekyla sunkumų, keblumų, pašalinių trukdžių ir pan.

**Klausimynų išdalinimas ir surinkimas.** Apklausos vykdytojo funkcija – išdalinti bei surinkti klausimynus, taip pat užtikrinti informacijos konfidencialumą, kol klausimynai patenka pas tyrėją. Kaip jau minėta, galima iš anksto apgalvoti, ar reikalingos pagalbinės priemonės klausimynams surinkti, pavyzdžiui, speciali dėžutė ar vokai. Apklausos vykdytojai atsakingi, kad surinkti klausimynai būtų kaupiami tvarkingai, t. y. jei reikia, iš karto po apklausos kiekvienam klausimynui ar klausimynų grupei suteikiamas kodas, atskirose grupėse pildyti klausimynai sudedami į atskirus dėklus ir pan.

Taigi, tokie yra pagrindiniai apklausos organizavimo grupės aplinkoje aspektai. Papildomai reikia aptarti dar keletą klausimų.

Minėjome keletą pavyzdžių apie apklausas mokykloje. Reikėtų atkreipti dėmesį į tai, kad *apklausos su vaikais*, t. y. nepilnamečiais asmenimis iki 18 metų amžiaus, apskritai yra specifinės. Planuojant apklausą ir sudarant klausimyną, reikia atsižvelgti į amžiaus grupės elgesio, socialinių normų, supratimo ir raštingumo lygmens ypatumus. Priklausomai nuo šalies įstatymų, gali nepakakti mokyklos sutikimo vykdyti apklausą, gali būti reikalaujama gauti raštišką kiekvieno nepilnamečio respondento tėvų / globėjų sutikimą bei leisti jiems susipažinti su klausimyno turiniu.

Apklausų grupės aplinkoje privalumas – aukštas atsakymų grįžtamumo laipsnis. Kadangi klausimynų išdalinimo ir grąžinimo procesą nepertraukiamai organizuoja ir kontroliuoja apklausos vykdytojas, paprastai grįžta visi išdalinti klausimynai. Iš kitos pusės, klausimynų užpildymo kokybė (pvz., praleisti ar neteisingai atsakyti klausimai) priklauso išskirtinai nuo paties klausimyno kokybės ir respondentų pastangų.

Apklausos grupės aplinkoje paprastai gana efektyvios sąnaudų prasmė. Kadangi vienas apklausos vykdytojas tuo pačiu metu gali apklausti

santykinai daug respondentų, tai gana nebrangus ir greitas duomenų gavimo būdas. Taip pat pakankamai patikimas, kadangi derina galimybę respondentams atsakinėti savarankiškai su išorine apklausos vykdytojo kontrole ir pagalba.

Reikėtų atkreipti dėmesį ir į tai, kad, atliekant apklausas grupės aplinkoje, apklausos vykdytojas ne visada yra specialiai apmokytas / specialiai įdarbintas asmuo. Tai gali būti grupės aplinkoje dirbantis asmuo, pavyzdžiui, mokytojas, dėstytojas, medicinos darbuotojas, bibliotekos darbuotojas ir pan., kurie patys atlieka tyrimą savo institucijos reikmėms arba bendradarbiauja su tyrėju iš išorės. Todėl apklausos organizavimo procedūros turi būti gerai apgalvotos (pvz., jau minėtos konfidencialumo užtikrinimo problemos), o apklausoje talkinantis asmuo turi būti pakankamai informuotas apie tyrimo tikslus, procedūrinius reikalavimus, išmanyti klausimyną, kad galėtų atsakyti į respondentų klausimus pildant ir pan.; tokiu atveju praverstų pagalbinė informacinė priemonė (leidinys) (de Leeuw ir Hox, 2008).

### ***Individuali apklausa***

Kaip ir apklausa grupės aplinkoje, šis apklausos būdas tarytum „pasi-meta“ tarp apklausų paštu ir internetu, kurios aprašomos plačiausiai. Tačiau praktinių pavyzdžių gali būti labai daug. Tokios apklausos parankios įvairiose „organizuotose“ aplinkose. Pavyzdžiui, klausimynai išdalinami mokinių tėvams ir prašoma užpildžius atsiųsti juos paštu / įdėti į specialią surinkimo dėžę mokykloje. Apklausos vykdytojas įteikia klausimynus asmeniškai kiekvienam respondentui darbo vietoje, paaiškina apklausos tikslus ir procedūrą, o patogiui jiems laiku užpildę klausimynus respondentai grąžina juos palikdami specialioje vietoje. Įvairių parodų, muziejų, parkų, gydymo įstaigų, bibliotekų, parduotuvių, kavinių ir pan. lankytojams klausimynai gali būti įteikiami su draugišku kvietimu dalyvauti apklausoje, paaiškinimu ir paskatinimu, o grąžinami paštu, el. būdu arba, jei klausimynas trumpas, iš karto po vizito toje vietoje. De Leeuw ir Hoxas (2008, p. 256) pamini keletą pavyzdžių, kaip pritaikoma individuali apklausa. Pavyzdžiui, lankantis Paulo Getty muziejuje, respondentų buvo prašoma įvertinti, kiek muziejus yra „palankus vaikams“. Apklausos vykdytojas įteikė klausimyną, kurį užpildžius reikėjo atsiųsti į muziejų. Taip

pat respondentams buvo dovanojamas muziejaus atvirukas ir vaikiška spalvinimo knygelė kaip paskatinimas užpildyti ir gražinti klausimyną. Kitas pavyzdys: naujagimių tėvams buvo išdalinti klausimynai, prašant juos užpildytus gražinti per pirmąjį kūdikio sveikatos patikrinimo vizitą poliklinikoje. Lietuvoje dažnas atvejis, kai po konferencijos / mokymų dalyviams įteikiamas klausimynas, prašant įvertinti dalyvių pasisakymus, kiek jie buvo naudingi / įdomūs / kiek tai buvo nauja (užpildyti klausimynai surenkami iš karto). Įvairias paslaugas teikiantys centrai dažnai siekia sužinoti vertinimus (pvz., ar patiko suteiktos paslaugos); tokiu atveju taip pat gali būti prašoma užpildyti klausimyną vietoje arba atnešti jį kito apsilankymo metu (jei apsilankymai reguliarūs).

Individuali apklausa paranki ir tuomet, kai nėra tinkamo atrankos pagrindo, pavyzdžiui, adresų sąrašo, o respondentai parenkami maršrutiniu metodu. Apklausos vykdytojas pagal maršrutą nuvyksta į namų ūkį, parenka respondentą, paaiškina jam apklausos esmę ir, gavęs sutikimą, palieka klausimyną, kurį respondentas užpildęs grąžins paštu arba po kažkiek laiko jo paimti atvyks tas pats apklausos vykdytojas (de Leeuw ir Hox, 2008). Tokiu būdu išsprendžiama atrankos problema, santykinai sutaupoma išteklių (interviutojo darbas), išsprendžiamos interviutojo efekto bei atsakymų grįžtamumo laipsnio problemos.

Vis dėlto planuojant taikyti individualios apklausos būdą, reikėtų turėti galvoje mažiausiai du galimus keblumus.

Pirma, apklausos vykdytojas dalyvauja įteikdamas klausimyną, pristatydamas tyrimą, paaiškindamas apklausos procedūrą, todėl gali papildomai motyvuoti užpildyti klausimyną. Tačiau klausimynų grąžinimo procedūra nėra pakankamai patikima – išskyrus tuos atvejus, kai apklausos vykdytojas pats susirenka klausimynus (pvz., dar kartą grįžęs į aplankytus namų ūkius) arba kai apklausa vyksta organizuotoje aplinkoje, kurioje galima papildomai respondentui priminti ar jį paskatinti. Jeigu šių sąlygų nėra, atsakymų grįžtamumo laipsnis gali būti toks pat mažas, kaip ir apklausose paštu (žr. 2.2.2. skyrelį), o priemonių, kaip paskatinti respondentus ar kontroliuoti klausimynų grąžinimą, paprastai nėra (pvz., atidavus klausimynus parodos lankytojams, jų kontaktinė informacija nėra fiksuojama, taigi, nebelieka ryšio su jais). Net jeigu yra aiškūs kontaktai su respondентаis, pavyzdžiui, apklausiami mokinių tė-

vai, ir tiesiogiai ar per vaikus galima perduoti priminimą / paskatinimą, reikia nepamiršti, kad tai pailgina apklausos realizavimo laiką. Apskritai tokia apklausa gali užtrukti gana ilgai, apie 4 savaites ir ilgiau.

Antra, laikoma, kad apklausoje, kuriose klausimynas pildomas savarankiškai, yra maža interviuotojo efekto tikimybė, didesnis respondento atvirumas, labiau apgalvoti atsakymai. Tačiau tuo pat metu nėra ir klausimyno pildymo proceso kontrolės, taigi, didesnė praleistų, neteisingai užpildytų klausimų tikimybė, be to, klausimyną gali pildyti ne pats respondentas, o bet kuris kitas su juo susijęs asmuo.

Kaip ir apklausos grupės aplinkoje atveju, kartais individualios apklausos procese galima pasitelkti neprofesionalių apklausėjų, pavyzdžiui, klausimynus lankytojams gali išdalinti slaugytoja gydymo įstaigoje. Toks asmuo „iš vidaus“ daug efektyviau kontaktuoja su potencialiais respondентаis, kontaktas su jais yra nuolatinis ir tiesioginis, todėl gali būti lengviau įtikinti dalyvauti apklausoje bei grąžinti užpildytą klausimyną. Tačiau būtina nepamiršti galimų etinių keblumų.

Galima būtų apibendrinti, kad individuali apklausa paranki tuomet, kai yra pakankamai aiškūs, organizuoti kontaktai su respondентаis (pvz., mokyklos bendruomenėje), kai nėra efektyvaus atrankos atlikimo būdo, o kiti apklausos būdai negali būti įgyvendinti (pvz., apklausiant atsitiktinius parodos lankytojus).

### 2.2.2. Apklausa paštu

Apklausa paštu – vienas iš apklausos raštu būdų, kai tiesioginio kontakto su respondentu nėra, o sąveika tarp tyrėjo ir respondento vyksta per pašto korespondenciją.

Šis apklausos būdas taikomas, kai turimi nedideli finansiniai bei žmogiškieji ištekliai, respondentai gyvena sunkiai kitomis komunikacijos priemonėmis pasiekiamose vietovėse, taip pat apklausos paštu dažnai taikomos apklausiant įvairias visuomenės ir verslo organizacijas (Ornstein, 2013). Pagrindinės išlaidos – klausimynų atspausdinimo ir siuntimo paštu išlaidos (įskaitant atgalinį voką su pašto ženklu) bei išlaidos laiškam-priminimams.

Norint atlikti apklausą paštu, reikia, kad pašto paslaugų sistema patikimai funkcionuotų, taip pat turėti tikslų imties adresų sąrašą.



Kai klausimynas siunčiamas namų ūkio adresu, tyrėjas nėra tikras, kad jį užpildys tinkamas respondentas. Tokiu atveju lydraštyje pateikiamos respondento atrankos instrukcijos. Tarkim, gali būti nurodyta, kad norima apklausti vyrą, moterį, vyriausią arba jauniausią šeimos narį; kartais prašoma atsakyti į klausimyno klausimus tą narį, kuris paskutinis šventė savo gimtadienį. Pavyzdžiui, tyrėjas gali siųsti 25 proc. atsitiktinai atrinktų namų ūkių lydraštį su prašymu, kad klausimyną pildytų jauniausias moteriškos lyties asmuo, kitiems atsitiktinai atrinktiems 25 proc. namų ūkių – kad pildytų jauniausi vyriškos lyties asmenys, ir t. t. Tačiau visada išlieka rizika, kad klausimyną pildys ne tas asmuo, kuriam jis skirtas, o tyrėjas neturi galimybių to įvertinti.

Paštu siunčiamas klausimynas gali būti atspausdintas ant popieriaus (angl. *PAPI – Paper and Pencil Interviews*) arba įrašytas į skaitmeninę (pvz., USB) laikmeną. Dažniausiai naudojami elektroniniu paštu siunčiami klausimynai: DBM klausimynas (angl. *Disk by Mail*) arba CASI (angl. *Computer-Assisted Self Interview*) (de Vaus, 2002). De Leeuw ir Hoxas (2008) taip pat mini klausimyno siuntimą faksu. Apie kompiuterinių klausimynų savybes ir variantus plačiau žr. 3.2 poskyrį.

Pagrindinės apklausų paštu savybės yra susijusios su respondento ir apklausos vykdytojo sąveikos nebuvimu. Todėl norint atkreipti respondento dėmesį (ir taip paskatinti jį dalyvauti apklausoje), svarbu pirminis įspūdis, kurį jis gauna su pašto voku. De Vausas (2002) pataria, kad vokas neturėtų atrodyti kaip reklaminis siuntinys; geriau naudoti įprastus pašto ženklus.

Labai svarbus su klausimynu siunčiamas *lydraštis*, kuris yra pirminis paskatinimas / motyvacinė priemonė respondentui sutikti pildyti klausimyną. Tokį lydraštį reikėtų parengti ypatingai kruopščiai. Lydraštyje turi būti trumpai pristatytas tyrimas ir paaiškintas tyrimo tikslas, įvardintas tyrimo organizatorius ir jo kontaktiniai duomenys, respondentas skatinamas dalyvauti tyrime; turi būti pateiktos labai aiškios klausimyno pildymo instrukcijos (daugiau žr. 3.1 poskyrį bei pavyzdžius 3 skyriaus prieduose). Turi būti užtikrinama, jog respondentą pasiektų tokia pati informacija, ko-kią jis / ji gautų, jei būtų apklausiamas tiesioginio interviu būdu.

Apklausoje paštu nėra galimybės užtikrinti, kad klausimyną pildo respondentas, kuriam šis klausimynas buvo siųstas. Kadangi nėra inter-

viuotojo, kuris, pritaikęs atrankos instrukciją, parinktų tiksliai tą respondentą iš namų ūkio, kuris reikalingas, šis procesas visiškai priklauso nuo to, kas gauna laišką. Todėl jei tik įmanoma, ant voko turėtų būti konkretaus žmogaus, kurį siunčiamu adresu norima apklausti, vardas ir pavardė; voko viduje (lydraštyje ar klausimyno įvade) – labai aiški ir detali instrukcija, kurio žmogaus prašoma pildyti klausimyną.

Kadangi respondentas atsakinėja į klausimyno klausimus pats, ypatingas dėmesys skiriamas klausimynui: svarbu taip parengti klausimyną, kad jis pasirodytų patrauklus respondentui ir sukeltų norą atsakyti į klausimus, t. y. kreipiamas dėmesys ne tik į turinį (aiškias, suprantamas klausimų bei atsakymų alternatyvų formuluotes), bet ir į klausimyno dizainą (grafikos, šrifto, spalvų ir kt. parinkimą), klausimyno ilgį. Šie sprendimai nėra vienareikšmiai ir tyrėjas turėtų rasti konkrečiai apklausai tinkamą variantą. Iš vienos pusės, respondentas klausimyną pildo jam patogiu laiku, gali pildyti ne visą iš karto, o dalimis, taigi, atrodo, būtų galima siųsti ir ilgus klausimynus. Tačiau ilgas klausimynas gali iš anksto išgąsdinti respondentą ir jis net nepradės jo pildyti. Pavyzdžiui, esame gavę klausimyną paštu, kuris savo apimtimi ir forma priminė spaudos žurnalą, buvo labai didelis ir sudėtingas. Tokio klausimyno užpildymo galima tikėtis nebent iš sociologo, kuris jaučia profesinę pareigą pagelbėti kitam tyrėjui, bet vargu ar iš eilinio respondento.

Kaip ir kitose apklausose raštu, apklausose paštu reikėtų vengti sudėtingų klausimų bei sudėtingų filtravimo sistemų (nebent naudojami el. klausimynai, kuriuose šios sistemos suveikia automatiškai).

Didžiausias apklausų paštu trūkumas – žemas atsakymų grįžtamumo laipsnis, t. y. tyrėjui grįžta tik tam tikra dalis išsiųstų klausimynų. Vertinama, kad pašto apklausose negrįžusių klausimynų dalis gali būti 50 proc. ir daugiau. Siekiant padidinti atsakymų grįžtamumo laipsnį, gali būti taikomi keli būdai.

Pastaruju metu JAV, Europoje, Japonijoje ir kitose pasaulio šalyse gana plačiai ir efektyviai taikomas „Bendrojo dizaino metodas“ (angl. *Total Design Method*, toliau TDM), skirtas atsakymų grįžtamumo laipsniui padidinti (de Leeuw ir Hox, 2008, p. 245-246). TDM remiasi socialinių mainų teorija, kurios pagrindiniai elementai yra 1) atlygis, kurio individas tikisi, atlikdamas tam tikrą veiksmą; 2) sąnaudos (finansinės, laiko),

kurias tikimasi patirti, bei 3) pasitikėjimas – įsitikinimas, kad atlygis tikrai bus gautas ir jis atpirks sąnaudas. Šių tikslų siekiama tokiais būdais (pagal De Leeuw ir Hox, 2008, p. 246):

**Atlygis.** Jis gali būti materialinis ir psichologinis. Respondentams rodomas dėmesys, siekiama, kad jie pasijaustų svarbūs atliekamame tyrime, pabrėžiama, kad jų nuomonės yra labai svarbios šiam tyrimui, pabrėžiama jų indėlio reikšmė. Skiriamas dėmesys klausimyno apipavidalinimui – jis turi būti patrauklus respondentui, malonus atsakyti. Kartais (retai) pasiūloma pinigų, pavyzdžiui, į voką įdedama smulki moneta. Ornsteinas (2013) nurodo Churcho 1993 m. atlikto eksperimento tyrimų rezultatus, kurie parodė, kad piniginis atlygis, nedidelės dovanėlės ar loterijos bilietai, įteikti prieš dalyvaujant apklausoje paštu, padidino atsakymų grįžtamumo laipsnį (vidutiniškai 19 proc.).

**Sąnaudos.** Siunčiamas klausimynas iš pirmo žvilgsnio atrodo lengvai atsakomas, klausimai – nereikalaujantys didelių respondento pastangų. Jeigu įtraukiami jautrūs klausimai, kiek įmanoma stengiamasi, kad jie sukeltų kuo mažiau neigiamų emocijų respondentui, todėl labai atsižvelgiama į formuluotes. Respondento prašoma minimalios asmeninės informacijos. Pridedamas vokas atsakymui siųsti su iš anksto apmokėto siuntimo antspaudu ar pašto ženklų, kad respondentas nepatirtų jokių finansinių išlaidų.

**Pasitikėjimas.** Vos pažvelgęs į lydraštį respondentas turi suprasti, kad tai nėra įprasta reklaminė medžiaga. Lydraštis dažnai yra rengiamas ant organizacijos blanko, taip parodant, kad apklausą vykdo patikima organizacija (pvz., universitetas ar socialinių tyrimų centras). Pasitikėjimą padidina kontaktinių telefonų ir adreso nurodymas. Taip pat svarbu pabrėžti, jog visi respondento pateikti duomenys išliks anonimiški.

Kita priemonė, kurią būtina taikyti apklausoje paštu, yra **priminimai**. Respondentai gali klausimynus pamesti, išmesti, pamiršti ir pan., todėl naudojama tam tikra priminimų sistema, kurioje kiekvienas pakartotinis priminimas turi skirtis savo forma. Pavyzdžiui, taikant TDM (de Leeuw ir Hox, 2008), praėjus savaitei nuo pirmojo laiško išsiuntimo, imties populiacijai gali būti išsiųsti padėkos atvirukai. Jų tikslas – padėkoti tiems, kurie atsakė ir švelniai „paspausti“ tuos, kurie dar to nepadarė. Praėjus dviem savaitėms po atviruko išsiuntimo, neatsakiusiems respon-

dentams pakartotinai siunčiamas klausimynas kartu su gražinimo voku bei nauju lydraščiu, kuriame siekiama dar labiau įtikinti neatsakiusius respondentus užpildyti klausimyną. Jame paminima, kad klausimynas buvo išsiųstas prieš tris savaites, bet dar negražintas. Dillmanas (cit. de Leeuw ir Hox, 2008) pataria, jog trečiasis ir paskutinis priminimas būtų siunčiamas registruotu laišku praėjus septynioms savaitėms po pirmojo klausimyno išsiuntimo. Tokiu būdu per 8 savaites surenkamas maksimalus užpildytų klausimynų skaičius. Jeigu tyrėjas nori sutrumpinti apklausos procesą, po pirmojo priminimo galimas skambutis respondentui (tuo atveju, jei turimas kontaktinis numeris). Taip pat dalyvavimo apklausoje tikimybę gali padidinti laiškas arba telefono skambutis *prieš* išsiunčiant pirmąjį laišką su klausimynu; tokiu būdu respondentas perspėjamas, kad turėtų tikėtis netrukus gauti laišką (de Vaus, 2002).

Dalis pirminių laiškų gali grįžti atgal tyrėjui nepasiekę adresato, pavyzdžiui, dėl klaidingo adreso, dėl pasikeitusio adreso ir pan. Tokiais atvejais reikėtų bandyti nustatyti tinkamą adresą (kai tai įmanoma) bei fiksuoti priežastis, kodėl klausimynai grįžo. Tai svarbu norint tiksliau nustatyti atsakymų grįžtamumo laipsnį (de Vaus, 2002). Apskritai, apklausoje paštu rekomenduotina fiksuoti visą klausimynų judėjimo procesą, pavyzdžiui, lentelės forma, kur žymima, kiek kiekviename etape išsiųsta klausimynų, kiek gražinta, kiek išsiųsta priminimų, kiek išsiųsta pakartotinių klausimynų, kiek klausimynų grįžo nepasiekę adresato ir taip toliau. Tokiu būdu lengviau planuoti kiekvieną etapą, tiksliau suskaičiuojamos sąnaudos, tiksliau įvertinamas atsakymų grįžtamumo laipsnis.

### 2.2.3. Apklausa internetu

Interneto pritaikymo apklausoms plėtra prasidėjo 20 a. dešimtojo dešimtmečio viduryje (de Vaus, 2002). Šiandien apklausos internetu yra ne tik paplitusios kaip ir kiti apklausos būdai, bet ir „konkuruoja“ su kitais apklausų būdais.

Kadangi apklausų internetu metodologija vis dar vystosi, literatūroje labai įvairiai pateikiama informacija apie šias apklausas, o praktikoje pasitaiko skirtingų pavyzdžių. Šiame skyrelyje bandysime pristatyti esmines savybes, principus, iššūkius, susijusius su apklausos ir interneto sąveika.

Lyginant su kitais apklausos būdais, apklausa internetu gali būti patogesnė respondentui, ypač jeigu tikslinė grupė yra jaunesnio ar vidutinio amžiaus žmonės, gyvenantys šalyje, kurioje kompiuterių naudojimas yra labai paplitęs. Be to, specialiomis kompiuterinėmis programomis parengtą klausimyną daug patogiau pildyti, kadangi efektyviau panaudojami klausimai filtrai, leidžiantys automatiškai peršokti prie reikiamo klausimo, praleidžiant tuos, į kuriuos respondentui, priklausomai nuo anksčiau pasirinktų atsakymų, atsakyti nebereikia, platesnės klausimyno dizaino galimybės. Pavyzdžiui, dalį klausimų galima pateikti vaizdine, video-medžiaga; klausimynas gali būti sukonstruotas taip, kad respondentams, turintiems regėjimo sutrikimų, klausimai būtų perskaitomi balsu arba užprogramuotos klausimyno raidžių dydžio didinimo galimybės ir pan. (daugiau apie el. klausimynų savybes žr. 3.2 poskyrį).

Apklausa internetu pasižymi ir kitais savarankiškam klausimyno pildymui būdingais privalumais: išvengiama interviuotojo įtakos, suteikiama daugiau privatumo atsakant į jautrius klausimus. Tačiau didžiausias šio apklausos būdo privalumas – pigumas. Nors iš pradžių gali tekti investuoti į reikiamos programinės įrangos įsigijimą, vėliau išvengiama klausimynų spausdinimo, vokų pirkimo, siuntimo paštu išlaidų; mažesnės duomenų įvedimo ir redagavimo sąnaudos, klausimynai pasiekia respondentus greitai; mažesnės apklausos išlaidos leidžia surinkti duomenis didesnėms imtims.

Vienas iš apklausos internetu trūkumų – *apreptis* ir imties sudarymas. Ne kiekvienas turi priėjimą prie interneto, interneto vartojimo paplitimas labai skiriasi ir šalių atžvilgiu, kas gali būti reikšminga tarptautiniame palyginamajame tyrime. Kita problema, su kuria susiduriama apklausose internetu, – *reprezentatyvumas*, t. y. kiek tiksliai atrankos visuma atspindi populiacijos charakteristikas. Nėra struktūruotų interneto vartotojų sąrašų, kuriuos būtų galima panaudoti kaip atrankos pagrindą atliekant tikimybinę atranką, o el. pašto adresų įvairovė neleidžia tokio atsitiktinių pašto adresų generavimo, kaip kad telefono numerių, kurie sugeneruojami iš atsitiktinių skaičių. Tačiau tais atvejais, kai tikslinė populiacija atrenkama iš organizacijos narių (pvz., universiteto studentų, darbuotojų, klientų), iš kurių visi naudojasi internetu, turint jų el. pašto adresus, apklausą internetu įvykdyti lengva. Kitas būdas, kur galima pri-

taikyti tikimybinės atsitiktinės atrankos metodus, yra, pavyzdžiui, perkančiųjų internetu tam tikroje svetainėje apklausos, apklausiant, tarkime, kas šimtąjį svetainės vartotoją. Tačiau apskritai suformuoti atrankos imtį, taikant tikimybinės atrankos būdus, šio tipo apklausose yra sudėtinga.

Dar vienas apklausos internetu trūkumas – didelis neatsakytų klausimų skaičius. Lozar Manfreda studija (cit. de Leeuw ir Hox, 2008, p. 251) parodė, kad vidutiniškai atsakoma 11 proc. mažiau klausimų internetu nei apklausose paštu. Tais atvejais, kai apklausa vykdoma el. paštu, siekiant didesnio klausimų užpildymo procento, de Leew ir Hoxas (2008) pataria taikyti tuos pačius skatinimo metodus, kaip ir apklausose paštu, pavyzdžiui, TDM. Skirtumas tik tas, kad kontaktas palaikomas el. paštu. Kadangi laiškas el. paštu gaunamas žymiai greičiau nei paštu, tai ir priminimai siunčiami dažniau. Tačiau apklausos internetu susiduria su daugeliu tų pačių problemų, kaip ir apklausos paštu. Apklausose internetu sunku kontroliuoti, kas atsako į klausimyno klausimus. Čia nėra apklausos vykdytojo, kuris galėtų pakonsultuoti, atsakant į klausimus, kitaip kontroliuoti klausimyno pildymo procesą. Kaip minėta, susiduriama ir su atsakymų grįžtamumo problema.

Kokiu būdu el. klausimynas pasiekia respondentą internetu? Labai apibendrintai galima skirti du būdus:

- kai internetas panaudojamas kaip ryšio su respondentais priemonė ir klausimynas siunčiamas el. paštu;
- kai apklausa vykdoma tinkle (angl. *online*), t. y. klausimynas įdedamas į interneto apklausų svetainę.

Be abejo, galimos įvairios kombinacijos ir variacijos, priklausomai nuo to, kokius resursus ir galimybes turi tyrėjas / tyrimo organizatorius. Trumpai aptarsime pagrindinius būdus.

**Klausimyno siuntimas ir grąžinimas el. paštu.** Galimi keli variantai, kaip klausimynas pasiekia respondentą el. paštu. Klausimyno klausimai gali būti siunčiami kaip el. laiško dalis, taigi, respondentas atsako į klausimus tiesiog spausdamas „atsakyti“ į el. laišką ir įprastomis teksto redagavimo priemonėmis pažymėdamas atsakymus. Klausimynas gali būti siunčiamas kaip atskiras dokumentas (pvz., *Word* formato), prikabinas prie el. laiško, arba kaip el. klausimynas specialioje klausimyno formoje (pvz., CASI).

***Klausimyno pildymas tiesiogiai internetinėje svetainėje.*** Yra tikrai daug įvairių programų ir svetainių, kuriose galima sukurti el. klausimyną internetinėje erdvėje (žr. nuorodas „Antrojo skyriaus studijų priemonėse“). Sukuriamas el. klausimynas apklausų svetainėje ir gaunama nuoroda respondentams, kur jie gali klausimyną užpildyti (arba apklausa sukuriamą kaip vieša, t. y. klausimyną gali pildyti visi norintys apklausos svetainės lankytojai). Klausimyną galima kurti tiesiai pasirinktoje svetainėje arba sukurti klausimyną asmeniniame kompiuteryje ir vėliau įkelti (angl. *upload*) jį į apklausų svetainę. Kuriant klausimyną svetainėje, yra daug galimybių išnaudoti el. klausimyno privalumus: užprogramuoti automatinį filtravimą, kontroliuoti atsakymų eilės tvarką, panaudoti vizualines ir kitas priemones ir t. t. Be to, tokios apklausų sistemos teikia ir duomenų kodavimo bei elementarios analizės funkcijas. Pavyzdžiui, paskelbus klausimyną svetainėje, galima nuolatos sekti, kiek respondentų užpildė klausimyną, kaip keičiasi bendras atsakymų pasiskirstymas, pasibaigus apklausai iš karto gauti pagrindinius duomenis. Paprastai prieinama ir visa apklausos duomenų rinkmena, taigi tyrėjas duomenis gali analizuoti pagal poreikius.

Reikia paminėti, kad neretai apklausos internetinėje svetainėje būdas derinamas su el. pašto funkcija, t. y. klausimyno nuoroda yra siunčiama respondentams el. paštu. Kartais galimas ir toks variantas, kad el. paštu siunčiama nuoroda, iš kurios respondentas klausimyną gali parsisiųsti (angl. *download*) ir vėliau užpildytą grąžinti tiesiai tyrėjui. Taigi, yra tikrai nemažai variacijų, kaip sukurti, nusiųsti, susigrąžinti klausimynus ir analizuoti duomenis pasitelkus kompiuterį, el. paštą bei internetinę erdvę.

Dar galima būtų paminėti ir „***uždaro***“ el. klausimynų pildymo būdą, panaudojant organizacijų, institucijų, įstaigų ir pan. intraneto (vidinę informacinę) sistemą / vartotojo prisijungimo prieigą. Pavyzdžiui, universitete studentai gali pildyti klausimyną, kuris kiekvienam studentui prieinamas tik prisijungus per studijų knygelę; organizacijos darbuotojai gali pildyti klausimyną prisijungę savo vartotojo vardu prie intraneto.

Kaip jau minėta, viena iš apklausų internetu problemų yra respondentų atrankos ir kontrolės problema, t. y. sunku žinoti, kas tiksliai pildo ir kiek respondentų užpildys klausimyną. Būtų galima apibendrinti, kad patikimesnės ir kokybiškesnės apklausos internetu gali būti tuomet, kai

tyrimo populiacija yra gana nedidelė ir konkrečiai žinomi respondentai. Tai yra kai žinome, kas yra siunčiamo klausimyno ar jo nuorodos adresas. Pavyzdžiui, jei tokiu būdu norime apklausti ekspertus, paprastai žinome, kuriems ekspertams siunčiame nuorodas. Net jeigu ekspertas pildo klausimyną interneto svetainėje, galima sukontroliuoti, kokiam skaičiui ekspertų buvo išsiųstos nuorodos, kiek jų atsakė, galima nusiųsti priminimus ir paskatinimus užpildyti klausimyną ir pan.

Ne visuose tyrimuose siekiama pritaikyti tikimybinis atrankos būdus. Vienas iš dažniausiai taikomų netikimybinių būdų yra klausimynai, dedami interneto svetainėse, kurios yra atviros kiekvienam norinčiam dalyvauti. Kartais rezultatai yra publikuojami kartu su klausimynu, tad naujai prisijungusieji gali matyti rezultatus, o tai gali padidinti jų norą atsakyti, bet kartu gali turėti įtakos jų atsakymo varianto pasirinkimui. Kitas pavyzdys, labai dažnai naudojamas Lietuvos žiniasklaidoje, yra „dienos klausimo“ apklausa. Žinoma, šį tipą vargu ar galima vadinti tikra apklausa, kadangi užduodamas tik vienas klausimas, o atsakymai atspindi tik tą žiniasklaidos priemonę skaitančių interneto vartotojų dalies, kuri dalyvavo apklausoje, nuomonę.

Apklausa internetu yra labai plačiai taikomos šiose srityse: įvairių produktų rinkos, interneto svetainių ar paslaugų vertinimo, klientų patenkinimo tyrimuose; bandomuosiuose apklauskos klausimyno tikrinimo tyrimuose; tyrimuose, kurie atliekami mokymosi tikslais; įstaigų ar organizacijų vidaus apklausoje.

Vienas iš etinių apklausų internetu keblumų – anonimiškumo ir konfidencialumo užtikrinimas. Todėl siunčiant klausimyną el. paštu, reikėtų paaiškinti, kad grąžinus klausimyną, el. pašto adresas su juo nebus siejamas, arba jei siunčiama nuoroda į klausimyną, URL adresas bus fiksuojamas tik tyrimo kontrolei.

Apklausoje internetu galima panaudoti papildomas paskatas, palyginti su kitais apklauskos būdais, – interaktyvų ir įdomų apklauskos formatą. Todėl reikėtų kruopščiai apgalvoti spalvas, dizainą, papildomas kompiuterines dėmesio traukos priemones. Renkantis nemokamą apklausų svetainę / sistemą, reikia taip pat atsižvelgti, ar jos parametrai bus parankūs konkrečiai apklausai.



Iš kitos pusės, Lozar Manfreda ir Vehovaras (2008) atkreipia dėmesį į tai, kad interneto vartotojai paprastai skaito greičiau, yra nekantrūs, jie labiau „skenuoja“ nei įdėmiai skaito tekstą, todėl internetinio klausimyno dizainas turi būti kruopščiai paruoštas tyrėjo, kuris pakankamai patyręs kuriant el. klausimynus, kad būtų išvengta klaidų, tinkamai sudėlioti akcentai, įvertintas optimalus klausimyno ilgis. Pavyzdžiui, yra tekę pildyti el. klausimynus, kuriuose nėra galimybės papildomai įrašyti tinkamo atsakymo varianto, kai standartiniai atsakymai netinka; kai užprogramuotas filtravimas nėra logiškas; kai pateikiamos serijos klausimų, po kurių eina labai ilgos pasikartojančios iššokančios lentelės, kurių pildymas erzina, ir pan.

Galima apibendrinti, kad apklausos internetu yra galimai patogus ir patrauklus apklausos atlikimo būdas, tačiau būtina žinoti jo trūkumus, kad būtų tinkamai apsispręsta dėl šio būdo pritaikymo konkrečiame tyrime priklausomai nuo tyrimui aktualios populiacijos, imties sudarymo būdo, kontakto su respondentais būdo, tyrimo tikslo ir pobūdžio, turimų išteklių ir t. t.

### 2.3. Interviuotojo darbas

Atliekant apklausas, svarbus vaidmuo tenka interviuotojui (apklausos vykdytojui). Vienas iš visuomenės nuomonės apklausų tyrimų pradininkų Lietuvoje Vladas Gaidys (1999, p. 36) pastebi: „Interviuotojo darbas – tai ne hobis, o profesija. Interviuotojus reikia paruošti pateikiant jiems būtinas žinias apie visuomenės nuomonės tyrimų metodiką ir metodologiją, juos nuolat būtina instrukuoti, suteikti būtinas metodines konsultacijas.“ Iš tiesų interviuotojo darbas gali turėti esminės įtakos apklausos proceso ir surinktų duomenų kokybei. Be abejo, interviuotojo vaidmuo aktyviausiai pasireiškia atliekant apklausas tiesioginio interviu būdu, taip pat apklausoje telefonu, tačiau apklausos vykdytojas tam tikru mastu gali dalyvauti ir individualiose apklausoje bei apklausoje grupės aplinkoje. Todėl prasminga papildomai aptarti interviuotojo darbo savitumus ir reikalavimus.

#### 2.3.1. Interviuotojo funkcijos

Kaip jau minėta, interviuotojas (apklausos vykdytojas) yra tarpininkas tarp respondento ir tyrėjo per tyrėjo sukurtą klausimyną. Todėl

duomenų rinkimo procese tyrėjas ir interviuotojas dalijasi atsakomybe: tyrėjas atsako už tinkamą klausimyno parengimą, aiškias apklausos instrukcijas, interviuotojo apmokymą ir pagalbines priemones jam, o interviuotojas atsako už tinkamą tyrėjo sumanymo (duomenų rinkimo plano) įgyvendinimą ir visą bendravimo su respondentu procesą.

Apklausos procese interviuotojo (iš dalies ir apklausos vykdytojo) darbui būdingi toliau aprašyti etapai ir funkcijos.

**Pasiruošimas duomenų rinkimo procesui ir susipažinimas su klausimynu** (*tikslas* – puikiai susigaudyti klausimyne ir gebėti valdyti interviu eigą). Prieš prasidedant duomenų rinkimo etapui, tyrėjas turi detaliai instrukuoti interviuotoją (apklausos vykdytoją) apie konkretaus tyrimo tikslus, reikalavimus, savitumus. Interviuotojas turi įsigilinti į šias instrukcijas, išsamiai susipažinti su klausimynu, pasiruošti bendrauti su respondentais tyrimo tema. Pasiruošimas turi užtikrinti sklandžią interviu (apklausos) eigą nuo prisistatymo respondentui iki atsisveikinimo su juo. Be abejo, patyrę interviuotojai paprastai turi bendriausias apklausai vykdyti būtinas žinias ir gebėjimus, tačiau kiekvienas tyrimas turi specifinių reikalavimų, naują klausimyną, naują imtį (atrankos būdą), todėl pasiruošimas vyksta prieš kiekvieną apklausą. Šiame etape svarbi tyrėjo pagalba ir įsitraukimas: nuo to, kaip tinkamai bus instrukuoti ir pasiruošę interviuotojai, priklausys jų darbo kokybė. Jei tyrimas sudėtingesnis, labai didelė pagalba interviuotojui gali tapti detalus lauko darbų vadovas, apibūdinantis dažniausiai pasitaikančias problemas, jų sprendimo būdus, dažniausiai pasitaikančius respondentų klausimus ir atsakymo į juos būdus ir pan. Toks vadovas padeda numatyti ir užbėgti už akių daugeliui galimų probleminių situacijų (de Vaus, 2002).

Jei į apklausą įtraukiami nauji, nepatyrę interviuotojai, rekomenduotina, kad į pirmuosius interviu juos lydėtų interviuotojas-konsultantas, kuris atliktų parodomuosius interviu, o vėliau stebėtų interviu procesą, patartų, apibendrintų naujo interviuotojo darbą, tokiu būdu paruošdamas jį savarankiškam darbui (de Vaus, 2002).

**Kontaktas su respondentu** (*tikslas* – siekti maksimalaus skaičiaus respondentų sutikimo dalyvauti apklausoje ir maksimaliai kokybiško respondentų įsitraukimo į apklausos procesą). Pirminis kontaktas su respondentu yra labai svarbus kiekvieno konkretaus interviu sėkmingumui

(kitais tariant, lemia, ar interviu įvyks, ar ne). Atvykęs pas respondentą (arba maršrute nurodytu adresu), interviuotojas (apklausos vykdytojas) turi prisistatyti, pristatyti tyrimą bei siekti respondento sutikimo dalyvauti apklausoje. Be to, svarbu ne tik kad interviu įvyktų, bet ir tai, kad jis įvyktų su tinkamais respondentais, t. y. tais, kurie turi patekti į imtį pagal tyrėjo nustatytas atrankos instrukcijas / charakteristikas. Interviuotojas turi nustatyti, kuris iš namų ūkyje (pvz., bute) gyvenančių asmenų atitinka reikalingas charakteristikas. Kaip jau minėta, interviu neturėtų vykti su „pakaitiniais“ respondentais, t. y. kai už reikiamą respondentą į klausimus atsako kitas asmuo, pavyzdžiui, namiškis; taip pat, jei apklausa turi vykti interviu būdu, klausimynas neturi būti paliktas pildyti savarankiškai.

Prieš interviu interviuotojas paprastai atsako į visus respondentą dominančius klausimus apie tyrimą, pavyzdžiui, kodėl jis pateko į imtį, kas užsakė tyrimą, kaip bus užtikrintas anonimiškumas ir konfidencialumas, kiek laiko truks interviu ir t. t. Į visus šiuos ir panašius klausimus interviuotojas turi gebėti atsakyti. Duomenų kokybei svarbu ir tai, kad respondentas tinkamai suvoktų savo vaidmenį apklausoje. Dar prieš patį interviu interviuotojas turėtų paaiškinti, ko tikimasi iš respondento; kaip jis turėtų atsakinėti į klausimus (pvz., atvirai, nuoširdžiai, remdamasis savo patirtimi, kiek galima tiksliau ir išsamiau ir pan.); kokia šių atsakymų paskirtis (pvz., kad nėra teisingų ar neteisingų atsakymų, o būtent respondento patirtis, nuomonė, perspektyva yra svarbiausia). Esame pastebėję, kad kartais žmonės nesuvokia, kaip įprasta, kasdienė informacija gali virsti moksliniais duomenimis, todėl nuvertina savo nuomonę, galvoja, kad reikia atsakinėti „labai protingai“ ir pan. Interviuotojas turėtų paaiškinti, kokia yra respondento svarba tyrimo procese.

**Klausimų uždavimas respondentui** (*tikslas* – skaityti tiksliai taip, kaip yra suformuluota klausimyne). Apklausos klausinėjimo esmė remiasi principu, kad atsakymų palyginimas galimas tik tuomet, kai atsakinėjama į *lygiai tokius pačius* klausimus (Loosveldt, 2008). Taigi, net jeigu klausama iš pirmo žvilgsnio apie tą patį dalyką, tačiau klausimas pateikiamas skirtingai, atsakymai nebus palygintini. Pavyzdžiui, atsakymas į klausimą „Kiek vidutiniškai laiko per dieną praleidžiate žiūrėdamas (-a) televizorių darbo dienomis, neskaičiuojant savaitgalių?“ nebus palygintinas su atsakymu į klausimą „Kiek vidutiniškai laiko per dieną

praleidžiate žiūrėdamas (-a) televizorių?“ (Loosveldt, 2008, p. 210). Todėl atliekant apklausas interviu būdu labai svarbu, kad interviuotojas klausimus perskaitytų tiksliai taip, kaip jie yra suformuluoti klausimyne. Tiek dėl didelių, tiek ir dėl visai nežymių klausimo formuluočių iškreipimų gali atsirasti atsakymų skirtumų (t. y. tas pats respondentas į tą patį klausimą, tik kitaip perskaitytą, atsakytų skirtingai). Labai svarbu, kad interviuotojai laikytųsi taisyklės „Klausimus skaityti tiksliai taip, kaip parašyta“, netrumpindami, nepaprastindami, nebaigdami skaityti iki galo ar kitaip (net ir nežymiai) nekeisdami klausimyne pateiktos klausimo formuluočių. Iš kitos pusės, būtina nepamiršti, kad interviuotojas tik perskaito klausimyno klausimus respondentui. Pačius klausimus formuluoja tyrėjas. Jei klausimų formuluočių bus komplikuošios, „besipinančios apie liežuvį“ (Loosveldt, 2008), tai ir interviuotojas bus labiau linkęs supaprastinti klausimą. Taigi, klausimų uždavimo procese atsakomybė tenka tiek interviuotojui, tiek ir tyrėjui. Kiekvieno profesionalumas ir darbo kokybė gali lemti surinktų atsakymų kokybę.

**Klausimų patikslinimas, jei respondentas nesuprato** (*tikslas*: pakartoti klausimą taip, kaip yra suformuluota klausimyne, arba pateikti tinkamą / atsakymui įtakos neturintį paaiškinimą). Respondentai ne visada iš pirmo karto supranta perskaitytą klausimą. Interviuotojo funkcija – pasistengti, kad respondentas klausimą suprastų ir į jį atsakytų suprasdamas, apie ką atsakinėja (tai galioja ir apklausos vykdytojui, pavyzdžiui, grupės aplinkoje, jei kuris nors iš savarankiškai klausimyną pildančių respondentų paprašo patikslinti klausimą). Tačiau tai nėra taip paprasta, kaip gali pasirodyti iš pirmo žvilgsnio. Pirmia, ne visada pats respondentas aiškiai pasako, kad klausimo nesuprato, arba paprašo jį pakartoti. Interviuotojas turi gebėti atpažinti, kada klausimas gali būti nesuprastas. Pavyzdžiui, labai ilga pauzė po klausimo uždavimo; neadekvatus atsakymas; sunkumas renkantis tinkamą atsakymo variantą gali reikšti, kad klausimas buvo nesuprastas. Antra, bandant paaiškinti klausimo prasmę respondentui, interviuotojas turi suderinti formalias klausimyno instrukcijas ir nuoširdų bendravimą su respondentu, taigi, laviruoti tarp tikslaus klausimo formuluočių pakartojimo ir perfrazuoto paaiškinimo, kuris būtų artimesnis respondentui. Jei pastebima, kad respondentas klausimo nesuprato, visų pirma interviuotojas turėtų klausi-

mą dar kartą perskaityti tiksliai taip, kaip jis yra suformuluotas. Tik tuo atveju, jei respondentas vis tiek nesuprato klausimo, galima taikyti kitas klausimo išaiškinimo priemones. Tačiau tokiu atveju visada yra rizika, kad klausimas bus iškraipytas. Siekiant to išvengti, tyrėjas turėtų užtikrinti, kad interviuotojai kiekvieno klausimo esmę supranta vienodai (per mokymus interviuotojams), prie galimai sunkiau suprantamų klausimų parengti suvienodintus paaiškinimus, jei vartojamos sąvokos – iš anksto paruošti jų apibrėžimus, kad sąvokos būtų vienodai paaiškintos visiems respondentams, kurie jų nesuprato. Be abejo, visiška standartizacija šiuo atveju nėra įmanoma ar net pageidautina (Ornstein, 2013), nes respondentų reakcijos / nesupratimai gali būti labai įvairūs, be to, jeigu interviuotojas elgsis kaip automatinė klausimų uždavimo mašina, komunikacija su respondentu nebus sklandi. Tyrėjas turėtų iš anksto pagalvoti, kaip maksimaliai sumažinti galimas skirtingas klausimų interpretacijas tarp interviuotojų.

**Atsakymų į klausimus patikslinimas ir kontrolė** (*tikslas*: jei atsakymas į klausimą neaiškus arba jo nėra, bandyti gauti tikslesnį atsakymą / gauti atsakymą apskritai). Respondentai ne visada tinkamai / adekvačiai atsako į užduotą klausimą. Tuomet interviuotojas turi užduoti papildomą klausimą arba paskatinti respondentą, kad atsakymas atitiktų klausimą bei galimus atsakymo variantus. Kitaip tariant, interviuotojas turi stengtis papildomai skatinti respondentą siekdamas gauti adekvatų atsakymą / skatinti atsakyti į klausimą (angl. *probing*) (Loosveldt, 2008). Pavyzdžiui, respondento prašoma pateikti savo vertinimą 5 balų skalėje nuo „labai gerai“ iki „labai blogai“, o jis / ji atsako: „vertinu neigiamai“. Kitas pavyzdys – labai bendras, abstraktus atsakymas į atvirą klausimą. Pavyzdžiui, prašoma pasakyti, kokie svarbiausi aspektai, patikę konferencijoje, o atsakymas: „geras renginys“.

Pasak Loosveldto (2008), paranku atskirti skatinimo atsakyti į klausimą principus uždariems klausimams ir atviriems klausimams.

*Atsakymai į uždarus klausimus.* Uždari klausimai turi galimus atsakymo variantus, ir interviuotojas turi užtikrinti, kad respondentas atsakytų į klausimą pasirinkdamas būtent iš tų atsakymo variantų / nurodytoje atsakymų skalėje. Jeigu respondentas atsako kitokiu būdu (kaip anksčiau minėtame pavyzdyje), interviuotojo darbas yra paskatinti res-

pondentą rinktis iš klausimyne nurodytų variantų. Interviuotojas turi dar kartą perskaityti esamus atsakymo variantus (visus, tiksliai taip, kaip jie yra nurodyti). Jei prie klausimo yra atsakymų kortelė, galima ją pakartotinai parodyti respondentui.

Atskiras aspektas atsakant į uždarus klausimus yra atsakymas „nežinau / negaliu pasakyti / neturiu nuomonės“, ypač jei tokio atsakymo pasirinkimo nėra nurodyta klausimyne. Be abejo, kartais gali būti, kad respondentas pagrįstai nežino; tokiu atveju interviuotojas neturėtų primygtinai prašyti pateikti atsakymą. Tačiau jei pastebima, kad „nežinojimas“ yra vengimo galvoti / išreikšti nuomonę strategija, interviuotojas turėtų pakartoti atsakymo variantus ir paskatinti ilgiau pagalvoti bei pasirinkti atsakymą; galima pabrėžti, kad tyrimui labai svarbu, kad respondentas išreikštų savo požiūrį (Loosveldt, 2008).

*Atsakymai į atvirus klausimus.* Uždari klausimai yra standartizuoti ir išgauti adekvačius atsakymus paprastai nėra labai keblu. Atsakymus į atvirus klausimus pateikia pats respondentas, todėl jie gali labai varijuoti, tad ir paskatinimo atsakinėti klausimai / pobūdis bus įvairūs. Pagrindinės atsakymo į atvirus klausimus problemos yra šios: atsakymas per daug bendras; neaiškus; neišsamus; ne visai tiksliai susijęs su klausimo turiniu / ribomis (Loosveldt, 2008). Rekomenduojama, kad tokiu atveju interviuotojas pakartotų klausimą kartu su paskatinimo kalbėti klausimu. Pavyzdžiui, „papasakokite / paaiškinkite šiek tiek plačiau“; „Ką tiksliai Jūs turite omenyje?“; „Kokie konkretesni aspektai išreiškia šį gerumą / patogumą / ...?“ (jei atsakymas labai bendras, pvz., „gerai“, „patogu“); „Gal dar kažkas?“; „Gali galėtumėte pasistengti prisiminti?“ Interviuotojas gali reikšmingai pagerinti atsakymų kokybę, jei geba paskatinti respondentus atsakinėti (Loosveldt, 2008). Tačiau paskatinimai atsakyti į klausimus, atsakymų patikslinimai neturėtų koku nors būdu įteigti atsakymus, pakreipti juos vienokia ar kitokia linkme. Kaip jau minėta, orientacinė strategija yra klausimo kartojimas ir neutralių paskatinimo klausimų taikymas.

**Atsakymų į klausimus fiksavimas** (*tikslas*: žymėti iš karto, kai respondentas atsakė bei žymėti pagal klausimyno instrukcijas ir tyrėjo parengtą sistemą / formą). Interviuotojo darbas – tiksliai užfiksuoti respondento atsakymus pagal kiekvienam klausimui priskirtas instrukci-

jas. Nors tai atrodo paprasta užduotis, čia taip pat gali pasitaikyti įvairių klaidų / netikslumų. Lengviausia fiksuoti atsakymus į klausimus su atsakymų variantais. Tuomet svarbiausia užtikrinti, kad atsakymas būtų pasirinktas iš tų variantų, kurie nurodyti; pasirinktas tinkamas skaičius atsakymų ir atsakymai užfiksuoti. Jei yra atviras klausimas / atviras pasirinkimas „kita“, interviuotojas turi *kuo tiksliau* ir *iš karto* užrašyti atsakymą. Jei atsakymas yra skaičiai, datos ir pan., svarbu tiksliai juos užrašyti. Jei yra pavadinimai, interviuotojas turi būti tikras, kad tinkamai juos užfiksuos, pavyzdžiui, kartais reikia pasitikslinti rašybą (ypač jei pavadinimai nelietuviški). Bet kokie interviuotojo trumpinimai, perfrazavimai, interpretacijos nėra gerai.

**Ataskaita apie lauko darbus** (*tikslas*: interviuotojo (apklausos vykdytojo) užrašuose fiksuoti visus lauko darbų žingsnius). Interviuotojas (apklausos vykdytojas) ne tik bendrauja su respondentais, tačiau taip pat yra atsakingas už imties sudarymo plano įgyvendinimą, jo pateikta informacija reikalinga atsakymų grįžtamumo laipsniui nustatyti, duomenų rinkimo proceso kokybei įvertinti. Paprastai standartizuota forma kiekvienas interviuotojas turi fiksuoti:

- kada (data, laikas), kur (vietovė, adresas, institucija ar pan.) ir kiek respondentų apklausė;
- kokia kiekvieno interviu (klausimyno pildymo) trukmė (kada prasidėjo ir kada baigėsi);
- ar buvo / kokie buvo nukrypimai, trukdžiai, nesklaidumai kiekvieno interviu (klausimyno pildymo) metu;
- kiek respondentų nepavyko rasti pirmą kartą atvykus nurodytu adresu (neatsiliepė pirmą kartą skambinant atrinktu telefono numeriu ir pan.), kiek / kada buvo pakartotinių vizitų / skambučių;
- koks skaičius respondentų atsisakė dalyvauti apklausoje, dėl kokių priežasčių atsisakė, kiek respondentų pavyko perkalbėti po pirminio atsisakymo;
- kitą galimai svarbią informaciją apie duomenų rinkimo procesą ir interviuotojo darbą.

Jei apklausą vykdo interviuotojas / apklausos vykdytojas, visada turi būti ir šio darbo kontrolė. Paprastai tyrėjas atsitiktiniu būdu patikrina tam tikrą dalį interviu, ar jie tikrai įvyko. Kaip nurodo Gaidys (1999),

tikrinama bent 10 proc. visų interviu, pavyzdžiui, remiantis interviuotojui priskirtu maršrutu, išsiunčiami paklausimai į kai kuriuos iš namų ūkių, kur turėjo lankytis interviuotojas. Taip pat tikrinami užpildyti klausimynai, interviuotojų užrašai, kita informacija, kuri leistų nustatyti galimus procedūrinius pažeidimus.

### 2.3.2. Interviuotojo efektas

Socialinių tyrimų metodologijoje galima skirti *reaguojančius* (angl. *obtrusive*) ir *nereaguojančius* (angl. *unobtrusive*) duomenų rinkimo metodus (Cargan, 2007). Tai yra metodai, kai duomenys renkami kontaktuojant su tyrimui aktualios populiacijos nariais, ir metodai, kai duomenys renkami kitais būdais, o populiacijos nariai į tyrimą nėra įtraukiami. Apklausa yra reaguojantis duomenų rinkimo metodas; tai reiškia, kad į tyrimą įtraukiami žmonės (respondentai), kurie gali reaguoti į tyrimo aplinką ir procesą, o tai gali turėti įtakos jų atsakymams. Apklauso tikslas – gauti atvirus, nuoširdžius, tikrus atsakymus į klausimyno klausimus. Kartu tai ir galimas apklauso keblumas – rizika gauti nenuoširdžius, iškreiptus, kitų asmenų paveiktus atsakymus. Viena iš potencialių problemų yra interviuotojo efektas (angl. *interviewer effects*), t. y. poveikis, kurį interviuotojas gali padaryti respondentui atsakymams, tokiu būdu iškreipdamas apklauso rezultatą ir formuodamas matavimo paklaidą (angl. *measurement error*). Kreuter (2008) apibūdina svarbų, tačiau dvejetainį interviuotojo vaidmenį duomenų rinkimo procese: iš vienos pusės, interviuotojas gali pagerinti duomenų kokybę, užtikrindamas atrinktų respondentų dalyvavimą tyrime, paaiškindamas apklauso užduotis ar paskatindamas respondentus atsakinėti į klausimus išsamiai ir tiksliai; iš kitos pusės, interviuotojas gali suformuoti / padidinti matavimo paklaidą. Respondentui atsakymus gali paveikti tiesiogiai tai, kad atsakant į klausimyno klausimus interviuotojas yra (t. y. pats faktas, kad interviuotojas dalyvauja duomenų rinkimo procese) ir / arba interviuotojo elgesys interviu metu (t. y. atskirų interviuotojų darbo savitumai). Kitaip tariant, gali būti bendras efektas, kurį sukelia apskritai visų interviuotojų poveikis atsakymams / pats interviu procesas (angl. *interviewer bias*), bei efektas, kurį sukuria skirtumai tarp atskirų interviuotojų gebėjimo užtikrinti res-



pondento bendradarbiavimą, tiksliai ir kruopščiai perskaityti klausimus ir fiksuoti atsakymus, taip pat atsakyti į interviu metu respondentams kylančius klausimus (angl. *interviewer variance*) (Ornstein, 2013; Loosveldt, 2008; Krauter, 2008). Reaktyviausias (taigi, ir turintis didžiausią interviuotojo efekto tikimybę) yra tiesioginis interviu, tačiau šis efektas gali pasireikšti bet kur, kur dalyvauja interviuotojas (apklausos vykdytojas). Kaip situaciją apibūdino Bailaras, Bailey ir Stevensas (1977), jei visi interviuotojai gebėtų visiškai identiškai ir tiksliai įgyvendinti apklausos instrukcijas (kaip interpretuoti ir užduoti klausimus, kaip fiksuoti atsakymus, kaip suteikti respondentams informaciją apie tyrimą), tuomet nereikėtų spręsti interviuotojo efekto problemos. Reikia papildyti, kad tuomet ir visi respondentai turėtų identiškai reaguoti (tiksliau – nereaguoti) į interviuotojo dalyvavimą apklausos procese, jo savybes (tokias kaip amžius, rasė, lytis ir pan.). Tačiau realybė yra tokia, kad respondentai *reaguoja* į interviuotojus, o interviuotojai linkę *dirbti skirtingai*.

Vienas iš interviuotojų poveikio atsakymams pavyzdžių gali būti „socialiai priimtino“ atsakymo efektas (angl. *social desirability bias*), kai respondentas į klausimą atsako taip, kaip mano esant tinkama, t. y. socialiai priimtinu atsakymu (elgesiu, nuostata), o ne taip, kaip yra iš tikrųjų (kaip jis elgiasi, galvoja iš tikrųjų). Interviuotojo dalyvavimas varžo socialiai nepriimtinių atsakymų pasirinkimą (de Leeuw, 2008). Tokiu būdu susidaro sisteminis nukrypimas: respondentai yra linkę rečiau, nei yra iš tiesų, pripažinti savo socialiai nepriimtinas nuostatas ar elgesį (pvz., narkotikų vartojimą) ir dažniau pernelyg pabrėžti socialiai priimtinas nuostatas ar elgesį, pavyzdžiui, balsavimą rinkimuose (Loosveldt, 2008). Toks efektas aiškinamas tuo, kad interviuotojo dalyvavimas apklausos procese suaktyvina socialines normas, todėl atsakydami į klausimus respondentai vadovaujasi šiomis socialiai priimtinomis normomis (Loosveldt, 2008), t. y. pagal jas pakoreguoja savo atsakymus. Didesnė tokio efekto rizika tuomet, kai apklausos procese vyksta sąveika su interviuotoju, nors ir savarankiškai pildydami klausimyną respondentai nebūtinai bus visiškai atviri. Patartina užduodant jautresnius, asmenišknesnius klausimus, tiriant kontroversiškas temas, vykdant apklausas specifinėse grupėse, kurių savybės susijusios su apklausos tema (pvz., mažumų grupėse) ir pan., taikyti privatesnius klausimyno pildymo būdus. Labiau anonimiškos ir asmenišk-

kos klausimyno pildymo sąlygos sumažina sąmoningą ar nesąmoningą respondento norą pateikti save kuo palankiau (de Leeuw, 2008; Loosveldt, 2008). Kuo menkesnis interviuotojo dalyvavimas apklausos procese, tuo laisviau / mažiau socialiai suvaržytas atsakinėdamas į klausimus gali jaustis respondentas ir yra mažesnis poreikis save reprezentuoti perdėm teigiamai. Jei vyksta tiesioginis interviu, prie tokių klausimų rekomenduotina sudaryti galimybę respondentui savo atsakymą pažymėti specialioje kortelėje ir, ją įdėjus į užklijuojamą voka, gražinti interviuotojui. Socialiai priimtinių atsakymų efektas susijęs su interviuotojo dalyvavimu, tačiau iš esmės interviuotojai negali nei jo kontroliuoti, nei išvengti, tik sumažinti tinkamai parinkdami klausimų formuluotes, apklausos būdą ar taikydami specialias priemones privatumui užtikrinti (Loosveldt, 2008; Callegaro, 2008). Pavyzdžiui, kaip rodo Tourangeau ir Smith'o 1996 m. tyrimas (cit. Bryman, 2003, p. 218), respondentai yra linkę atviriau pasisakyti apie narkotikų, alkoholio vartojimą, turėtų seksualinių partnerių skaičių apklausoje raštu nei apklausiant juos interviu būdu.

Bendrą sisteminių nukrypimą gali sukelti ir tam tikros pastebimos interviuotojo ir / arba respondento charakteristikos, ypač jei jos susijusios su apklausos tema (Loosveldt, 2008; Kreuter, 2008). Pavyzdžiui, interviuotojo ir respondento rasė gali turėti įtakos respondento atsakymams su rasine nelygybe susijusiais klausimais. Tokius pačius nukrypimus gali sukelti lyties, amžiaus, kitos charakteristikos. Šio efekto interviuotojas iš esmės negali valdyti ir jis nesusijęs su interviuotojo gebėjimais, o greičiau su respondento reakcijomis į tam tikras interviuotojo tapatybės charakteristikas.

Kaip jau minėta, kitokio tipo matavimo paklaida formuojasi tada, kai dėl *interviuotojų darbo* skirtumų susidaro atsakymų skirtumai tarp respondentų grupių (klasterių), priskirtų kiekvienam interviuotojui (Ornstein, 2013). Taip atsitinka, jei atskiri interviuotojai *skirtingai* įgyvendina duomenų rinkimo procedūras. Pavyzdžiui, tai, kaip klausimą savo respondentams perskaito vienas interviuotojas, skiriasi nuo to, kaip jį perskaitys kitas / kiti interviuotojai. Tokia variacija atsiranda tada, kai interviuotojas (-ai) nesilaiko klausimyne pateiktos klausimo formuluotės, savaip interpretuoja klausimą paaiškindami jį respondentams, „įperša“ ar kitaip paskatina respondentus pasirinkti / pasakyti tam tikrus atsakymo variantus, skaito klausimus ne klausimyne nurodyta eilės tvarka ir pan.

Kaip galima išvengti paklaidų, kurios gali sukelti rimtus duomenų išskraipymus? Visiškai išvengti interviuotojo efekto nėra įmanoma, nes interviu yra sąveikos tarp interviuotojo ir respondento procesas. Negalima tiksliai numatyti visų galimų šios sąveikos variantų, pavyzdžiui, poveikio, kurį gali sukelti kad ir nedideli interviuotojo intonacijos arba to, kaip konkretus respondentas reaguos į konkretų interviuotoją, skirtumai; interviuotojas negali sukontroliuoti ar išvengti to, kas priklausoma ne nuo jo, o nuo respondentų; nuolatos veikia socialinės normos; be to, interviuotojo efektas pasireiškia ne visam klausimynui ir ne visiems klausimams vienodai (de Vaus, 2002; Loosveldt, 2008; Ornstein, 2013). Interviuotojo efekto dydį ne tik sunku prognozuoti iš anksto, tačiau dažniausiai sunku išmatuoti ir apklausai pasibaigus (Kreuter, 2008).

Vis dėlto kai kuriais aspektais interviuotojo efektą galima bandyti sumažinti (ypač efektus, susijusius su interviuotojų darbu). Viena iš tradiciškai taikomų rekomendacijų yra didesnė *standartizacija* (Loosveldt, 2008; Kreuter, 2008; Ornstein, 2013). Pavyzdžiui, dažniau pasitaikanti probleminė situacija yra klausimo paaiškinimas jo nesupratusiam respondentui. Siūloma pateikti interviuotojams standartizuotas instrukcijas, nurodančias, kaip elgtis tokioje situacijoje. Rekomenduojama, kad interviuotojai visada skaitytų tikslią klausimyne nurodytą klausimo formulotę, neperfrazuotų nesuprastų klausimų, o tik dar kartą pakartotų tikslią nesuprasto klausimo formulotę, prašydami, kad respondentas atsakytų taip, kaip jis supranta (Ornstein, 2013; de Vaus, 2002).

Tačiau gali būti ir kita standartizacijos pusė: jeigu standartizacija labai sureikšminama, interviuotojas gali prarasti darbo malonumą, be to, gali atsirasti sunkumų užmezgant kontaktą su respondentu, o tai vėlgi turės įtakos respondento atsakymų kokybei (Ornstein, 2013). Pavyzdžiui, Morton-Williamso eksperimentas (cit. Loosveldt, 2008, p. 205) parodė, kad jei tiesioginio interviu metu interviuotojai prisistatydavo respondentui naudodami standartizuotą tekstą, sutikimo dalyvauti tyrime lygis buvo žemesnis nei tuomet, kai interviuotojai naudojo savo pačių pasiruoštą prisistatymą. Tai patvirtina, kad standartizacija ne visada paranki sudėtingame interviuotojo ir respondento sąveikos procese. Ornsteinas (2013) pastebi, kad interviu pokalbio procesas yra veikiamas dvejopų jėgų: iš vienos pusės, reikalingas lankstumas, kuris leistų interviuotojui

efektyviau motyvuoti respondentą, pagerintų respondento atsakymo kokybę suprantamai išaiškindamas nesuprastą klausimą ir pan.; tačiau iš kitos pusės, interviu pokalbis niekada nėra spontaniškas ir niekada nėra lygiavertis (t. y. interviuotojo ir respondento padėtis ir vaidmenys pokalbyje iš esmės skiriasi). Todėl idealiu atveju interviu procesas turėtų derinti lankstumą ir standartizaciją. Tam gali padėti papildomos priemonės, tokios kaip jau minėtos kompiuterinės sistemos CAPI ar CATI, kurios, pavyzdžiui, gali pateikti galimus atsakymus į dažniausiai pasitaikančius respondentų klausimus.

Dar vienas veiksnys, galintis sumažinti interviuotojų darbo skirtumus, – gerai sukonstruotas klausimynas: ne per ilgi ir ne per daug sudėtingi, aiškūs ir lengvai suprantami klausimai, ne per daug ilgi atsakymo variantų sąrašai, tinkamos instrukcijos palieka mažiau erdvės skirtingoms interpretacijoms, o interviuotojui nėra reikalo perfrazuoti, trumpinti ar kitaip iškraipyti tokius klausimus.

Taip pat atkreipiamas dėmesys į interviuotojų darbo krūvį ir darbo sąlygas (Loosveldt, 2008; Kreuter, 2008; Ornstein, 2013): mažesnis darbo krūvis, tenkantis vienam interviuotojui, geros darbo sąlygos ir atlygis, skatinimo sistema, tinkamas apmokymas ir kt. veiksniai teigiamai paveiktų interviuotojų darbo kokybę.

Galima apibendrinti, kad tinkamas interviuotojų apmokymas, visų priemonių, reikalingų darbo kokybei užtikrinti, suteikimas bei darbo krūvio ir sąlygų subalansavimas lemia efektyvesnį duomenų rinkimo procesą. Interviuotojo darbas reikalauja tikrai nemažo pasirengimo, asmeninių savybių, patirties ir specifinių gebėjimų. Gaidys (1999, p. 36) taip apibūdina interviuotojo darbą: „Dirbti interviuotojais sugeba tik nedaugelis žmonių. Reikia neturėti psichologinių kompleksų atėjus į svetimą butą, reikalingas komunikabilumas ir tuo pačiu mokėjimas neparodyti savo nuostatų į nagrinėjamas problemas.“ Galima būtų pateikti bendras rekomendacijas, kokiomis savybėmis turėtų pasižymėti ir kokiomis taisyklėmis turėtų vadovautis interviuotojai (apklausos vykdytojai), bendraudami su respondentais.

Interviuotojas turėtų būti:

- sąžiningas, griežtai laikytis interviu instrukcijų;
- komunikabilus, mokėti bendrauti;

- aukštos kultūros, susivokiantis įvairiose gyvenimo srityse;
- dėmesingas viso interviu metu;
- pastabus, kad teisingai įvertintų interviu atmosferą;
- kantrus (klausyti nepertraukiant respondento, suvokti, kas kalbama);
- mokantis kalbėti suprantamai, kad respondentas suvoktų, ko iš jo norima;
- sugebantis tylėti, neinterpretuoti to, ką išgirdo;
- nevaldingas, kad neatstumtų ir nevaržytų respondento;
- gebantis sukurti nevaržančią pokalbio atmosferą;
- gebantis palaikyti akių kontaktą.

Interviuotojas turėtų vengti šių klaidų:

- interviuotojas nepaiso respondentų parinkimo instrukcijų;
- respondentui nepaaiškinamas tyrimo tikslas, jis nemotyvuojamas;
- neaptariami anonimiškumo ir konfidencialumo klausimai;
- interviuotojas keičia klausimo formuluotę;
- interviuotojas klausimus pateikia ne numatyta klausimyne tvarka;
- interviuotojas užduoda ne visus klausimus;
- interviuotojas išreiškia savo nuostatas tiriamos temos atžvilgiu;
- interviuotojas „įteigia“, „pasufleruoja“ respondentui atsakymo variantus;
- interviuotojas netinkamai fiksuoja atsakymus;
- interviuotojas nesilaiko klausimų uždavimo instrukcijų arba savaip jas suformuluoja;
- interviuotojas praleidžia atsakymo variantus arba nesilaiko nustatytos atsakymo variantų pateikimo tvarkos.

#### 2.4. Skirtingų apklausos būdų tarpusavio palyginimas

Apibendrinamos skyrių apie apklausos būdus ir jų savybes, pateiksime skirtingų būdų palyginimą pagal tam tikrus esminius kriterijus. Norime atkreipti dėmesį į tai, kad nėra įmanoma vienareikšmiškai teigti, kad kuris nors iš aprašytų apklausos būdų yra geresnis ar blogesnis už kitus. Apklausos būdo efektyvumas priklauso nuo įvairių sąlygų, kurios

susiklosto konkretaus tyrimo metu. Todėl pateikti palyginimai labiau atspindi galimas alternatyvas bei klausimus, kuriuos reikia apsvarstyti planuojant apklausą, nei kategoriškus apklausos būdų įvertinimus.

**Atsakymų grįžtamumo laipsnis.** Atsakymų grįžtamumo laipsnis yra vienas iš kriterijų, leidžiančių įvertinti apklausos būdo efektyvumą. Keliamas klausimas, koks skaičius iš visų planuotų užpildyti klausimynų buvo užpildytas ir gražintas atgal, t. y. pasibaigus apklausai yra „tyrėjo rankose“ (arba kiek iš atrinktų respondentų atsakė / neatsakė į *jiems skirtus* klausimyno klausimus). Metodologinėje literatūroje tradiciškai pažymima, kad tiesioginis interviu yra efektyviausias būdas šiuo požiūriu. Taip pat apibendrintai galima teigti, kad visi apklausos būdai, kuriuose tarpininkauja interviuotojas (apklausos vykdytojas), pasižymi aukštesniu atsakymų grįžtamumo laipsniu nei savarankiško pildymo apklausos būdai, kadangi specialiai apmokyti interviuotojai turi galimybę įtikinti abejojančius respondentus, motyvuoti juos, pateikti papildomos informacijos (de Leeuw ir Hox, 2008).

Tačiau de Vausas (2002) teisingai pabrėžia, kad šis įvertinimas yra santykinis, ir, priklausomai nuo tam tikrų sąlygų, kiti apklausos būdai taip pat gali pasižymėti aukštu atsakymų grįžtamumo laipsniu. Grįžtamumo laipsnį lemia ne tik pasirinktas apklausos būdas, tačiau ir kiti susiję parametrai, pavyzdžiui, tyrimo tema, klausimyno ilgis, imties savybės, pakartotinio kontakto su respondentais galimybės, turimi ištekliai apklausai įgyvendinti ir pan. Pavyzdžiui, jei klausimynas yra trumpas, jei apklausai skirtas laikas leidžia keletą pakartotinių skambučių pirmą kartą nerastiems respondentams, jei dirba patyrę interviuotojai, apklausos telefonu atsakymų grįžtamumo laipsnis gali būti labai aukštas. Be to, tokia apklausa bus gerokai pigesnė nei tiesioginio interviu būdu. Taip pat tinkamomis sąlygomis vykdant apklausą internetu, atsakymų grįžtamumo laipsnis bus aukštas, o apklausos sąnaudos labai mažos. Pastebima tendencija, kad tiesioginiai interviu bei interviu telefonu pagal atsakymų grįžtamumo laipsnį efektyvesni tada, kai tyrimui aktualios bendrosios populiacijos (angl. *general population*); tuo tarpu jei populiacija yra specifiška, homogeniška arba tyrimo tema yra populiacijai labai aktuali, kiti apklausos būdai taip pat gali pasižymėti pakankamu atsakymų grįžtamumo laipsniu (de Vaus, 2002).

Užpildyti klausimynai efektyviai surenkami apklausose grupės aplinkoje. Tokiu atveju atsakymų grįžtamumas yra arti 100 proc. (iš suplanuotų užpildyti klausimynų skaičiaus iškrenta tik tie, kurie tą dieną neatvyko į darbą, mokymo įstaigą ir pan.).

Ko gero, kebliausias atsakymų grįžtamumo laipsnio požiūriu yra apklausos paštu: grįžtamumo laipsnis tokiose apklausose svyruoja nuo 5 proc. iki 80 proc. (Gaidys, 1999). Jeigu tyrėjas nevykdo įvairių skatinančių veikslių (pvz., skambučiai, pakartotini laiškai ir t. t.), grįžtamumas paprastai nesiekia 50 proc. nuo išsiųstų klausimynų skaičiaus. Labai žemas atsakymų grįžtamumo laipsnis mažina surinktos informacijos patikimumą, nes klausimynus užpildę respondentai nebeatitinka atrankinės visumos charakteristikų (pvz., paaiškėja, kad procentaliai žymiai daugiau moterų nei vyrų užpildė klausimynus, nors turėjo užpildyti vienodus skaičius). Panaši problema kyla ir individualiose apklausose, kai klausimynas paliekamas respondentui ir tikimasi, kad jis grąžins jį užpildytą. Norint pasiekti geresnį atsakymų grįžtamumo laipsnį apklausose, kuriose klausimynas pildomas savarankiškai, reikalingos jau anksčiau minėtos papildomos priemonės, pavyzdžiui, patrauklus vokai pašto apklausoje, pakartotini laiškai ar paskatinamieji skambučiai, geras lydraštis bei įvadinė klausimyno dalis, patrauklus klausimyno dizainas, įvairios skatinimo priemonės ir pan.

**Respondentų kontrolė ir prieinamumas.** Tam, kad apklausą įvyktų ir atitiktų pasirinktos imties kriterijus, svarbu, kad į klausimyną atsakytų tie respondentai, kurie turi atsakyti pagal atrankos planą. Apklausos būdai skiriasi pagal tai, kokios yra galimybės pasiekti reikiamus respondentus bei sukontroliuoti, kad būtent tyrimui reikalingi respondentai atsakinėtų į klausimyną. Atliekant apklausą tiesioginio interviu būdu yra didžiausia respondentų kontrolė, t. y. interviuotojas yra atsakingas už konkretaus respondento parinkimą (pvz., jeigu pagal tyrimo imties struktūrą tam tikrame bute reikia apklausti vyriausią respondentą, interviuotojas užtikrina, kad tokį respondentą ir apklaus). Apklausose grupės aplinkoje apklausos vykdytojas taip pat užtikrina, kad klausimynai būtų išdalinami numatytiems respondentams, kurie juos užpildo jo akivaizdoje ir iš karto grąžina. Tuo tarpu visais kitais atvejais, kai klausimyną respondentai pildo savarankiškai, tokia kontrolė neįmanoma. Pavyz-

džiui, žinome atvejų, kai el. paštu klausimynas buvo išsiųstas užpildyti įmonės vadovui, bet jis perdavė klausimyną pildyti savo pavaldiniui, o vėliau jį gražino savo vardu. Netgi tuomet, kai interviu atliekamas telefonu, respondentų kontrolė mažesnė nei tiesioginio interviu būdu, nes nematant respondento ne visada įmanoma tinkamai identifikuoti jo savybes (pvz., pagal balsą gali būti sunku nustatyti amžių ar netgi lytį).

Tiesioginio interviu bei apklausos grupės aplinkoje metu interviuotojas gali užtikrinti, kad pašaliniai asmenys nepaveiktų respondento atsakymų. Kai klausimynas pildomas visiškai savarankiškai, pildymo procese gali dalyvauti ar apskritai visą klausimyną užpildyti kiti asmenys (pvz., šeimos nariai, bendradarbiai). Tuomet lieka neaišku, kieno atsakymai pateikti užpildytame klausimyne. Kita vertus, gali būti ir tokių situacijų, kai kitų žmonių dalyvavimas yra parankus – pavyzdžiui, kai reikia detaliau prisiminti kokius nors šeimos įvykius, šeimynykščiai gali padėti tai padaryti tiksliau. Šiuo atveju apklausos būdai, kai klausimynas pildomas savarankiškai, yra parankesni, nes nebūtina visko prisiminti / pasitikslinti tuojau pat, tam tikru laiku, pavyzdžiui, interviuotojo vizito ar telefoninio pokalbio metu.

Kitas susijęs klausimas – respondentų pasiekiamumas. Interviuotojai, einantys pagal nustatytą maršrutą, neretai susiduria su sunkumais patekti parinktu adresu, nes šiuolaikiniams būstams apsaugoti pasitelkiamos ne tik tvoros, šunys, bet ir įvairios el. priemonės, tokios kaip el. užraktai, kodai ir pan. Todėl gali būti keblu apskritai prasibrauti iki respondento. Panaši problema gali būti trukdis įgyvendinti interviu telefonu: vis labiau plečiasi telefonų įvairovė, tad telefonų numerių sąrašai nebėra susieti su namų ūkiu, vienas žmogus gali turėti keletą telefono numerių (visa tai apsunkina imties sudarymą), veikia balso paštas, atsakikliai ir t. t. Atliekant apklausą paštu, taip pat išlieka pasikeitusių adresų rizika. Ketinant atlikti apklausas grupės aplinkoje, būtinas institucijos sutikimas. Apklausos naudojant el. klausimyną (internetu, el. paštu ar siunčiant skaitmeninę laikmeną paštu) tinkamos ribotoms populiacijoms, nes jose gali dalyvauti tik tie, kurie turi / naudoja kompiuterį bei interneto prieigą. Be to, respondentai turi turėti pakankamą darbo kompiuteriu įgūdžius, kad galėtų sklandžiai pildyti el. klausimyną.



**Patogumas respondentui.** Negalima vienareikšmiškai pasakyti, kuris apklausos būdas yra palankiausias ir patogiausias respondentui. Iš vienos pusės, pildydamas klausimyną savarankiškai, respondentas gali pasirinkti sau patogų laiką, pildymo tempą, ramiai apgalvoti atsakymus, ką reikia prisiminti, ir pan. Iš kitos pusės, interviu metu interviuotojas atlieka visą techninį darbą, t. y. perskaito klausimus, žymi atsakymus, jeigu reikia – paaiškina, taigi, respondentui belieka tik atsakinėti į klausimus. Tačiau tokiose apklausoje respondentas ribotai gali pasirinkti jam visiškai patogų interviu laiką ir trukmę.

Apklausoje paštu ar kitose apklausoje, kai užpildytą klausimyną tyrėjui turi grąžinti pats respondentas, jam tenka atlikti papildomų darbų, pavyzdžiui, įdėti klausimyną į voką, nunešti į pašto dėžutę ar skyrių, išsiųsti el. paštu, parnešti atgal į darbovietę ir pan. Todėl labai svarbu taikyti visus įmanomus būdus klausimyno grąžinimo procesui palengvinti.

Apklausoje grupės aplinkoje reikia pasirūpinti, kad būtų skirta pakankamai laiko klausimynui pildyti, nereikėtų skubėti ar kitaip nebūtų jaučiamas spaudimas. Taip pat svarbu sudaryti patogias sąlygas klausimynui pildyti, pavyzdžiui, nėra gerai, jei respondentai sėdi per arti vienas kito, nes taip gali būti pažeidžiamas jų privatumas pildant klausimyną.

**Klausimyno užpildymo kokybė.** Būtų galima skirti dvi grupes veiksmų, nusakančių klausimyno užpildymo kokybės laipsnį:

- klausimynas užpildytas kokybiškai, jeigu atsakyta į visus klausimus, atsakymai į klausimus pateikti tinkamai, klausimai pildomi nustatyta eilės tvarka, išsamiai atsakyti atviri klausimai;
- atsakymų į klausimus nepaveikė interviuotojo efektas.

Vėlgi, situacija yra dvilypė: iš vienos pusės, kuo interviuotojas labiau dalyvauja duomenų rinkimo procese, tuo didesnė galimybė kontroliuoti šį procesą ir užtikrinti, kad klausimynas bus tinkamai užpildytas; iš kitos pusės, kuo respondento ir interviuotojo tiesioginis kontaktas artimesnis, tuo didesnė interviuotojo efekto tikimybė.

Apklausoje paštu ar internetu interviuotojas nedalyvauja visiškai, todėl negali daryti nei teigiamos, nei neigiamos įtakos klausimyno pildymo procesui; interviu telefonu yra ribotas kontaktas tarp respondento ir interviuotojo, taigi, interviuotojo efektas potencialiai yra mažesnis nei tiesioginio interviu metu (de Leeuw, 2008). Apklausoje interviu būdu

interviewotojai gali pateikti instrukcijas ar paaiškinimus, kontroliuoti užpildymo procesą; tačiau gali atsirasti interviewotojo efektas atsakymams, ypač kai kalbama apie jautrius klausimus. Apskritai, atsakymų nuoširdumo prasme daugiausia problemų turi tiesioginis interviu, mažiausiai – visi apklausos būdai, kai klausimynas pildomas savarankiškai. Daugelis tyrimų rodo, kad informaciją jautriomis temomis dažniau (ir tikslesnę) respondentai pateikia tuomet, kai jiems tenka pildyti klausimynus savarankiškai (nesvarbu, ar gavus klausimyną paštu, ar internetu), o ne interviu apklausose (Fowler, 2009). Ši tendencija pastebima tiek apklausose labai jautriomis temomis (pvz., apie narkotinių medžiagų vartojimą, seksualinį elgesį), tiek ne tokiomis jautriomis temomis, susijusiomis su savęs vertinimu (pvz., sveikatos būkle) (Fowler, 2009).

Apklausiant interviu būdais, interviewotojas turi galimybę padėti respondentams; tuo tarpu pildant savarankiškai iš esmės visa atsakomybė tenka respondentui ir klausimyno kokybei. Kai klausimynas pildomas visiškai savarankiškai, nebėra klausimų eilės tvarkos kontrolės, respondentas pildo taip, kaip jam norisi. Pildydamas klausimyną savarankiškai respondentas mato visą klausimyną dar prieš pradėdamas atsakinėti į klausimus, todėl nėra aišku, ar jis atsakinės būtent ta tvarka, kokia reikalinga tyrėjui, tad gali kilti su klausimų eiliškumo įtaka susijusi problema.

Dar vienas aspektas – klausimyno pildymo greičio, pildymo laiko kontrolė / apribojimai. Tiesioginiame interviu šią kontrolę dalinasi interviewotojas ir respondentas apylygiai: interviewotojas inicijuoja pokalbį, valdo jo eigą, tačiau taip pat turi prisitaikyti prie respondento atsakymo / galvojimo greičio ir savitumų. Interviu telefonu interviewotojas gali labiau kontroliuoti, o pildant savarankiškai pildymo greitis, laikas, pobūdis visiškai priklauso nuo respondento (de Leeuw, 2008). Šie skirtumai gali turėti dvejopą poveikį klausimyno užpildymo kokybei: per didelė kontrolė gali riboti respondento laisvumą / atsakymų apmąstymą; per maža kontrolė – padidinti neužpildymo, klaidų, eilės tvarkos nepaisymo efektus, nors atsakymai gali būti labiau apgalvoti, išsamesni, tikslesni.

Dar vienas aspektas, į kurį reikėtų atsižvelgti, – apie kokius įvykius ar elgseną ketiname klausinėti? Tais atvejais, kai tyrėją domina labai seniai įvykę įvykiai, tikslinga pasirinkti apklausą raštu, nes respondentui gali reikėti laiko, kad prisimintų tuos įvykius, o kartais – šeimos narių pagalbos.

Interviu metu patyręs tyrėjas geba išgauti daugiau informacijos iš respondento, paskatinti atsakyti į klausimą, paskatinti papildyti ar patikslinti atsakymą, pastebėti ir paprašyti pataisyti neadekvačius atsakymus į klausimus. Ši savybė ypač svarbi atvirų klausimų atveju. Interviu metu galima paklausti daugiau atviro tipo klausimų ar taikyti sudėtingesnius klausimus filtrus, tuo tarpu apklausose raštu tokie klausimai respondentui atrodo per sudėtingi (nebent yra galimybė pritaikyti el. klausimyną).

Interviu metu respondentai mažiau pavargsta atsakinėdami į jiems neaktualius, todėl atrodančius nuobodžius, klausimus nei pildydami klausimyną savarankiškai. Kita vertus, jeigu klausimyne pateikti klausimai respondentui įdomūs, tema jam labai aktuali, tai užtikrina aukštą gražinamumo laipsnį, todėl tokiu atveju gali būti tikslinga rinktis vieną iš apklausos raštu būdų, kadangi jie yra pigesni nei, pavyzdžiui, tiesioginiai interviu.

**Sąnaudos ir reikalingi ištekliai vs. efektyvumas.** Apklausos tyrimo sąnaudas lemia daug veiksnių: laikas, skiriamas klausimynui sudaryti, klausimyno ilgis, populiacijos geografinė sklaida, populiacijos prieinamumas ir suinteresuotumas, priminimų ir skatinimų procedūrų poreikis, respondentų atrankos taisyklės, reikalavimai apklausos vykdytojams (ar reikalingi specialūs apmokymai, ar ne) ir pan. Apklausos sąnaudos (materialios ir nematerialios) neatsiejamos nuo apklausos efektyvumo, t. y. keliamas klausimas, koks yra optimalus apklausos sąnaudų ir apklausos greičio, apklaustų respondentų skaičiaus, klausimyno užpildymo kokybės ir pan. santykis.

Toliau pateikiame keletą svarbiausių apklausos sąnaudas sukuriančių veiksnių.

*Apklausiai skirtas laikas / apklausos įvykdymo greitis.* Greičiausiai didelį respondentų skaičių galima apklausti telefonu. Jeigu yra galimybė pritaikyti papildomas technines priemones, atliekant apklausas internetu per trumpą laiką atsakiusiųjų skaičius taip pat gali būti didelis (de Vaus, 2002). Efektyviai laiko prasme gali vykti ir apklausos grupės aplinkoje (pvz., keletas interviuotojų per 6 pamokas, t. y. vieną mokslo dieną, gali apėiti visas vienos mokyklos klases ir apklausti visus mokinius). Apklausos paštu (įskaitant papildomus priminimus ir klausimynų siuntimus) užima apie 6–8 savaites (de Vaus, 2002). Tiesioginiai interviu taip pat planuo-

jami ilgesniam laikui (3–4 savaitės), kadangi interviuotojai turi nuvykti (kartais ir pakartotinai) pas kiekvieną respondentą. Taip pat užtrunka susigrąžinti klausimynus, jei jie išdalinami respondentams pildyti savarankiškai, sutarus dėl grąžinimo (reikalingi paskatinimai, priminimai ir pan., taigi visas procesas gali trukti apie 3–4 savaites ar net ilgiau).

*Profesionalūs darbuotojai / papildomas personalas.* Be abejo, apklausos tiesioginio interviu būdu reikalauja daugiausiai žmoniškųjų išteklių sąnaudų. Interviuotojus būtina tinkamai apmokyti. Tai ne tik standartiinių apklausos procedūrų mokymai, tačiau taip pat ir atrankos principų mokymai (pvz., kaip tinkamai parinkti respondentą namų ūkyje ar jam paaiškinti, kaip jis buvo atrinktas), kaip spręsti įvairias lauko darbuose kylančias problemas, kaip tinkamai kalbėti, elgtis ir t. t. Kainuoja jų kelionės pas respondentus, papildomos darbo valandos (pvz., tiesioginių interviu interviuotojų darbas savaitgaliais), interviuotojų darbu reikalingų priemonių parūpinimas, jų saugumo užtikrinimas.

Apklausų telefonu organizavimo procesas paprastesnis: interviuotojų darbas vyksta centralizuotai, interviuotojams nereikia važinėti, vienas interviuotojas gali apklausti žymiai didesnę skaičių respondentų. Be to, personalo apmokymas ir reikalavimai personalui yra ne tokie dideli kaip tiesioginių interviu interviuotojams (de Leeuw, 2008).

Organizuojant apklausas, kuriose klausimynas pildomas savarankiškai, interviuotojų darbo apimtys dar labiau sumažėja. Priklausomai nuo imties dydžio, apklausas grupės aplinkoje gali atlikti ir pats tyrėjas ar keletas kolegų; apklausos paštu ar internetu procesą taip pat gali įgyvendinti vienas ar keletas asmenų. Kaip minėta, apklausos procesui administruoti gali būti pasitelkiami su apklausos tema susiję asmenys, pavyzdžiui, poliklinikos darbuotoja, kuri tyrėjo vardu įteiks klausimynus pacientams. Tiesa, visiems organizaciniams darbams atlikti gali prireikti darbo biure gebėjimų, apklausoms internetu – darbo kompiuterinėmis programomis gebėjimų. Bet visais atvejais personalo skaičius ir išlaidos personalui bus mažesnės.

*Techninės priemonės.* Kiekvienas apklausos būdas reikalauja skirtingų priemonių, susijusių su apklausos įgyvendinimu. Pašto apklausose reikalingi vokai klausimynams siųsti bei vokai klausimynams grąžinti, taip pat paskatinimo priemonės. Apklausose telefonu būtina patalpa in-

terviuotojams dirbti ir telefono aparatai. Kai interviuotojas ar apklausos vykdytojas tiesiogiai turės kontaktuoti su respondentu, būtini identifikaciniai ženklai ir priemonės.

Priklausomai nuo klausimyno pateikimo formos, reikia turėti sąlygas / priemones atspausdinti daug klausimynų arba paruošti skaitmenines laikmenas, kuriose klausimynas pasieks respondentus. Apklausos procesą labai paspartina tiesioginis atsakymų suvedimas į duomenų bazę, tačiau tam reikalingi kompiuteriai ir specialios sistemos.

*Finansinės sąnaudos (apklausos kaina).* Sunku bendrai įvertinti apklausos būdų kainą, nes tai labai priklauso nuo apklausos savybių ir priimtų sprendimų. Santykinai galima apibendrinti, kad pigiausi finansinių sąnaudų prasme yra apklausos internetu ir paštu būdai, taip pat individuali apklausa ir apklausa grupės aplinkoje, santykinai nebrangus būdas – apklausa telefonu. Brangiausias būdas – tiesioginiai interviu.

Jeigu imtis yra reprezentatyvi ir nacionalinio lygmens, tiesioginio interviu kaina bus didesnė nei kitų apklausos būdų, tačiau jei imtis apima nedidelę bendruomenę, kainos skirtumai sumažėja (De Vaus, 2002). Jei imties respondentai yra paplitę po geografiškai plačią erdvę, visų apklausos būdų kaina bus didesnė nei vidutinė kaina (pvz., tiesioginių interviu metu išauga kaina nuvykti pas respondentus; telefoninės išlaidos išauga, jei reikalingi tarp miestiniai ar tarptautiniai skambučiai; tas pats su pašto išlaidomis, jei klausimynai siunčiami į skirtingas šalis).

Kaina svyruoja priklausomai nuo to, kiek kartų nusprendžiama pakartotinai kontaktuoti su pirmą kartą nerastais arba negalinčiais tuo metu pildyti klausimyno respondentais. Be abejo, brangiausiai kainuoja kiekvienas pakartotinis interviuotojo vizitas, tačiau taip pat priklauso nuo pakartotinių skambučių skaičiaus gali augti ir vidutinės apklausos telefonu sąnaudos arba pašto išlaidos. Tuo tarpu pakartotiniam kontaktavimui internetu tokios išlaidos nereikalingos.

Išlaidų prasme gana efektyvios apklausos grupės aplinkoje, nes anksčiau minėtos sąnaudos proporcingai mažėja, kadangi vienas apklausos vykdytojas vienu kartu apklausia didesnę skaičių respondentų. Tačiau problema ta, kad tokios apklausos galimos tik specifinėse aplinkose.

Bendros išlaidos apklausai susijusios ir su techniniais aspektais. Jeigu yra spausdinami klausimynai, kaina priklausys nuo jų skaičiaus.

El. klausimynų dauginimas nekainuoja, tačiau norint sukurti tokį klausimyną, gali tekti įsigyti įrangą ar mokėti už serverius (jeigu kalbama apie didelius tyrimus, kuriems reikalingos sudėtingesnės sistemos nei tos, kurios yra viešai ir nemokamai prieinamos). Be to, kaip minėta, jei el. klausimynas siunčiamas paštu, papildomai kainuoja laikmena, kurioje jis siunčiamas.

**Apklauskos būdo ir klausimyno savybių ryšys.** Nors apie klausimyną bus išsamiai kalbama 3 skyriuje, būtina bent glaustai apibendrinti, kaip skiriasi klausimyno panaudojimas ir savybės priklausomai nuo pasirinkto apklauskos būdo. Pasirinktas apklauskos būdas iš dalies lemia tam tikrus sprendimus, susijusius su klausimynu. Toliau apibendrinsime svarbiausius aspektus.

*Apklausoje tiesioginio interviu būdu* kaip klausimyno papildiniai gali būti naudojamos įvairios pagalbinės priemonės. Kadangi respondentas nemato paties klausimyno, prie klausimų, kurie pasižymi didesniu skaičiumi atsakymo variantų ar pan., yra naudojamos specialios atsakymų kortelės, kurios duodamos respondentui perskaityti. Gali būti panaudojami paveikslėliai ar kitokios paskirties papildomos kortelės. Taip pat gali būti naudojamos tuščios kortelės ir vokeliai atsakymams į jautrius / asmeninius klausimus.

Kadangi klausimų-atsakymų procese tarpininkauja interviuotojas, tiesioginiai interviu leidžia pasitelkti didžiausią klausimų formų ir matavimo priemonių įvairovę, gali apimti sudėtingus klausimus, sėkmingiau surinkti atsakymus į atvirus klausimus (de Leeuw, 2008).

*Interviu telefonu*, atvirkščiai, nėra įmanoma pritaikyti jokių vizualinių priemonių. Šio pokalbio pagrindas – klausimyno tekstas, kuris respondentą pasiekia tik garso (interviuotojo balso) forma. Interviu telefonu metu sunkiau atsakyti į klausimus, kai reikia ką nors prisiminti, ilgiau pagalvoti ir pan., taip pat sunkiau perskaityti ir respondentui suprasti / atsiminti ilgus, sudėtingus klausimus. Ilgi atsakymų pasirinkimo sąrašai taip pat nėra tinkami apklausoms telefonu. Pavyzdžiui, pastebima tendencija, kad interviu telefonu metu respondentai gali būti linkę dažniau pasirinkti paskutinę alternatyvą atsakymų sąrašė nei pirmesnes alternatyvas, nes jas tiesiog pamiršta, kol interviuotojas perskaito visą alternatyvų sąrašą (de Leeuw, 2008). Kuriant klausimyną apklausai telefonu,

reikia atkreipti dėmesį į teksto formuluotes – jos turi būti patogios ir parankios perteikti telefonu.

*Apklausoje, kuriose klausimynas pildomas savarankiškai*, daug dėmesio turi būti skiriama tekstui ir jo grafiniam apipavidalinimui, kitoms vizualinėms savybėms. Klausimyno turinys tokiose apklausoje iš esmės turi atstoti pagrindines funkcijas, kurias įprastai atlieka interviuotojas, pavyzdžiui, patamsinimais sudėlioti akcentus, išskirti instrukcijas, vizualiai aiškiai nurodyti filtravimo žingsnius ir pan.

Instrukcijos labai svarbios klausimyną pildant savarankiškai. Nuo jų priklauso, kiek tinkamai bus užpildytas klausimynas. Todėl, jei tyrėjas sugeba tinkamai parengti instrukcijas, savarankiškai gali būti pildomi ir gana sudėtingi klausimynai. Taip pat į klausimynus, kurie pildomi savarankiškai, gali būti įtraukiami klausimai su daug atsakymo variantų, įvairios skalės, netgi paveikslėliai, bei tokie klausimai, kai reikia ką nors prisiminti ar apgalvoti, kadangi nėra spaudimo laiko prasme, klausimynas paprastai pildomas respondentui patogiu laiku ir vietoje.

Vis dėlto apklausoje, kai klausimynas pildomas savarankiškai, rekomenduojama naudoti mažiau sudėtingų filtrų, kad respondentas nesusipainiotų. Tokiose apklausoje ne taip efektyviai atsakinėjama į atvirus klausimus (de Leeuw ir Hox, 2008). Fowlerio (2009) teigimu, jei planuojamas vienas iš apklausos būdų, kai klausimynas pildomas savarankiškai, klausimyno pagrindą turi sudaryti uždari / pusiau uždari klausimai, kur reikia tik varnele ar kryžiuuku pažymėti savo atsakymą; taip yra lengviau respondentui, be to, pildant savarankiškai atviri klausimai paprastai nėra užpildomi informatyviai. Tačiau patirtis rodo, kad jeigu tema labai aktualiai respondentams, galima tikėtis, kad ir atviri klausimai bus užpildyti kokybiškiau.

Kaip minėta, klausimynuose, kurie pildomi savarankiškai, gali būti užduodami jautrūs klausimai arba klausimai, į kuriuos atsakant galėtų suveikti socialinių normų efektas. Apskritai, tokie klausimynai yra mažiau trikdantys ir leidžia daugiau privatumo (de Leeuw ir Hox, 2008).

Daugelį savarankiško klausimyno pildymo keblumų gali išspręsti el. klausimynas. Tačiau reikėtų nepersistengti su kompiuterinio formavimo galimybėmis, kadangi perdėtas įvairių priemonių panaudojimas gali erzinti respondentus. Pavyzdžiui, kai klausimyne tokiu pačiu forma-

tu nuolat kartojosi išsiskleidžiantys ilgi atsakymo variantų sąrašai, respondentui gali atsibosti jį pildyti.

Šiame skyriuje pateiktą informaciją galima apibendrinti klausimu: **tai kaip nuspręsti, kokį apklausos būdą pasirinkti?** Skyriuje aptarėme, kokios yra galimos sprendimų alternatyvos bei jų pasekmės / rezultatai.

De Vausas (2002) pateikia puikų sąrašą, ką reikia apsvarstyti ir kas turi įtakos sąnaudų / duomenų kokybės balansui atliekant apklausas:

- imties dydis;
- imties geografinis paplitimas;
- pakartotinių kontaktų skaičius;
- populiacijos savybės;
- tyrimo tema;
- turimų lėšų kiekis;
- personalo kvalifikacija;
- apklausai skirtas laikas.

Ne mažiau svarbu yra ir tyrėjo patirtis, profesionalumas konstruojant klausimyną, darbo kompiuteriu gebėjimai ir pan.

Reikia nepamiršti, kad apklausos būdo efektyvumą lemia ir įvairūs **išorės veiksniai**. Pavyzdžiui, *telefonizacijos lygis* šalyje ar regione. Kaip teigia Ornsteinas (2013), interviu telefonu gali būti pigesnis ir efektyvesnis būdas apklausti respondentus nei tiesioginis interviu, tačiau tik tuo atveju, jei beveik visus respondentus galima pasiekti telefonu, jei atranką galima atlikti remiantis telefonų numerių sąrašu. Be to, daugiau žmonių atsilieps į apklausos vykdytojo skambutį ir sutiks dalyvauti apklausoje, jei bus įpratę ir jausis patogiai bendraudami telefonu. Kitas išorės veiksnių pavyzdys – *kultūriniai bendravimo aspektai*. Vienur žmonės labai linkę bendrauti akis į akį, o kitur jie atviresni, kai bendrauja per atstumą ar ryšio priemones; vienur žmonės yra tolerantiškesni ir mažiau reaguojantys į interviuotojo savybes, o uždaroje kultūrinėse grupėse reaktyvumas gali būti labai didelis. Taigi, apklausos būdų palyginimai yra santykiniai ir rekomendacinio pobūdžio. Galutinis sprendimas, kokį apklausos būdą pasirinkti ir kaip jį įgyvendinti, priklauso nuo konkretaus tyrimo situacijos.



## Antrojo skyriaus studijų priemonės

### Pagrindinės sąvokos

Apklausa grupės aplinkoje  
 Apklausa internetu  
 Apklausa paštu  
 Apklausa raštu  
 Apklausa žodžiu  
 Apklausos vykdytojas  
 Atsakymų grįžtamumo laipsnis  
 Bendrojo dizaino metodas  
 Individuali apklausa  
 Interviuotojas  
 Interviu vykdytojas  
 Interviu telefonu  
 Interviuotojo efektas  
 Socialiai priimtino atsakymo efektas  
 Tiesioginis interviu

### Užduotys savarankiškam darbui

1. Jums reikia skubiai (per 2 savaites) atlikti Lietuvos gyventojų apklausą. Kokį apklausos būdą pasirinksite? Kodėl?
2. Jūs turite labai ribotus išteklius apklausai, tema nėra jautri, respondentais gali būti jaunimas (18-25 m). Kokį apklausos būdą pasirinksite? Kodėl?
3. Jūsų tyrimo populiacija yra pagyvenę ir seni žmonės (pensinininkai). Kokį apklausos būdą pasirinksite? Kodėl?
4. Jei norėtumėte atlikti sergančiųjų AIDS apklausą, siekdami įvertinti pagalbos bei gydymo priemonių poreikį ir efektyvumą, kokį apklausos būdą pasirinktumėte? Kodėl?
5. Jūs atliekate smurtą patyrusių moterų apklausą tyrime „Smurto artimoje aplinkoje paplitimo priežastys ir pasekmės“. Jums būtina taikyti tiesioginio interviu būdą. Sudarykite sąrašą priemonių, kurios padėtų sumažinti galimus interviuotojo bei socialiai priimtino atsakymo efektus apklausos metu.

6. Sukurkite interviuotojo (apklausos vykdytojo) prisistatymą, kurį panaudotumėte atlikdami interviu telefonu. Tyrimo tema „Mobiiliojo interneto naudojimas Lietuvoje“. Ar šio prisistatymo tekstas skirsis, jei apklausa vyks tiesioginiu interviu būdu; interviu telefonu; vyks apklausa grupės aplinkoje? Jei taip, kodėl ir kaip skirsis?
7. Sudarykite pagalbinę priemonę interviuotojui, kurioje būtų: respondentą motyvuojantys teiginiai (t. y. teiginiai, kurie paskatintų respondentus sutikti dalyvauti apklausoje); galimi atsakymai respondentams, kurie dvejoja arba nelabai nori dalyvauti apklausoje; instrukcijos kaip elgtis, jei interviu metu respondentas nesuprato klausimo arba prašo jį patikslinti; jei respondentas pateikia klausimo neatitinkantį atsakymo variantą / atsakymą; jei respondentas ima klausinėti interviuotojo apie jo nuomonę tyrimo klausimais.

## Rekomenduojama literatūra

### *Pagrindinė literatūra*

- Bryman, Alan. 2008. *Social research methods* (3rd ed). Oxford: Oxford University Press [plačiau žr. 8 ir 9 skyrius apie skirtingus apklausos būdus].
- Fowler, Floyd J. Jr. 2009. *Survey Research Methods*. Los Angeles, London: Sage Publications.
- Gaidys, Vladas. 1999. *Visuomenės nuomonės ir rinkos tyrimai. Mokomoji knyga*. Vilnius: Žara.
- Marsden, Peter V.; Wright, James D. (red.). 2010. *Handbook of Survey Research*. Bingley, UK: Emerald Publishing Group Ltd.
- Ornstein, Michael. 2013. *A Companion to Survey Research*. London: Sage Publications.

### *Papildoma literatūra*

- De Leeuw, Edith D. 2008. Choosing the method of data collection. Iš De Leeuw, Edith D., Hox, Joop J., Dillman, Don A. (red.) *International Handbook of Survey Methodology*. New York, London: Taylor and Francis Group. 7 skyrius, p. 113-135.
- De Leeuw, Edith D.; Hox, Joop J. 2008. Self-administered questionnaires: mail surveys and other applications. Iš De Leeuw, Edith D., Hox, Joop J., Dillman, Don A. (red.) *International Handbook of Survey Methodology*. New York, London: Taylor and Francis Group [plačiau žr. 13.8.2 poskyrį, p. 259-261, apie apklausas mokyklose / su vaikais].

- Lavrakas, Paul J. (red.). 2008. *Encyclopedia of Survey Research Methods*. London: Sage Publications.
- Lesser, Judith T.; Eyerman, Joe; Wang, Kevin. 2008. Interviewer Training. Iš De Leeuw, Edith D., Hox, Joop J., Dillman, Don A. (red.) *International Handbook of Survey Methodology*. New York, London: Taylor and Francis Group. 23 skyrius, p. 442-446 [plačiau žr. apie interviuotojų parengimą, jų darbo kontrolę ir pagalbą interviuotojams].
- Lozar Manfreda, Katja; Vehovar, Vasja. 2008. Internet Surveys. Iš De Leeuw, Edith D., Hox, Joop J., Dillman, Don A. (red.) *International Handbook of Survey Methodology*. New York, London: Taylor and Francis Group. 14 skyrius, p. 264-284 [plačiau žr. apie apklausas internetu ir atranką tokiose apklausoje].
- Loosveldt, Geert. 2008. Face-to-face interviews. Iš De Leeuw, Edith D., Hox, Joop J., Dillman, Don A. (red.) *International Handbook of Survey Methodology*. New York, London: Taylor and Francis Group. 11 skyrius, p. 201-220 [plačiau žr. apie interviuotojo efektus, jų įvertinimo būdus ir pan.].
- Lynn, Peter. 2008. The problem of nonresponse. Iš De Leeuw, Edith D., Hox, Joop J., Dillman, Don A. (red.) *International Handbook of Survey Methodology*. New York, London: Taylor and Francis Group. 3 skyrius, p. 35-55 [plačiau žr. apie atsakymų grįžtamumo laipsnio apskaičiavimus, bendras atsakymų grįžtamumo problemas].

## Naudingi šaltiniai internete

### *Elektroninių apklausų kūrimo svetainės*

[www.apklausa.lt](http://www.apklausa.lt)  
[www.manoapklausa.lt](http://www.manoapklausa.lt)  
[www.publika.lt](http://www.publika.lt)  
<http://freeonlinesurveys.com/>  
<https://www.surveymonkey.com/>  
<https://www.esurveycreator.com/>  
<http://www.surveycrest.com/>  
<http://www.questionpro.com/survey-templates>

### *Atsitiktinių telefono numerių sąrašo sudarymo pavyzdys*

Random Digit Dialing – Our Standard Method. Pew Research Center for the People and the Press. [www.people-press.org/methodology/sampling/random-digit-dialing-our-standard-method](http://www.people-press.org/methodology/sampling/random-digit-dialing-our-standard-method)

## 2 SKYRIAUS PRIEDAI

### 1. SKIRTINGŲ APKLAUSOS BŪDŲ PRIVALUMAI IR TRŪKUMAI

#### I. Apklausos žodžiu

##### Tiesioginis interviu

###### *Privalumai:*

- Didelis atsakymų grįžtamumo laipsnis.
- Galimybė užduoti daug klausimų, užduoti sudėtingus klausimus. Ilgesni klausimynai geriau užpildomi su interviuotoju nei kitais būdais.
- Interviuotojo pagalba klausimyno pildymo procese pagerina klausimyno užpildymo kokybę. Sumažina praleistų / neatsakytų klausimų skaičių, kontroliuoja respondentą iš šalies.
- Santykinai geresnis respondentų pasiekiamumas.
- Suteikia galimybę rinkti papildomą informaciją, kurios nenumato tyrimo planas, tačiau kuri yra svarbi tyrimui. Leidžia derinti interviu su kitais informacijos rinkimo metodais (pvz., stebėjimu).
- Respondentų tapatybės kontrolė (žinoma, kad apklausiamas būtent tas asmuo, kuris reikalingas tyrimui).
- Geriausiai tinka, kai taikoma daugiapakopė klasterinė atranka, maršrutinis metodas.
- Šis būdas efektyviausiai skatina respondentų bendradarbiavimą.
- Suteikia galimybę patikslinti respondento atsakymus užduodant jam papildomus klausimus.

###### *Trūkumai:*

- Didelės sąnaudos (laiko, darbo, materialinės).
- Ilgai trunka duomenų rinkimo procesas.
- Interviuotojo efektas, reaktyvumas.
- Interviuotojų darbo rizika (saugumo problemos).
- Interviuotojai turi gyventi plačioje geografinėje erdvėje, kad būtų arti reikiamų populiacijų, priešingu atveju išauga interviu sąnaudos (dėl kelionių išlaidų).
- Kai kurias imtis lengviau ar saugiau pasiekti kitais būdais (pvz., elito atstovus, studentus, nusikaltėlius ir pan.).
- Sunku išspręsti apklausos anonimiškumo klausimą.
- Sudėtinga parinkti ir apmokyti didelį skaičių interviuotojų.
- Sudėtingas organizavimo / valdymo procesas.

### **Interviu telefonu**

#### *Privalumai:*

- Nedidelės sąnaudos.
- Greitis.
- Interviuotojo darbo organizavimas ir kontrolė. Lengviau organizuoti interviuotojų darbą ir jiems vadovauti, reikalingas mažesnis interviuotojų skaičius, juos paprasčiau apmokyti.
- Mažesnis reaktyvumas, bet išlieka interviu proceso kontrolė.
- Kai kurios populiacijos lengviau prieinamos nei tiesioginio interviu būdu (pvz., plačiai geografiškai išsidėsčiusios).

#### *Trūkumai:*

- Didelė galimybė neatsakyti / atsisakyti / nutraukti interviu.
- Tik verbalinis bendravimas.
- Nėra galimybės įtraukti sunkių, sudėtingų klausimų, naudoti ilgą klausimyną.
- Netinka nepakankamai telefonizuotoms populiacijoms tirti.
- Susiduriama su atrankos problemomis, jeigu nėra galimybės naudoti atsitiktinių telefono numerių rinkimo technologijų arba nėra tikslų populiacijos telefonų sąrašų.

## **II. Apklausos pildant klausimyną savarankiškai**

#### *Bendri privalumai:*

- Didelės klausimų pateikimo galimybės (vizualinis pateikimas, sudėtingi klausimai, filtravimo sistemos, ilgi atsakymų pasirinkimo sąrašai).
- Tinka užduodant jautrius klausimus.
- Patogios respondentui (jei suteikiama galimybė pildyti, kada nori).
- Nėra interviuotojo efekto arba jis mažesnis, palyginti su apklausomis interviu būdu.

#### *Bendri trūkumai:*

- Labai svarbus klausimyno dizainas, todėl reikalinga atitinkama kvalifikacija klausimynui parengti.
- Atviri klausimai dažniau lieka neatsakyti.
- Respondentai turi turėti gerus skaitymo ir rašymo gebėjimus.
- Interviuotojas nekontroliuoja klausimyno užpildymo kokybės, todėl gali būti praleistų klausimų, nebaigtas pildyti klausimynas ir pan.
- Nėra respondentų kontrolės, t. y. nežinoma, ar klausimyną pildo tas, kuriam jis skirtas (išskyrus apklausas grupės aplinkoje).

### **Apklausa grupės aplinkoje**

#### *Papildomi privalumai:*

- Per trumpą laiką apklausama daug respondentų.
- Suderinami apklausos vykdytojo dalyvavimo apklausos procese privalumai (galimybės paaiškinti klausimus, motyvuoti respondentus ir pan.) ir privatumo galimybės (jei tinkamai panaudojama apklausai skirta aplinka).
- Aukštas klausimynų grįžtamumo lygis.
- Respondentų kontrolė: yra žinoma, kad klausimyną pildo tie respondentai, kuriems jis skirtas.
- Paprastai gana nedidelės sąnaudos.

#### *Apklauso grupės aplinkoje trūkumai:*

- Šis būdas tinka tik grupinėms populiacijoms tirti arba kai galutinis apklausos pakuopos vienetas – grupė / klasteris (pvz., mokyklų sąrašo ir klasių pagrindu atlikta tikimybinė atranka).

### **Individuali apklausa**

#### *Privalumai:*

- Apklausos vykdytojas gali motyvuoti / informuoti respondentą (bent jau pradinio kontakto metu, kai paduoda klausimyną).
- Apklausos vykdytojas gali parinkti tinkamą respondentą, jei atranką vykdo maršrutiniu metodu.
- Gana aukštas klausimynų grįžtamumas, jei juos surenka pats apklausos vykdytojas.
- Patogi respondentams – jie gali atsakinėti į klausimyną jiems patogioje vietoje, patogiu laiku ir užtrukti tiek, kiek nori.
- Mažiau reikia apklausos vykdytojų bei juos paprasčiau apmokyti nei tiesioginio interviu atveju.

#### *Trūkumai:*

- Jei klausimynai paliekami respondentams ir nepasiimama, o prašoma atsiųsti paštu ar įmesti į specialią dėžutę ir pan., sumažėja grįžtamumo laipsnis (nebent galimos paskatinimo priemonės, priminimai). Jei klausimynų grąžinimo kontrolė visiškai neįmanoma, atsakymų grįžtamumo laipsnis gali būti labai mažas.

### **Apklausa paštu**

#### *Privalumai:*

- Minimali tyrėjo įtaka.
- Patogumas respondentui (pildo tada, kai jam patogiu, ramiai ir privačioje aplinkoje).
- Galimai didesnis respondentų atvirumas ir nuoširdumas.
- Santykinai nedidelės finansinės vykdymo sąnaudos (pvz., palyginti su tiesioginiais interviu).
- Reikia mažiau apklausos vykdytojų, jų kvalifikacija neturi būti tokia aukšta kaip vykdančiųjų apklausas žodžiu.
- Galima pasiekti geografiškai nutolusias populiacijas, taip pat neprieinamas telefonu ar tiesioginio interviu būdu.

#### *Trūkumai:*

- Nėra apklausos vykdytojo, kuris galėtų padėti pildant klausimyną, taigi, galimas tam tikras formato ribotumas; mažiau galimybių papildomai motyvuoti respondentą.
- Negalima sukontroliuoti, ar tikrai pildo tas respondentas, kuris turėtų.
- Ilgai trunka.
- Žemas atsakymų grįžtamumo laipsnis.
- Respondentų atrankai reikalingas tikslus adresų sąrašas.

### **Apklausa internetu**

#### *Privalumai:*

- Santykinai nedidelės sąnaudos.
- Greitis.
- Respondento laisvumas / privatumas pildant. Patogu respondentui, pildymo trukmė neribota.
- Įvairios el. klausimyno galimybės. Gali būti panaudoti visi kompiuterinio klausimyno privalumai (grafika, dizainas, klausimų filtravimo sistemos ir t. t.).
- Lengva pasiekti dideles geografines erdves, pavyzdžiui, užsienyje esančius respondentus.

#### *Trūkumai:*

- Atrankos ir imties ribotumas (galima apklausti tik turinčius galimybę ir mokančius naudotis kompiuteriais, turinčius interneto ryšį, neįmanoma įvykdyti atrankos pagal el. pašto adresus ir kt.).
- Anonimiškumo klausimas.
- Reikalingas tyrėjas, gebantis sukurti kompiuterinį klausimyną.
- Reikalingos techninės sąlygos ir priemonės.

## 2. PASKATINIMO LAIŠKAS APKLAUSOSE PAŠTU

Gerbiamasis (-oji),

praeitą savaitę mes išsiuntėme Jums klausimyną apie požiūrį į mobiliuosius telefonus. Jei Jūs užpildėte ir išsiuntėte klausimyną, labai Jums dėkojame. Jeigu to dar nepadarėte, gal galite klausimyną užpildyti šiandien? Mes siekiame, kad kiekvieno atrinkto asmens pažiūros atsispindėtų tyrime, todėl mums labai svarbūs Jūsų atsakymai.

Jeigu dėl kokių nors priežasčių Jūs negavote klausimyno arba jį praradote, prašome mums paskambinti nemokamu telefonu XXXXXXXX ir mes nedelsdami išsiųsime klausimyną.

Pagarbiai

Svajonė Mikėnė ir Inga Gaižauskaitė  
Apklaustos organizatorės

## 3. KONTAKTO SU RESPONDENTU UŽMEZGIMO PAVYZDŽIAI

1. „Laba diena [labas rytas; labas vakaras]. Mano vardas \_\_\_\_\_. Mes (institucija \_\_\_\_\_) atliekame Lietuvos piliečių, turinčių teisę balsuoti rinkimuose, apklausą. Ar Jūs turite teisę balsuoti? [Jei TAIP, tęsti interviu. Jei NE, klausti apie kitus, esančius namų ūkyje, arba nutraukti apklausą].“
2. „Laba diena [labas rytas; labas vakaras]. Mano vardas \_\_\_\_\_, aš atstovauju Lietuvos socialinių tyrimų centrui. Mes atliekame nedidelę apklausą žmonių, turinčių nuosavus būstus. Ar Jūsų namas [butas, namo ar buto dalis] priklauso Jums, esate savininkas? [Jei TAIP, tęsti apklausą. Jei NE, klausti apie kitus, esančius namų ūkyje, ar yra to būsto savininkas. Jei būstas nuomojamas, nutraukti apklausą].“
3. „Laba diena [labas rytas; labas vakaras]. Mano vardas \_\_\_\_\_. Mes (institucija \_\_\_\_\_) norėtume sužinoti Jūsų nuomonę apie produktus, perkamus turguje ir prekybos centre. Norėtume paprašyti Jūsų sutikti atsakyti į klausimyno klausimus, pokalbis užtruks apie 20 minučių.“



#### 4. APKLAUSOS BŪDĄ PADĖSIANTIS PASIRINKTI KONTROLINIŲ KLAUSIMŲ SĄRAŠAS

<b>Kaip imties reikalavimai turi įtakos apklausos būdai?</b>	<b>Kokie kiti ištekliai Jums svarbūs ir turi būti prieinami?</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>a) Kokiai populiacijai norite taikyti tyrimo išvadas?</li> <li>b) Kokį atrankos pagrindą galite panaudoti?</li> <li>c) Kokio dydžio imties Jums reikia?</li> <li>d) Ar reikalinga reprezentatyvi imtis?</li> <li>e) Kaip plačiai geografiniu atžvilgiu yra išsidėsčiusi populiacija?</li> <li>f) Kiek galite kontroliuoti respondentų atrankos procedūrą galutiniame imties sudarymo etape?</li> <li>g) Ar Jūsų pasirinkta populiacija turi geras priejimo prie interneto galimybes?</li> <li>h) Ar pasirinkta populiacija pasižymi aukštu telefonizacijos lygiu?</li> <li>i) Ar pasirinkta populiacija gali kelti kokią nors grėsmę, pavojų interviuotojų (apklausos vykdytojų) saugumui?</li> <li>j) Koks yra populiacijos raštingumo lygmuo (kompiuterinis raštingumas, rašymas, skaitymas).</li> <li>k) Kaip vertinate, kiek imtis bus linkusi bendradarbiauti, taikant įvairius kontaktavimo metodus?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>a) Ar turite kompiuterį, kad galėtumėte parengti el. klausimyną?</li> <li>b) Kokią turite prieigą prie interneto?</li> <li>c) Kokias taisykles taiko Jūsų interneto paslaugų tiekėjas dėl klausimynų sklaidos, atsakymų gavimo ir klausimyno nustatymų (angl. <i>scripts</i>) dėjimo į serverį?</li> <li>d) Kiek laiko Jūs turite apklausai?</li> <li>e) Ar turite pasirinktam apklausos būdai pakankamai kvalifikacijos, patirties?</li> <li>f) Kokių kvalifikacijų asmenys gali Jums padėti (pvz., interviuotojai telefonu; programuotojai)?</li> <li>g) Jei planuojate atlikti apklausą internetu, ar turite tam reikiamą programinę įrangą?</li> </ul> <p style="text-align: center;"><b>Kaip finansiniai ištekliai turi įtakos apklausos būdo pasirinkimui?</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a) Ar turite tiek finansinių išteklių, kad galėtumėte pasamdyti tyrimų bendrovę, kuri surinktų duomenis?</li> <li>b) Ar Jums reikia padidinti imties dydį, tačiau galite skirti tik nedideles sąnaudas kiekvienam respondentui pasiekti?</li> </ul>
<b>Kaip apklausos klausimyno turinys turi įtakos apklausos būdo pasirinkimui?</b>	<b>Koks apklausos būdas geriausiai tinka Jūsų klausimynui realizuoti?</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>a) Ar yra jautrių klausimų?</li> <li>b) Ar labai svarbu užtikrinti šiai imčiai / temai anonimiškumą?</li> <li>c) Ar yra pavojus, kad šioje tyrimo temoje interviuotojas galėtų turėti įtakos atsakymams?</li> <li>d) Kaip vertinate, kiek respondentams bus įdomūs klausimai?</li> <li>e) Ar apklausa pavyktų geriau, jei naudotumėte audio-, grafinius ir kitus stimulus?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>a) Kokio sudėtingumo klausimyno struktūra?</li> <li>b) Kiek yra svarbu tai, kad respondentai atsakinėtų į klausimus tiksliai tokia seka, kaip jie pateikiami?</li> <li>c) Ar respondentams reikės specialiai ieškoti informacijos, apie kurią klausite?</li> <li>d) Kaip vertinate, ar didelis yra pavojus, kad respondantai paliks neatsakytų klausimų?</li> <li>e) Ar Jūsų klausimyne yra daug atvirų klausimų?</li> </ul>

*Parengta remiantis:* De Vaus, David A. 2002. *Surveys in Social Research*. (5th ed.). London, New York: Routledge, p. 141-142.

## 3 SKYRIUS.

# APKLAUSOS PRIEMONĖ DUOMENIMS RINKTI: KLAUSIMYNAS

### TURINYS

- 3.1. Klausimyno struktūra
  - 3.2. Elektroninių klausimynų savybės ir pritaikymo galimybės
  - 3.3. Klausimų sudarymo principai ir klaidos
    - 3.3.1. *Esminiai reikalavimai klausimyno klausimams: patikimumas ir validumas*
    - 3.3.2. *Klausimų formuluotės ir galimos klaidos*
  - 3.4. Klausimų tipai ir formos
    - 3.4.1. *Uždarų ir pusiau uždarų klausimų savybės*
    - 3.4.2. *Uždarų ir pusiau uždarų klausimų formos*
    - 3.4.3. *Atvirų klausimų savybės ir formos*
    - 3.4.4. *Klausimai jautriomis ar nepatogiomis temomis*
  - 3.5. Bandomasis tyrimas
- Trečiojo skyriaus studijų priemonės

### 3 SKYRIAUS PRIEDAI

- 1. Įvadinės klausimyno dalies pavyzdžiai
- 2. Kontrolinių klausimų sąrašas klausimyno kokybei įvertinti

### 3. APKLAUSOS PRIEMONĖ DUOMENIMS RINKTI: KLAUSIMYNAS

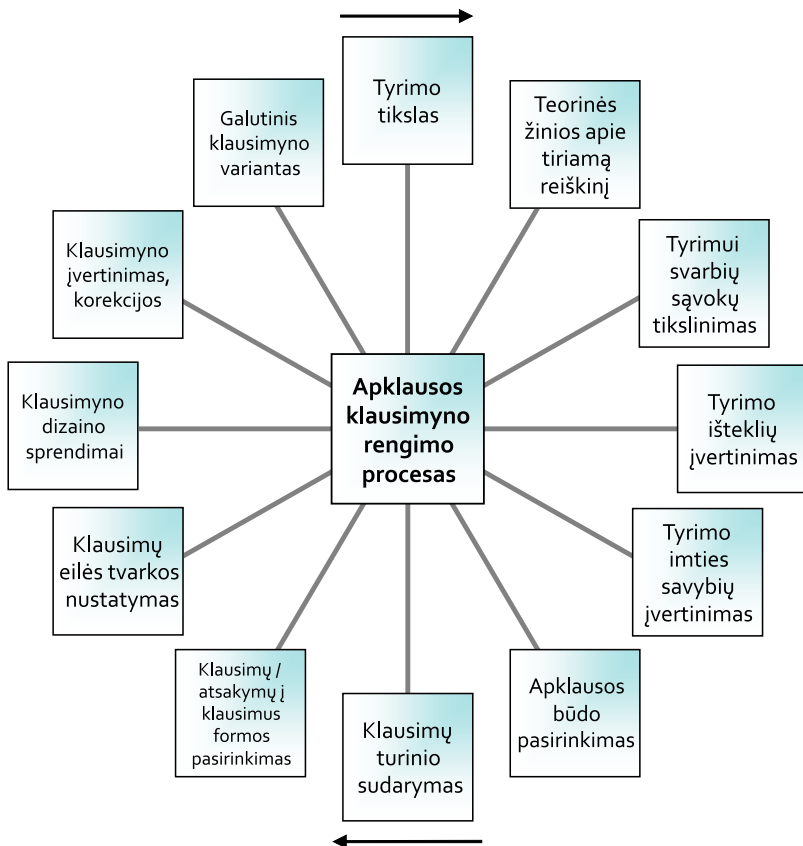
---

Duomenų rinkimo priemonė apklausoje yra *struktūruotas klausimynas*. Neretai manoma, kad sudaryti klausimyną apklausai yra labai paprasta. Tačiau iš tiesų tai sudėtingas, tinkamo pasirengimo ir kruopštumo bei profesionalumo reikalaujantis darbas. Neteisingai, nekorektiškai suformuluoti ar respondentą gluminantys klausimai, paini struktūra, neapgalvoti atsakymų variantai – visos šios ir daugelis kitų klaidų mažina tyrimo duomenų kokybę; kartais į klausimus ar į dalį jų galima apskritai nesulaukti atsakymų

Klausimynas – tai tam tikru būdu suformuluotų klausimų visuma; šie klausimai tiksliai tokia pačia forma užduodami respondentams siekiant surinkti jų atsakymus tyrimui aktualia tema ar temomis. Apklausos klausimynas nuo kitų klausimynų (pvz., nuo kokybinio interviu klausimyno) skiriasi tuo, kad yra aiškios formos, turi griežtą struktūrą ir standartizuotą klausimyno užpildymo tvarką, jo pagrindą sudaro klausimai su tyrėjo suformuluotais atsakymo variantais. Apklausos klausimynas remiasi prielaida, kad tapatūs / palygintini atsakymai gali būti surenkami tik tuomet, kai visi respondentai vienodai (bent jau teoriškai) reaguoja į klausimyno klausimus (Trobia, 2008b).

Taigi, kaip sukuriamas toks klausimynas? Pagrindiniai klausimyno rengimo proceso elementai pateikiami 3.1 paveiksle. Paprastai klausimyno kūrimas prasideda tuo tyrimo temos ir tikslo apibrėžimu. Klausimyno kūrimo procese svarbu teorinės žinios apie ketinamą tirti reiškinį, todėl nagrinėjama susijusi literatūra ar kiti informatyvūs šaltiniai. Norint sukurti validų ir patikimą matavimo instrumentą, labai svarbu detali sąvokų konceptualizacija ir operacionalizacija. Įvairūs su klausimynu susiję sprendimai priklauso nuo pasirinkto apklausos būdo, tyrimui aktualios populiacijos savybių (pvz., ta pačia tema apklausiant vaikus ir suaugusiuosius, skirsis klausimyno kalba ir kiti parametrai), taip pat nuo turimų išteklių (pvz., ar prieinamos techninės priemonės naudoti el. klausimyną, ar ne). Tai veiksniai, kuriuos rekomenduojama įvertinti *prieš* pradėdant galvoti klausimyno klausimus.

Atsižvelgiant į visus anksčiau minėtus procesus galima pradėti formuoti klausimyno turinį, t. y. sudaryti norimų užduoti klausimų sąrašą. Tuomet atliekami veiksmai, kurie leis šį sąrašą paversti apklausos klausimynu. Reikia pasirinkti tinkamas klausimų formas, apsispręsti dėl klausimyno ilgio bei klausimų eilės tvarkos ir tam tikro dizaino: šrifto, raidžių dydžio, spalvos, akcentų ir t. t.



3.1 pav. Klausimyno rengimo proceso elementai

Galutinis klausimyno variantas patvirtinamas tik po to, kai darbinis variantas kruopščiai patikrinamas, jeigu reikia – atliekama bandomoji apklausa, daromi reikiami pakoregavimai. Labai svarbu suprasti, kad

pradėjus vykdyti apklausą, pakeitimų ar pataisymų klausimyne daryti nebegalima, kadangi visi respondentai turi pildyti tiksliai tokį patį klausimyną. Taigi, pataisymai reikštų, kad apklausa pradėdama iš naujo, o tai nėra įprasta.

Reikėtų atkreipti dėmesį į tai, kad apklausos klausimyno kūrimo procesas nėra linijinis – proceso elementai glaudžiai susiję tarpusavyje, nemažai sprendimų dėl skirtingų elementų priimami tuo pačiu metu, jeigu kuriame nors etape patiriama sunkumų, gali tekti keisti jau priimtus sprendimus ar juos koreguoti. Be to, konkrečioje apklausoje klausimyno kūrimo procese gali atsirasti ir papildomų elementų, pavyzdžiui, poreikis suderinti klausimyną su užsakovais ir pan.

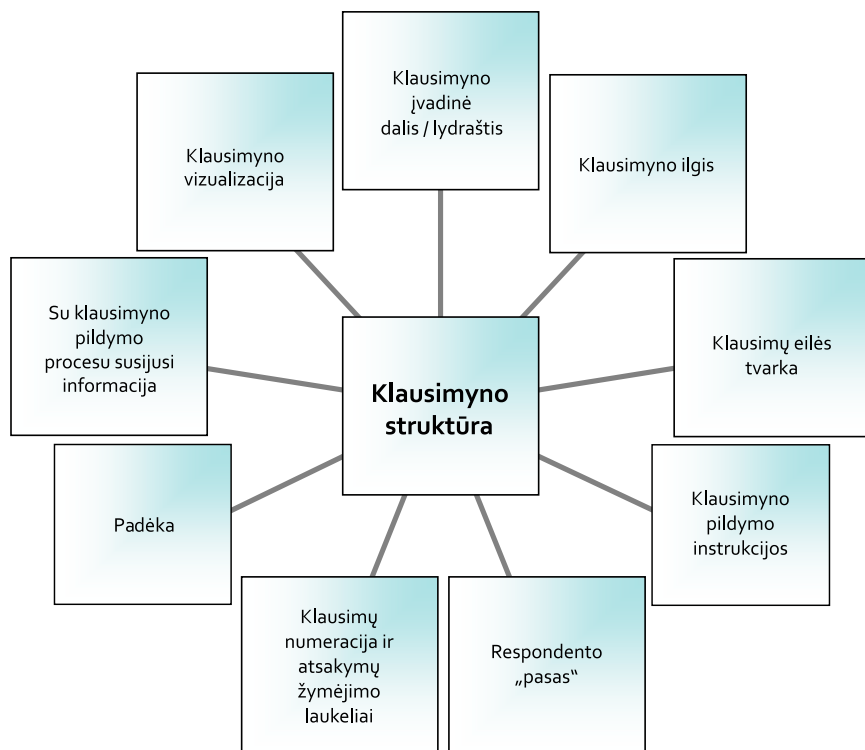
Taigi, skyriuje pateiksime pagrindines rekomendacijas, kokiomis taisyklėmis reikėtų vadovautis ir į ką reikėtų atkreipti dėmesį sudarant apklausos klausimyną.

### 3.1. Klausimyno struktūra

Kai jau minėta, apklausos klausimynas – tai ne šiaip klausimų rinkinys. Šis rinkinys turi aiškią struktūrą, kurios savitumą lemia tam tikri tik apklausos klausimynui būdingi elementai (žr. 3.2 paveikslą).

**Klausimyno įvadas / lydraštis.** Vienas iš svarbių tyrimo etikos principų yra informuotas respondentų sutikimas dalyvauti apklausoje. Tai reiškia, kad, prieš sutikdamas atsakyti į apklausos klausimus, kiekvienas respondentas turi turėti galimybę susipažinti su esmine informacija apie tyrimą. Kiekvienas respondentas turėtų gauti tapačią informaciją, kuri parengiama iš anksto. Ši informacija respondentą gali pasiekti keliais būdais:

- kaip klausimyno įvadas, t. y. kaip sudėtinė klausimyno dalis;
- kaip lydraštis, įdėtas kartu su klausimynu (pvz., į pašto voką);
- kaip iš anksto parengtas tekstas, kurį respondentui perskaito interviuotojas.



3.2 pav. Klausimyno struktūrą formuojantys elementai

Konkrečios apklausos atveju šie būdai gali būti derinami tarpusavyje. Pavyzdžiui, atliekant apklausą grupės aplinkoje, apklausos vykdytojas bendrai visiems respondentams pristato su tyrimu susijusią informaciją, kuri glaustai pakartojama pačiame klausimyne kaip jo įvadas, kad kiekvienas respondentas dar kartą perskaitytų prieš pradėdamas pildyti klausimyną. Siunčiant klausimyną paštu, informacija gali būti padalinta į dvi dalis: informacija, susijusi su tyrimo tikslu, tyrimo institucija, kontaktiniais tyrėjo duomenimis ir kt. pateikiama lydraštyje, o klausimyno įvadinėje dalyje pateikiama informacija, susijusi su klausimyno pildymu. Tačiau visais atvejais kiekvieną respondentą turi pasiekti visa reikalinga informacija.

Paprastai įvadinės klausimyno dalies / lydraščio turinį sudaro šie elementai bei informacija:

- kreipinys (kreipimasis į respondentą);
- tyrimo tikslas;
- tyrimą atliekanti institucija / vadovaujantis tyrėjas;
- kaip ir kam bus panaudojami apklausos metu surinkti duomenys;
- motyvacija respondentui (kodėl jis turėtų dalyvauti tyrime) bei prašymas dalyvauti tyrime;
- jei reikia – paaiškinimas, kaip respondentas pateko į tyrimo imtį;
- pagrindiniai dalyvavimo apklausoje principai (anonimiškumas ir pan.);
- bendra klausimyno pildymo instrukcija;
- kita informacija (priklausomai nuo konkrečios apklausos ypatumų, pavyzdžiui, kontaktiniai tyrėjo duomenys, jei klausimynas siunčiamas paštu, ir pan.).

Klausimyno įvadas / lydraštis pradedamas kreipimusi į respondentą. Rekomenduotina, kad kreipinys būtų suasmenintas, t. y. kreipiamasi ne bendru „Gerb. respondente“, o pavyzdžiui, „Mielas (-a) studente“, tokiu būdu kuriant glaudesnę kontaktą su respondentu. Kartais klausimynuose tiesioginio kreipinio nėra, vietoj jo pateikiamas tyrimo pavadinimas ir skiriamieji tyrimą atliekančios institucijos / projekto ženklai / logotipai. Po jų iš karto pereinama prie įvadinės dalies teksto.

Tyrimo tikslas turi būti paaiškintas glaustai, suprantamai respondentui. Neretai tenka skaityti įvadinę dalį, kurioje tyrimo tikslas perkeliamas tiesiogiai iš tyrėjo parengto mokslinio tyrimo plano. Deja, ne visada moksliniu stiliumi suformuluotas tyrimo tikslas gali būti suprantamas respondentui; moksliniai terminai gali nieko nereikšti eiliniam žmogui.

Įvadinėje dalyje turi būti nurodyta, kas atlieka tyrimą (kokia institucija užsakė tyrimą), kas yra tyrimo projekto vadovas. Pavyzdžiui, „Tyrimas atliekamas Švietimo ir mokslo ministerijos užsakymu. Tyrimą vykdo X institutas, tyrimo projekto vadovas yra XX“.

Respondento motyvavimas yra svarbus įvado / lydraščio elementas. Paprastai sociologiniuose tyrimuose tyrėjas yra aktyvus veikėjas, kuris turi tikslą surinkti duomenis; tuo tarpu respondentas – pasyvus veikėjas, kuris neturi išankstinio asmeninio tikslo dalyvauti tyrime. Tyrėjas turėtų

argumentuoti, paskatinti respondento suinteresuotumą sutikti atsakyti į apklausos klausimus. Kartais pats tyrimo tikslas motyvuoja respondentą, jei tyrimo rezultatai gali turėti tiesioginės naudos respondentui ar jo aplinkai (pvz., studentams gali būti svarbu, jei apklausos rezultatai bus pritaikyti gerinant bibliotekos darbą, taigi, jie bus suinteresuoti išreikšti savo nuomonę). Jei tokius tiesioginius argumentus suformuluoti sunku, motyvacinė priemonė gali būti respondento svarbos akcentavimas (pvz., „Jūsų atsakymai labai svarbūs siekiant pagerinti ...“) arba visuomeninę dalyvavimo tyrime naudą (pvz., „Tai jau yra trečiasis toks tyrimas, todėl rezultatai parodys, kaip pasikeitė gyvenimo sąlygos Lietuvoje ir Europoje per pastaruosius aštuonerius metus“ („Europos gyvenimo kokybės tyrimo“ 2011 m. bangos klausimynas (lietuviškai), angl. *European Quality of Life Survey*, toliau EQLS 2011). Kartu pateikiamas ir prašymas dalyvauti apklausoje bei skirti laiko atsakyti į klausimyno klausimus.

Klausimyno įvade visada nurodoma, kad jis pildomas anonimiškai (t. y. pavardės ir vardo nurodyti nereikia); dalyvavimas yra savanoriškas; duomenys bus saugomi konfidencialiai; svarbu nuoširdūs ir atviri atsakymai (pvz., EQLS 2011 klausimyne nurodoma, kad „Nėra teisingų ar klaidingų atsakymų, Jūs tik turite pasakyti, ką galvojatė“). Respondentui svarbu žinoti, kaip bus panaudojama jo suteikta informacija, todėl įvadinėje dalyje tai paaiškinama (pvz., „Iš atskirų respondentų surinkti duomenys bus naudojami tik apibendrinti“).

Paprastai iš karto pateikiama bendra klausimyno pildymo instrukcija (pvz., „Atsakant į klausimus, prašome Jums tinkamą atsakymo variantą pažymėti apibraukiant jo numerį, kur reikia – atsakymą įrašyti“). Patartina atkreipti respondento dėmesį, kad prie atskirų klausimų gali būti papildomos instrukcijos, kurias reikėtų įdėmiai sekti (tai ypač svarbu, kai klausimynas pildomas savarankiškai).

Įvade / lydraštyje gali būti iš anksto padėkojama už sutikimą dalyvauti apklausoje, pabaigoje padėka pakartojama.

Galimi papildomi informacijos apie tyrimą pristatymo respondentui savitumai priklausomai nuo pasirinkto apklausos būdo:

*Tiesioginiame interviu.* Kaip ir visą klausimyną, iš anksto parengtą informaciją apie tyrimą respondentui pristato interviuotojas. Todėl įvadinė dalis gali turėti papildomų instrukcijų interviuotojui, pavyzdžiui,



„Negalima atlikti apklausos anksčiau nei 8.00 val.; negalima pradėti naujos apklausos po 22.00 val.“ (EQLS, 2011). Taip pat interviuotojas gali turėti pagalbinę priemonę, kurioje būtų parengta informacija, kaip atsakyti į dažniausiai pasitaikančius papildomus respondentų klausimus apie tyrimą ar apklausos procedūrą. Be to, interviuotojas gali turėti ir oficialų lydraštį, patvirtinantį, kokiai institucijai jis atstovauja, kokios jo funkcijos tyrime ir pan. (tam atvejui, jei respondentas norėtų susipažinti su tokia informacija prieš sutikdamas dalyvauti tyrime).

*Interviu telefonu.* Tyrimo pristatymas telefonu turi būti trumpas ir konkretus. Prieš perskaitydamas tyrimo pristatymą, interviuotojas turėtų pasitikslinti, ar tikrai tuo numeriu prisiskambinta; jei yra instrukcija, kad reikia respondento, pasižyminčio specifinėmis savybėmis, pavyzdžiui, vyriausio šeimos nario, prašoma kalbėtis būtent su juo. Visas tyrimo pristatymas pateikiamas tiksliniam respondentui.

*Apklausa paštu.* Be pagrindinių įvadinės dalies elementų, lydraštyje, kuris siunčiamas su klausimynu paštu, turėtų būti tokia papildoma informacija (de Vaus, 2002):

- data, kada klausimynas išsiųstas;
- jei įmanoma – tikslus respondento vardas, pavardė ir adresas;
- paaiškinimas, kaip respondentas pateko į imtį;
- konfidencialumo užtikrinimas ir kodinio numerio suteikimo paaiškinimas;
- prašymas / paaiškinimas apie užpildyto klausimyno grąžinimą tyrėjui;
- kontaktinė informacija (jei įmanoma – nemokamas telefono numeris), kuri leistų susisiekti su tyrėju esant galimiems su tyrimu / klausimyno pildymu susijusiems klausimams;
- informacija apie tyrėją.

De Vausas (2002) pataria lydraštį užbaigti ranka rašytu parašu, naudojant mėlyną rašalą, tokiu būdu suteikiant lydraščiui asmeniškumo.

*Kiti savarankiško klausimyno pildymo būdai.* Jei klausimyną respondentas pildo savarankiškai, kaip ir apklausos paštu atveju tikslinga įvadinėje klausimyno dalyje / lydraštyje pateikti kontaktinius duomenis, su kuo būtų galima susisiekti kilus klausimų; plačiau paaiškinami anonimiškumo ir konfidencialumo užtikrinimo būdai; paaiškinami klausimyno grąžinimo tyrėjui būdai ir terminai.

**Klausimyno ilgis.** Koks turėtų būti klausimyno ilgis? Kiek jame galėtų ar turėtų būti klausimų? Vienareikšmio atsakymo nėra ir negali būti. Tiek dešimties, tiek šimto klausimų klausimynas gali būti efektyviai panaudotas ir reikiama tyrimui informacija surinkta. Remdamosi mūsų patirtimi, galėtume sakyti, kad vidutinės apimties tyrimo klausimyne galėtų būti apie trisdešimt–penkiasdešimt klausimų. Tačiau ši rekomendacija yra labai santykinė, nes klausimyno ilgis atspindi konkretaus tyrimo tikslą ir su jo įgyvendinimu susijusius sprendimus.

Klausimyno ilgį lemia keletas veiksnių:

1. Tyrimo tikslas.
2. Tyrimo tema (pvz., labai plati ar siaura, jautri ar neutrali, paprasta ar sudėtinga ir pan.).
3. Tyrimo temos aktualumas respondentams. Jei tyrimo imtis yra specifinė ir tyrimo tema šiai imčiai yra labai aktuali, respondentai bus linkę dėmesingai pildyti ir ilgesnį klausimyną.
4. Analizės poreikiai.
5. Respondentų savybės (pvz., sunkiai tikėtina, kad jaunesnio mokyklinio amžiaus vaikas gebėtų susikaupti 50-iai klausimų).
6. Turimi ištekliai (pvz., ar turime / galime pasamdyti pakankamą skaičių pakankamos kvalifikacijos interviuotojų, kurie galėtų sėkmingai dirbti su ilgu klausimynu).
7. Pasirinktas apklausos būdas. Pavyzdžiui, apklausose telefonu paprastai rekomenduojama naudoti trumpesnius klausimynus, o tiesioginio interviu klausimynai gali būti labai ilgi.

Prieš apsisprendžiant dėl klausimyno ilgio, galima apskaičiuoti, kiek vidutiniškai laiko užtrunka šį klausimyną užpildyti, ir įvertinti, ar tokios trukmės apklausa tinkama pasirinktai imčiai / apklausos būdai. Rekomenduojama, kad interviu telefonu turėtų trukti apie 20–30 min. (de Vaus, 2002; de Leeuw, 2008). Dillmano (cit. de Vaus, 2002) tyrimas atskleidė, kad apklausose paštu optimalus klausimyno ilgis gali būti 12 puslapių arba 125 klausimai. Kai klausimynas pildomas savarankiškai, respondentas gali jį pildyti ne visą iš karto, o po truputį, taigi, gali užpildyti ir didesnę klausimyną. Vis dėlto reikia įvertinti ir tai, kad pildant savarankiškai lengviau nebaigti (mesti) pildyti klausimyną, jei jis pasirodys esąs per ilgas, per sudėtingas respondentui. Apklausos inter-

netu klausimynai taip pat neturėtų būti ilgi (užpildomi per 10–15 min.); tačiau jei apklausiamos specifinės respondentų grupės arba apklausos tema labai svarbi, ilgo klausimyno panaudojimas gali būti sėkmingas (de Leeuw, 2008).

Pildant grupės aplinkoje, reikia įvertinti, kiek laiko bus galima ramiai pildyti klausimyną, ir į tai atsižvelgti jį konstruojant. Pavyzdžiui, reikia įvertinti, ar pamokos trukmės (45 min.) visiškai pakaks apklausos vykdytoji prisistatyti, pristatyti tyrimą, išdalinti klausimynus, respondentams juos užpildyti, gražinti ir be skubos atsisveikinti. Prasidėjus pertraukai, šis procesas tikrai bus sutrikdytas. Be to, reikia atsižvelgti, kaip pati aplinka gali paveikti respondentų susikaupimą pildant klausimyną. Vėlgi, jei klausimyną pildo mokiniai klasėje, jie tarytum atlieka įprastą veiklą ir gali susikaupti 20–30 min. atsakymams. Tačiau jeigu pildo konferencijos dalyviai, kurie turi kitų veiklų ir interesų, tai ir 15 min. trunkantis klausimyno pildymas gali būti per ilgas, kad respondentai jį visą užpildytų susikaupę.

Ilgiausi klausimų skaičiumi ir apklausos pokalbio trukme gali būti tiesioginiai interviu (de Leeuw, 2008). Visuomenės nuomonės apklausose, moksliniuose tyrimuose, tarptautiniuose palyginamuosiuose tyrimuose klausimyno ilgis gali būti gerokai per 100 klausimų. Tokio klausimyno pildymas gali trukti iki kelių valandų. Pavyzdžiui, tyrimo projekto „Šeimos modelių trajektorijos ir socialiniai tinklai: tarpgeneracinė perspektyva“ (Kanopienė et al., 2013) klausimyną sudarė apie 200 klausimų; tiesioginio interviu būdu užpildyti klausimyną vidutiniškai truko apie 2 val. Be abejo, tai gana sunkus darbas tiek interviuotojui, tiek respondentui.

Apibendrinant galima teigti, kad klausimų turi būti tiek, kiek pakaktų tiriamam reiškiniui atskleisti, tačiau taip pat klausimynas atitiktų tyrimui skirtą laiką ir išteklius bei būtų suderinamas su respondentų savybėmis ir pasirinkto apklausos būdo galimybėmis. Jei manoma, kad klausimynas gali būti per ilgas, reikia įvertinti, kurie klausimai yra esminiai tyrimo tikslui pasiekti, o kurie galbūt yra nebūtini. Kaip pabrėžia Trobia (2008b), į klausimyną turėtų būti įtraukti tik tie klausimai, kurie yra absoliučiai būtini.

**Klausimų eilės tvarka klausimyne.** Klausimų seka klausimyne nėra atsitiktinė, ji yra formuojama pagal tyrimo tikslus ir klausimų uždavimo logiką. Gali būti taikomi keli klausimų sekos variantai:

1. Nuo labai konkretaus prie platesnio, išsamesnio. Pirmasis klausimas yra labai konkretus, į jį lengva atsakyti, antrasis kiek sudėtingesnis ir taip toliau. Tokiu būdu tikimasi suaktyvinti respondentą, padėti jam įsitraukti į apklausos procesą.
2. Nuo plataus, bendro klausimo prie vis konkretesnio. Ši seka taikoma, kai siekiama gauti detalią informaciją apie tiriamą problemą ir kai respondentas yra suinteresuotas teikti informaciją.

Svarbūs klausimyno pradžioje esantys klausimai, kurie turėtų būti gana lengvi, aiškūs, tokie, kurie pritrauktų respondento dėmesį, sutelktų į klausimyno temą, paskatintų jo norą pildyti klausimyną. Klausimyno pradžia turėtų leisti respondentui lengvai įsijausti į klausimyno pildymo veiklą. Klausimyno viduryje paprastai sutelkiami sunkesni, esminiai temos klausimai, o pabaigoje – vėl lengvesni, greičiau atsakomi klausimai. Įprasta praktika – klausimyno pabaigoje dėti respondento „pasą“, t. y. klausimus apie socialines-demografines respondento charakteristikas. Tačiau tai nėra privalomas variantas – kartais dalis respondento „paso“ klausimų gali atsidurti ir klausimyno pradžioje. Pavyzdžiui, jei planuojama, kad klausimyną pildys mokiniai, galima pradėti jį nuo klausimų apie amžių, kelintoje klasėje mokosi ir pan., leidžiant tokiems klausimams atlikti „apšilimo“ funkciją.

Klausimynas ar teminis blokas paprastai pradedamas nuo uždarų klausimų ir pereinama prie atvirų, kadangi į atvirus klausimus atsakyti reikia daugiau laiko. Uždavus juos pradžioje respondentas prarastų norą bendradarbiauti.

Tyrėjai pastebi, kad kai klausimai yra tarpusavyje susiję, jų eiliškumas gali turėti įtakos atsakymams. Atsakymus į klausimus gali paveikti pačių klausimų tarpusavio sąsajos. Kitaip tariant, atsakymas į vieną klausimą gali paveikti atsakymą į po jo esantį klausimą. Toks poveikis įvardijamas kaip *klausimų eilės tvarkos efektas* (angl. *sequence effects*). Pavyzdžiui (Ornstein, 2013, p. 24), pateikiami du teiginiai ir prašoma jiems pritarti arba nepritarti:

1. „*Moteris turi teisę nutraukti nėštumą, jei ji yra ištekėjusi ir nebeporinori turėti daugiau vaikų.*“
2. „*Moteris turi teisę nutraukti nėštumą, jei gydytojai nustatė, kad jos dar negimęs kūdikis turi raidos defektą.*“

Pirmasis klausimas apibrėžia labiau apibendrintas aplinkybes, antrosios – specifines aplinkybes, kurioms esant būtų galima pritarti abortui. Schumanas ir Presseris, panaudoję šiuos klausimus savo tyrime (cit. Ornstein, 2013, p. 24), nustatė, kad jei klausimai pateikiami čia pateikta eilės tvarka, atsakymams įtakos tai neturi. Tačiau klausimus sukeitus vietomis, 12 proc. mažiau respondentų pateikė teigiamą atsakymą į labiau apibendrintas aplinkybes apibrėžiantį klausimą. Taip nutiko todėl, kad, pirmiausiai pateikus klausimą apie nėštumo nutraukimą dėl raidos defekto, respondentas daro prielaidą, kad antruoju klausimu norima sužinoti jo nuomonę apie tuos nėštumo nutraukimo atvejus, kai vaisius yra sveikas, t. y. jis eliminuoja šią specifinę raidos defekto aplinkybę, kadangi ją jau apsvaistė. Panašūs pavyzdžiai galėtų būti susiję su pasitenkinimu darbu. Pirmiausiai paklausus apie pasitenkinimą darbu, o vėliau – apie pasitenkinimą gyvenimu apskritai, respondentas manys, kad atsakydamas į antrąjį klausimą jis turi nebevertinti pasitenkinimo darbu, jį eliminuoti. Tačiau galimas ir kitas variantas: jeigu iš pradžių pateikiama klausimų grupė, apimanti įvairias gyvenimo sritis (pvz., darbą, finansinę padėtį, sveikatą, šeiminius ryšius) ir tik *po to* užduodamas klausimas apie pasitenkinimą gyvenimu iš esmės, respondentas bus nelinkęs eliminuoti išvardintų gyvenimo sferų, bet atvirkščiai – įtrauks jas visas į savo apibendrintą vertinimą (Ornstein, 2013).

Konstruodamas klausimyną, tyrėjas turėtų kruopščiai įvertinti galimą atsakymų eilės tvarkos efekto susidarymą. Taip pat reikėtų įvertinti klausimų eilės tvarkos kontrolės galimybes sąsajose su pasirinktu apklausos būdu. Jei apklausa vyksta interviu būdu, klausimų uždavimo ir atsakymų eilės tvarka yra kontroliuojama interviuotojo. Jei galima panaudoti el. klausimyną, galima užprogramuoti reikalingus eilės tvarkos parametrus. Jei respondentas klausimyną pildo savarankiškai, sunku žinoti, kokia eilės tvarka jis pildys klausimyną, kadangi jis mato visą klausimyną ir pildo jį taip, kaip jam patogiu, pavyzdžiui, gali praleisti tam tikrus klausimus, vėliau prie jų grįžti ir pan. Todėl tyrėjas turėtų pagalvoti,

koku būdu išdėstyti klausimus, kad būtų kuo mažesnė klausimų eilės tvarkos efekto tikimybė.

**Klausimyno pildymo instrukcijos.** Klausimyno pildymo instrukcijos – tai tam tikras techninis paaiškinimas, kaip, kokiomis sąlygomis turi būti pildomas klausimynas. Tai paaiškinimai / nustatymai / patikslinimai, kaip reikia atsakyti į klausimyno klausimą (-us). Galima skirti keletą skirtingos paskirties instrukcijų:

- Gali būti pateikiamos *bendrosios instrukcijos*, kurios nurodo, kaip pildyti klausimą apskritai. Paprastai šios instrukcijos pateikiamos klausimyno įvadinėje dalyje (pvz., „Jums tinkančius atsakymų variantus apibraukite, kur reikia, atsakymą įrašykite“).
- Gali būti *specialiosios instrukcijos*, taikomos tik tam tikram klausimui ar klausimų grupei. Pavyzdžiui, „Pažymėkite vieną Jums labiausiai tinkantį atsakymo variantą“.
- Gali būti bendrosios instrukcijos, apibūdinančios, *ko tikimasi iš respondento* (jo atsakymų kokybės). Pavyzdžiui, „Labai svarbu, kad atsakytumėte nuoširdžiai, įsiskaitytumėte į klausimus, apgalvotumėte atsakymus, kur reikia, skirtumėte laiko informacijai prisiminti“.
- Gali būti specialiosios instrukcijos prie atskirų klausimų, tiksliau apibrėžiančios *respondento užduotį*. Pavyzdžiui, „Prašome pateikti atsakymą remiantis Jūsų asmenine patirtimi“ arba „Neatsakinėkite taip, kaip „sakytų visi“, bet prisiminkite savo asmeninę patirtį“.
- *Filtravimo / perėjimų tarp klausimų instrukcijos*, nurodančios respondentui, kurie klausimai yra jam skirti, o kuriuos jis turėtų praleisti, priklausomai nuo atsakymų į prieš tai buvusių klausimus. Pavyzdžiui, 25 klausime pasirinkus atsakymo variantą „Taip“, šalia nurodoma „Pereiti prie 31 klausimo“, o prie 31 klausimo gali būti nurodoma, kad „Į šį klausimą atsako tik tie, kurie 25 klausime atsakė „Taip“ (arba nurodoma „Taip“ prasmė, pvz., „tie, kurie rūko“)“.
- Jei apklausą vykdo interviuotojas, klausimyne paprastai gausu *instrukcijų*, skirtų *interviewotojui*. Pavyzdžiui, „Atvejus respondentui perskaityti garsiai po vieną ir prie kiekvieno iš jų pažymėti atitinkamą variantą“; „Paduoti respondentui 51 kortelę (respon-

dentas turi ją matyti skaitydamas klausimą“; „Šį klausimą užduoti tiems respondentams, kurie nurodė turintys arba turėję darbą (nurodytas 01 variantas atsakant į F17a klausimą arba 1 variantas atsakant į F18 klausimą“ („Europos socialinio tyrimo“ 2010/11 m. bangos klausimynas (lietuviškai), angl. *European Social Survey*, toliau ESS 2010/11).

- Tiek interviuotojui, tiek respondentui gali būti skirtos instrukcijos, nurodančios *atsakymo* (ypač atviruose klausimuose) *formą*. Pavyzdžiui, „Įrašykite valandų skaičių“, „Suapvalinkite iki sveiko skaičiaus“.

Nereikėtų daryti prielaidos, kad visi respondentai moka pildyti klausimynus. Be abejo, žmonės pripratę pildyti įvairias formas (oro uosto deklaracija, dalyvio anketa ir pan.), tačiau tai ne tas pats, kaip pildyti specialiai parengtą klausimyną su įvairiomis klausimų formomis, skalėmis ir pan. Todėl prie kiekvieno klausimo reikėtų pagalvoti, ar nereikalinga instrukcija. Tikrai nereikia gailėti laiko / vietos klausimyne tokioms instrukcijoms, nes jos užtikrina tinkamą atsakinėjimą. Sudarydamas apklausos klausimyną, tyrėjas turi nuspręsti, kokios informacijos jis siekia kiekvienu klausimu. Pavyzdžiui, ar jam svarbu, kad respondentas nurodytų visus atsakymo variantus, kurie jam tinka, ar atvirkščiai – svarbu išsiaiškinti, kuris vienas atsakymo variantas jam svarbiausias, tinkamiausias, dažniausiai pasitaikantis ir pan. Jeigu nėra aiškios instrukcijos, kiekvienas respondentas savaip interpretuos, ko iš jo norima ir kaip reikia atsakinėti, taigi, ir atsakymų pateikimas / žymėjimas skirsis. O tai reiškia, kad mažės atsakymų palyginamumas.

Norėtume atkreipti dėmesį į tai, kad reikėtų pateikti visą, išsamią instrukciją, o ne jos santrumpą ar sakinio fragmentą. Ne visa instrukcija sudaro sąlygas laisviau interpretuoti klausimyno pildymo tvarką (kas nėra pageidautina apklausose). Pavyzdžiui, esame pastebėję, kad klausimuose, kuriuose pateikiamas teiginių sąrašas ir prašoma išreikšti savo vertinimus tų teiginių atžvilgiu, teisingiausiai klausimas užpildomas tada, kai yra visa instrukcija. Jeigu instrukcijos nėra arba ji ne visa (žr. 3.1 lentelę), respondentai pažymi savo vertinimus ne prie kiekvieno teiginio, o tik prie tų, kurie galbūt jiems atrodo aktualiausi, arba atvirkščiai – kuriuos jie vertina blogiausiai ir pan. (deja, tyrėjas vėliau neturi galimybės

išsiaiškinti, kokia logika vadovavosi respondentas, taip pat nebeturi galimybės gauti likusių teiginių vertinimus iš respondento).

### 3.1 lentelė. Klausimyno instrukcijos variantai

<b>Tinkamai suformuluota instrukcija</b>	Toliau pateikti teiginiai apie X. Prie kiekvieno iš jų pažymėkite savo sutikimą / nesutikimą su teiginiu 5 balų skalėje, kurioje 1 reiškia „visiškai sutinku“, o 5 reiškia „visiškai nesutinku“. Teiginius skaitykite po vieną ir prie kiekvieno pažymėkite tinkamą atsakymą
<b>Netinkamai suformuluota instrukcija</b>	Instrukcijos nėra Instrukcija ne visa: „Ar sutinkate, ar nesutinkate su toliau esančiais teiginiais?“

**Respondento „pasas“.** Klausimyne galima skirti pagrindinius (tyrimo temą atspindinčius) klausimus ir respondento „pasą“ sudarančius klausimus (socialinės, demografinės respondento savybės, pvz., lytis, amžius, socialinis statusas ir pan.). Nors gali susidaryti įspūdis, kad yra tam tikras standartinis respondento „paso“ turinys, vis dėlto siekiant optimalaus klausimyno klausimų skaičiaus, reikėtų apsvarstyti, kokios respondento charakteristikos svarbios konkrečiam tyrimui ir turi būti įtrauktos į respondento „paso“ bloką. Šis blokas gali būti labai didelis arba labai trumpas, priklausomai nuo tyrimo poreikių.

**Klausimų numeracija ir atsakymų žymėjimo laukeliai.** Klausimų numeracija ir atsakymų į klausimus žymėjimo laukeliai atlieka svarbią funkciją klausimyne, kadangi tai yra pagrindinės duomenų fiksavimo ir vėliau – apdorojimo – priemonės. Be abejo, jei apklausa vykdoma kompiuterizuotai ir apdorojimas automatinis, tuomet atsakymų žymėjimo sistema priklauso nuo taikomos kompiuterinės sistemos. Tačiau kai yra naudojamas įprastas popierinis klausimynas arba neautomatizuotas el. klausimynas, tyrėjo sukurta klausimų uždavimo ir atsakymų žymėjimo sistema gali atsakymų žymėjimo / fiksavimo bei duomenų apdorojimo procesus palengvinti arba, atvirkščiai, apsunkinti. Pateiksime keletą pagrindinių rekomendacijų.



*Klausimai klausimyne turi būti numeruojami.* Numeracija turi būti pateikiama didėjimo tvarka. Kartais klausimynuose klausimai būna nesunumeruoti, tačiau tai nėra geras sprendimas. Numeracija reikalinga ne šiaip – ji tiesiogiai siejasi su duomenų apdorojimo procesu (žr. 4 skyrių) – klausimo / teiginio numeris lengvai tampa kintamojo pavadinimu, tokiu būdu išvengiant papildomų paieškų / netikslumų, kokie gali atsirasti, jei klausimai klausimyne nėra sunumeruoti. Yra keletas variantų, kaip paprastai numeruojami klausimai. Jei klausimynas vientisas (be teminių blokų), numeruojama įprastais skaičiais (1, 2, 3, ...) arba skaičiais su klausimo simboliu K1, K2, K3 (t. y. Klausimas 1, Klausimas 2 ir t. t.). Jei klausimyną sudaro teminiai blokai, galima priskirti simbolinę žymėjimą kiekvienam blokui. Pavyzdžiui, ESS 2010/11 m. klausimyne blokai nurodomi abėcėlės tvarka A, B, C, D ir t. t. Kiekviename bloke klausimai numeruojami nuo vieneto. Taigi, klausimų numeracija atrodo taip: A1, A2, ..., B1, B2, ..., B20 ir t. t. Jei klausimą sudaro eilė teiginių, paranku sunumeruoti kiekvieną iš teiginių, pavyzdžiui, K1.1; K1.2 ir t. t.

Kalbant apie *atsakymų į klausimus žymėjimo sistemas*, labai apibendrintai galima skirti 4 variantus, kurie dažniausiai aptinkami klausimynuose (žr. 3.2 lentelę).

**3.2 lentelė.** Atsakymų žymėjimo klausimynuose variantai

1 variantas			2 variantas	
1	<input type="checkbox"/>	Taip	1	Taip <input type="checkbox"/>
2	<input type="checkbox"/>	Ne	2	Ne <input type="checkbox"/>
3	<input type="checkbox"/>	Nežinau	3	Nežinau <input type="checkbox"/>
3 variantas			4 variantas	
	ARBA	ARBA		
Taip	<input type="checkbox"/> Taip	a) Taip	1	Taip
Ne	<input type="checkbox"/> Ne	b) Ne	2	Ne
Nežinau	<input type="checkbox"/> Nežinau	c) Nežinau	3	Nežinau

Kaip ir klausimų numeracijos atveju, patartina atsakymo variantų žymėjimą apipavidalinti, iš anksto galvojant apie duomenų apdorojimą.

Žymėjimo sistema turi būti ne tik aiški ir patraukli respondentams, tačiau ir paranki duomenų apdorojimui kompiuterine programa. Todėl rekomenduotume *visada* atsakymo variantus *numeruoti*. Apdorojant duomenis, visi atsakymai įvedami (koduojami) skaičiais. Jeigu, pavyzdžiui, klausimas turi 10 galimų atsakymo variantų, tačiau klausimyne jie nėra sunumeruoti, o pažymėti tik varnele žymėjimo laukelyje, įvedant kiekvieno respondento atsakymą į duomenų bazę, šį darbą dirbantis žmogus turės skaičiuoti, kelintą atsakymo variantą pasirinko respondentas. Tai gi, 3.2 lentelėje pavaizduotas 3 žymėjimo variantas nėra labai tinkamas. Variantai 1 ir 2 geresni – yra ir žymėjimo laukeliai, kurie gražiai atrodo vizualiai, ir numeracija, kuri palengvins duomenų apdorojimą. Tačiau toks žymėjimas yra tarytum dvigubas (respondentas gali žymėti arba skaičių, arba laukelį; kiekvienas respondentas gali tai padaryti savaip); o 2 variante, kai žymėjimo laukelis yra atsakymo varianto teksto pabaigoje, galimos netyčinės žymėjimo klaidos, ypač jei atsakymo varianto tekstas bus kelių eilučių – tuomet respondentas gali netyčia pažymėti ne tą atsakymo variantą, pavyzdžiui, ant laukelio, esančio perskaityto teksto apačioje, t. y. jau prie kito atsakymo varianto. Remdamosi patirtimi manytume, kad paprasčiausias ir patogiausias yra 4 atsakymų žymėjimo variantas, nors vizualiai jis nėra išskirtinis.

**Padėka.** Padėka – būtinas klausimyno elementas. Užpildęs klausimyną, respondentas turi pajauti bent minimalų pasitenkinimą atliktu darbu – tam ir skirta padėka. Paprastai padėka įrašoma klausimyno pabaigoje, nors, kaip minėta, gali būti ir išankstinė padėka klausimyno įvadinėje dalyje. Kartais klausimyno pabaigoje įrašoma tokia padėka: „Dėkojame už sugaištą laiką“. Manytume, kad tai nėra labai tinkamas padėkos būdas, nes menkina tiek tyrėjo, tiek respondento indėlį: klausimynas, ko gero, nelabai vertingas, jeigu jo pildymas įvardijamas kaip sugaištas laikas. Kaip jau minėjome, padėka turėtų sustiprinti respondento pajautimą, kad jis atliko svarbų, vertinamą darbą, o ne sugaišo laiką.

**Su klausimyno pildymo procesu susijusi informacija.** Be pagrindinio klausimyno turinio, jame gali būti fiksuojama ir kita duomenų rinkimo proceso kontrolei ir kokybės užtikrinimui svarbi informacija.

Kadangi visi klausimynai pildomi anonimiškai, kiekvienam respondentui (jo užpildytam klausimynui) vėliau yra priskiriamas kodas. Pa-

čiame klausimyne galima palikti specialų laukelį, kuriame šis kodas bus įrašytas, pavyzdžiui, R321.

Apklausoje gali būti svarbu fiksuoti, kada tiksliai buvo pildomas klausimynas ir kiek laiko truko klausimyną užpildyti. Jei apklausa vyksta interviu būdu, paprastai klausimyno pradžioje specialiai tam skirtoje vietoje interviuotojo prašoma įrašyti interviu pradžios datą ir laiką, o klausimyno pabaigoje – pildymo pabaigos datą ir laiką. Vykdamas apklausą grupės aplinkoje, šią informaciją paprastai fiksuoja apklausos vykdytojas visiems grupės respondentams bendrai. Jei klausimynas pildomas visiškai savarankiškai, informaciją gali būti prašoma įrašyti pačių respondentų (pvz., apklausoje paštu).

Jei apklausą vykdo interviuotojas, kiekviename klausimyne žymimas jo asmeninis darbinis kodas. Papildomai interviuotojų (apklausos vykdytojų) gali būti prašoma užfiksuoti informaciją apie interviu eigą bei atsakyti į tam tikrus klausimus. Pavyzdžiui, kokia kalba vyko interviu, ar interviu metu dalyvavo kokie nors kiti asmenys ir kas jie tokie buvo, ar respondentas prašė patikslinti klausimus, ar respondentas buvo linkęs bendradarbiauti ir pan. Panašios informacijos galima prašyti ir iš respondentų, kurie klausimyną pildė savarankiškai, pavyzdžiui, ar jiems kilo sunkumų atsakant į kuriuos nors klausimus ir pan.

**Klausimyno vizualizacija.** Vizualinis klausimyno dizainas yra daugiau nei tik grafinė kalba; tai ir erdvinis teksto bei atsakymo variantų išdėstymas, fonas, spalvų panaudojimas, teksto dalių išskyrimas ir pan. Vizualinės priemonės yra ypatingai svarbios respondentams ir padeda jiems susigaudyti klausimyne bei susitelkti ties reikalinga informacija, kas sumažina klaidų tikimybę (de Leeuw ir Hox, 2008).

Pabrėžiama, kad geras vizualinis klausimynų, kurie bus pildomi savarankiškai, dizainas yra labai svarbus, nes klausimynas yra pagrindinė sąsaja tarp tyrėjo ir respondento (de Leeuw ir Hox, 2008). Tačiau kiekvienas klausimynas turi būti vizualiai tvarkingas, aiškus ir patogus, nepriklusomai nuo to, ar jį pildo pats respondentas, ar skaito interviuotojas.

Skirtingas raidžių dydis, šrifto formatai, spalvos, pabraukimai, linijos ir rėmeliai, atsakymų žymėjimo laukeliai, lentelės – visi šie teksto grafikos būdai formuoja klausimyno vaizdą ir sudaro pagrindą respondentui lengviau atlikti savo funkciją, t. y. tinkamai užpildyti klausimyną atsakant į jo klausimus.

Galima skirti pagrindines vizualines klausimyno konstravimo taisykles ir priemones:

- Klausimai paprastai išskiriami šrifto patamsinimu (angl. *bold*), raidžių dydis gali būti šiek tiek didesnis (pvz., ne standartinis 12 pt, o 13–14 pt ir daugiau) arba naudojamas patamsintas šriftas didžiosiomis raidėmis (angl. *caps*). Klausimai taip pat gali būti parodytinami fono patamsinimu ar rėmeliu.
- Atsakymo variantai paprastai pateikiami standartiniu šriftu (angl. *normal*; 12 pt). Jei klausimą sudaro teiginių rinkinys, paprastai pritaikoma kokio nors formato lentelė (matomomis arba nematomomis kraštinėmis).
- Laukeliai, kuriuose reikia pažymėti atsakymus, gali būti pateikti įvairiai. Kaip jau minėta, visada rekomenduojame bent neryškų numeravimą.
- Instrukcijos gali būti žymimos pasviruoju šriftu (angl. *italic*, 12 pt).
- Jei apklausą vykdo interviuotojas, jam skirtos instrukcijos klausimyne gali būti žymimos didžiosiomis raidėmis, specialiuose rėmuose ar kitaip iš bendro teksto išsiskiriančia forma.
- Jei klausimo formuluotėje / instrukcijoje yra nurodytas pasirinkimo apribojimas, pavyzdžiui, „Pažymėti vieną svarbiausią atsakymo variantą“, rekomenduojama naudoti teksto pabraukimą, siekiant atkreipti dėmesį į nurodytą ribą.
- Filtravimo žingsniai gali būti išskiriami šrifto pabraukimu (pvz., „Jei atsakėte „taip“, pereikite prie 15 klausimo“) arba rėmeliais / fono patamsinimu. Patartina pažymėti ne tik tą vietą, nuo kurios reikia pereiti prie kito klausimo, bet ir prie to klausimo, prie kurio respondentas nusiunčiamas, pavyzdžiui, prie 15 klausimo pažymėti „I šį klausimą atsako tik tie respondentai, kurie dalyvavo X renginyje“.
- Klausimynas gali būti vientisas arba sudarytas iš keleto didesnių teminių klausimų skyrių. Jei klausimynas sudarytas iš teminių skyrių, jie atskiriami tekstu rėmeliuose ar fono patamsinimu. Perėjimai tarp teminių skyrių paprastai pažymimi tiek tekstu, tiek grafiškai. Tinkama panaudoti pereinamuosius sakinius, pavyzdžiui, „Dabar norėtume užduoti keletą klausimų apie ...“.

Be abejo, praktikoje yra labai įvairių klausimynų vizualizacijos variantų. Tačiau manome, kad pateiktos rekomendacijos yra geri orientyrai, leidžiantys sukurti tvarkingą ir respondentui patogų klausimyną. Klausimyno vaizdas gali arba paskatinti, arba nuslopinti respondento nusiteikimą jį pildyti. Pavyzdžiui, taupant popierių, klausimynai kartais kopijuojami sumažinti. Galbūt kai kuriais atvejais tai pasiteisina, tačiau toks klausimyno formatas gali būti tikra kančia vyresnio amžiaus žmonėms; o ir šiaip siūlome skaitytojams patiems pabandyti pildyti tokį klausimyną – tai nėra labai patrauklu ir patogiu.

### 3.2. Elektroninių klausimynų savybės ir pritaikymo galimybės

Jau ne kartą buvo minimi el. klausimynai bei el. klausimynų sistemos (CAPI, CASI, CATI, DBM, CSAQ – angl. *Computer Assisted Self-Administered Questionnaires*). Todėl reikėtų aptarti, kaip keičiasi klausimyno struktūra ir galimybės bei pats duomenų rinkimo procesas pritaikant kompiuterines technologijas.

Pritaikius kompiuterines technologijas, klausimynas gali įgyti papildomų savybių ir privalumų, kurie prisideda prie duomenų rinkimo proceso efektyvumo bei duomenų kokybės. Apibendrintai galima nurodyti šias pagrindines el. klausimynų savybes (de Vaus, 2002; Ornstein, 2013): automatinio kodavimo sistemos (ang. *self coding*) (duomenys gali būti tiesiogiai perduodami į bendrą duomenų bazę); automatinio filtravimo sistemos; klausimų pildymo eilės tvarkos kontrolė; neatsakymo į klausimą (-us) mažinimo būdai; įvairios pagalbos interviuotojui priemonės (pvz., kaupiami dažniausiai pasitaikantys respondentų klausimai ar pateikiami pasiūlymai, kaip atsakyti į keistesnius paklausimus); interviu metu kompiuteris gali būti naudojamas atsakant į jautrius klausimus (kai respondentas pats įrašo atsakymą). El. klausimyne gali būti ir vaizdinės bei garsinės priemonės, interaktyvios priemonės, speciali kompiuterinė grafika. Jei klausimynas pildomas savarankiškai, tinkamai pritaikytos šios priemonės gali bent iš dalies atstoti interviuotojo indėlį, t. y. sudėlioti akcentus, atkreipti dėmesį, nukreipti į reikiamus klausimus ir pan.

Vienas iš reikšmingų el. klausimyno privalumų – galimybė sukurti sudėtingas *filtravimo* sistemas. Įprastuose klausimynuose filtravimas

atliekamas pagal instrukciją, esančią prie atitinkamo klausimo. Šias instrukcijas turi sekti ir pritaikyti interviuotojas arba pats respondentas (jei klausimynas pildomas savarankiškai). Automatinis filtravimas el. klausimyne leidžia šio darbo išvengti, sumažina galimas klaidas ar netikslumus. Tai ypač svarbu, kai klausimyną pildo pats respondentas – jam nebereikia galvoti / įdėti pastangų norint teisingai laikytis instrukcijos, tokios kaip „Jei atsakėte „taip“, pereikite prie 15 klausimo“. El. klausimyne užprogramuojama atsakymų perėjimo sistema, ir pačiam respondentui (ar interviuotojui) nebereikia sekti instrukcijų.

Taip pat galimos įvairios sąsajų tarp atsakymo į klausimą / vėlesnių klausimų sistemos (angl. *piping*) (de Vaus, 2002, p. 125), kurios automatiškai sugeneruoja vėlesnius klausimus pagal atsakymus į ankstesnius klausimus. Pavyzdžiui, jei respondento prašoma iš sąrašo pasirinkti tris jam labiausiai patinkančius patiekalus, kitame klausime pateikiami tik jo pažymėti patiekalai (o ne vėl visas sąrašas, kaip būtų įprastame klausimyne), kur prašoma pateikti detalesnę informaciją, susijusią su šiais patiekalais (pvz., kaip dažnai kiekvieną jų valgo ir pan.). Tokios sistemos parankios longitudiniuose tyrimuose: respondento atsakymai pateikti pirmoje tyrimo stadijoje gali būti primenami vėlesnės stadijos klausimyne prie susijusio klausimo (de Vaus, 2002). Pavyzdžiui, pirmoje tyrimo stadijoje priešpensinio amžiaus respondentų buvo klausama, kiek, jų manymu, jie galės džiaugtis tuo, kad išeis į pensiją. Po metų vykstančioje antrojoje tyrimo stadijoje kiekvienam respondentui bus sugeneruotas klausimas pagal ankstesnį jo atsakymą, pavyzdžiui, „Prieš išeidami į pensiją, Jūs manėte, kad <sugeneruojamas atsakymas iš ankstesnio etapo> galėsite džiaugtis išėjimu į pensiją. Dabar, po metų laiko, ar galite pasakyti, kiek pasiteisino / nepasiteisino šie lūkesčiai?“ (de Vaus, 2002, p. 126).

El. klausimyne galima užprogramuoti įvairias *atsakymų kontrolės priemones*. Pavyzdžiui, riboti galimų pasirinkti atsakymo variantų skaičių. Tai yra, jeigu norima, kad iš sąrašo respondentas pasirinktų tik vieną svarbiausią atsakymo variantą, daugiau atsakymo variantų sistema pažymėti neleis. Galima kontroliuoti neatsakymo į klausimus / klausimų praleidimo atvejus: pavyzdžiui, iš karto išpėti respondentą, jei jis bando pereiti prie kito klausimo neatsakęs į prieš tai einantį, arba baigus pildyti klausimyną priminti, kad liko / kurie klausimai liko neatsakyti. Taip pat

galima užprogramuoti atsakymų klaidų / nesutapimų kontrolę. Pavyzdžiui, jei prašoma atsakymo variantus suranguoti įvertinant balais nuo 1 iki 10, kur vertinimo balas negali pasikartoti du kartus, bandant įvesti, pavyzdžiui, 5, antrą kartą, to padaryti nebus leidžiama. Galima ir dar sudėtingesnė kontrolė (de Vaus, 2002, p. 126): pavyzdžiui, jeigu viename klausime respondentas nurodė, kad jam yra 18 metų, o vėliau žymi, kad jis turi 4 vaikus, jam bus pasiūlyta pasitikrinti savo atsakymus, kadangi toks derinys nelabai realistiškas.

El. klausimyne galima įvairiai užprogramuoti klausimų eilės tvarkos sistemą: klausimus pateikti griežtai tam tikra seka arba taikyti atsitiktinai parinktą eilės tvarką kiekvienam respondentui (kur to reikia atsakymų eilės tvarkos efektui sukontroliuoti) (de Vaus, 2002).

Kaip jau buvo minėta, el. klausimynai leidžia sumažinti apklausos duomenų rinkimo ir tvarkymo procesą bent vienu žingsniu, t. y. *išvengti rankinio duomenų apdorojimo* (suvedimo į duomenų bazę). Įprastai respondentų atsakymai žymimi atsakymų lape ir vėliau suvedami į specialią kompiuterinę duomenų apdorojimo ir analizės programą (pvz., SPSS). Tai užima daug laiko, reikalauja papildomo darbo, taigi, didėja sąnaudos, taip pat yra įvairių klaidų įvedant duomenis tikimybė. Pavyzdžiui, jeigu klausimyną sudaro 100 klausimų, apklausos imtis yra per 1000 respondentų – susidaro tikrai didžiulis apdorojamų duomenų kiekis. Informacinių technologijų (pvz., nešiojamų kompiuterių) pritaikymas apklausoms leidžia pagreitinti ir patobulinti šį procesą. Pildant klausimynus el. būdu, atsakymai gali būti automatiškai koduojami ir perkeliama į bendrą duomenų bazę.

El. klausimynai leidžia panaudoti papildomas klausimyno *formatavimo ir dizaino* priemones (kalbama ne tik apie spalvas, kompiuterinę grafiką ir pan., tačiau ir apie įvairias paslinkimo funkcijas, iššokančius, išsiskleidžiančius laukelius ir pan.), taip pat įgalina panaudoti papildomas *klausimų uždavimo formas*, pavyzdžiui, naudojant vaizdo ar garso medžiagą.

Dar vienas svarbus aspektas – el. klausimynas mažina klausimyno formato skirtumus, atsirandančius dėl skirtingų apklausos būdų. Pavyzdžiui, įprastai laikoma, kad tiesioginio interviu privalumas yra tai, kad į klausimyną galima įtraukti sudėtingus klausimus filtrus ir pan., kadangi atsakymo į klausimus procesą kontroliuoja interviuotojas. Tuo tarpu pil-

dant savarankiškai, reikėtų vengti sudėtingo filtravimo. Esant galimybei naudoti el. klausimyną, šis skirtumas išnyksta, nes visą darbą atlieka iš anksto užprogramuota sistema.

Naudojant el. klausimyną, gali būti sutaupoma lėšų: nebereikia spausdinti didelio skaičiaus klausimynų, nebereikia suvedinėti duomenų, nebereikalingi papildomi interviuotojų mokymai ir pan.

El. klausimynų pritaikymas turi ir apribojimų. Visų pirma, reikia specialių žinių ir gebėjimų, norint sukurti tokį klausimyną. Be abejo, el. klausimyno formos gali varijuoti nuo visiškai elementarios, kai panaudojamos tik minimalios priemonės, iki visiškai automatizuoto el. klausimyno. Jei kalbama apie tokį el. klausimyną, kuriame taikoma bent dalis anksčiau minėtų priemonių, klausimyną kuriantis tyrėjas turi arba pats gerai išmanyti šį darbą, arba pasitelkti tai išmanantį specialistą. Be to, gali būti reikalingos specialios programos ir kitos techninės sąlygos, kurios tikrai ne visada prieinamos bet kuriam tyrėjui. Pavyzdžiui, visiškai automatizuotą el. klausimyną, leidžiantį tiesiogiai apdoroti duomenis, kurie iš karto siunčiami į bendrą duomenų bazę, ko gero, sau leisti gali tik didesnės tyrimų kompanijos.

Vienas iš trūkumų, ribojančių el. klausimyno pritaikymą, – imties ribotumas. Respondentai turi turėti kompiuterius, gebėti jais dirbti, jei tai apklausa el. paštu ar internetu – turėti interneto prieigą. Nors el. klausimynų valdymas paprastai nėra sudėtingas, vis dėlto respondentams gali tekti atlikti papildomus veiksmus: išsisaugoti klausimyną, vėliau jį prikabinant išsiųsti atgal, paspausti tam tikrą nuorodą, kuri nukreipia į klausimyną, kartais – prisiregistruoti ir pan. Paštu siunčiami DBM formato el. klausimynai turi papildomas instrukcijas, nurodančias, kaip klausimyną įdėti, išsaugoti ir sugrąžinti, kokie virusinės saugos parametrai ir pan. (de Vaus, 2002). Taigi, reikalingi tokio lygio gebėjimai ir kompiuterinis raštingumas, kuriuos ne visi respondentai turi net ir šiais kompiuterizacijos laikais, ypač nemaži skirtumai gali būti tarp socialinių grupių.

Lozar Manfreda ir Vehovaras (2008) atkreipia dėmesį ir į tai, kad respondentai naudoja skirtingas interneto naršyklės, skirtingus ekrano parametrus, operacines sistemas ir kt., todėl klausimynas gali skirtingai atrodyti ir veikti konkreto respondento kompiuteryje, kas gali turėti įtakos atsakymams. Taigi, reikia patyrimo visa tai suvaldyti.



Be to, būtina pasidomėti ir pačių svetainių veikimo principais ir sąlygomis. Pavyzdžiui, neseniai vienas studentas pasinaudojo internetine apklausų svetaine rinkdamas duomenis savarankiško darbo užduočiai prieš tai nepasidomėjęs svetainės sąlygomis. Į studento klausimyną atsakė daugiau nei 50 respondentų, tačiau pasirodė, kad sistema nemokamai leidžia peržiūrėti tik 10 respondentų atsakymus.

Apibendrintai galima būtų sakyti, kad, esant tinkamoms sąlygoms, el. klausimynas gali būti puiki priemonė apklausos tyrimuose. Jei tyrimų kompanija / tyrėjas atlieka daug apklausų, pakanka vieną kartą išmokti / įvaldyti / įsigyti tokią sistemą ir vėliau efektyviai ją panaudoti. Kompanijos gali įsigyti labai sudėtingas sistemas, tačiau tikrai yra galimybė rinktis iš įvairių jau sukurtų ir laisvai prieinamų sistemų, kurias tereikia įvaldyti (žr. 2 skyriuje minėtas svetaines).

### 3.3. Klausimų sudarymo principai ir klaidos

Klausimai – visas klausimyno turinys bei pagrindinė duomenų rinkimo priemonė. Todėl klausimų ir atsakymo variantų konstravimo procesas reikalauja didelio kruopštumo, specialių žinių, įgūdžių bei patirties. Netinkamai suformuluoti klausimai ar atsakymo variantai neleis surinkti norimos kokybės (t. y. tikslių, teisingų, pagrįstų) duomenų. Apklausos klausimyno klausimai nėra tapatūs kasdienių pokalbių klausimams; klausimyno klausimai yra matavimo priemonė (Fowler, 2009). Taigi, šiame poskyryje aptarsime, kaip sukurti *geras* matavimo priemones.

#### 3.3.1. Esminiai reikalavimai klausimyno klausimams: patikimumas ir validumas

Gera suformuluoti klausimai turi atitikti du reikalavimus: jie turi būti *patikimi* ir *validūs*. Patikimumas ir validumas yra tie standartai, kuriais remiantis vertinama, kaip gerai tam tikras klausimas surenka duomenis. Patikimas klausimas yra toks, kuris surenka analogiškus duomenis palyginamose situacijose. Tai reiškia, kad: 1) konkretus respondentas, kurio nuomonė nepasikeitė, turi pateikti tokį patį atsakymą į tą patį klausimą apklausose, vykstančiose skirtingu laiku; 2) atitinkamai, du respondentai, turintys vienodas nuomones užduotu klausimu, turė-

tų pateikti vienodus atsakymus (Fowler ir Cosenza, 2008, p. 137). Jeigu pastebimi atsakymų nesutapimai, yra laikoma, kad tai rodo tam tikrą matavimo nepatikimumo laipsnį.

Vienas iš klausimyno patikimumo įvertinimo būdų yra matavimo priemonės padalinimo metodas (angl. *split-half method*). Pavyzdžiui, klausimyne yra 10 teiginių, kurie turėtų matuoti respondentų religingumą. Atsitiktiniu būdu šie teiginiai padalinami į dvi dalis (po penkis). Jei matavimo priemonė patikima, tiek vienos grupės teiginiai, tiek kitos grupės teiginiai turėtų suklasifikuoti respondentus vienodai. Tai yra, tie, kurie yra religingi, bus religingi abiem atvejais. Tačiau jei vienos grupės teiginiai rodo, kad tam tikras respondentas yra religingas, o kitos grupės teiginiai, priešingai, rodo, kad jis nėra religingas, galima suabejoti matavimo priemonės patikimumu.

Kiekybinio klausimyno patikimumui įvertinti naudojami statistiniai matai, kurie grindžiami atsakymų įvairove ir rezultatų vidiniu suderinamumu, pavyzdžiui, Kronbacho  $\alpha$  koeficientas (angl. *Cronbach alpha*). Matavimo priemonė gali būti laikoma patikima, jei  $\alpha > 0,5$ . Kronbacho  $\alpha$  koeficiento kritinė (t. y. priimtina) reikšmė gali skirtis priklausomai nuo tyrimo paskirties. Pavyzdžiui, mažiausia priimtina  $\alpha$  reikšmė gali būti laikoma 0,7 ar net 0,8. Jei reikšmė yra mažesnė, gali būti rekomenduojama matavimo priemonę koreguoti (pvz., atsisakyti mažiausiai suderinamų matavimo instrumento elementų) (Trobia, 2008a). Kronbacho  $\alpha$  neskaičiuojamas demografiniams rodikliams, taip pat nerekomenduojama skaičiuoti nominalaus matavimo lygmens kintamiesiems.

Matavimo validumas atspindi, kiek tiksliai atsakymas į klausimą atitinka tikrąją matuojamo konstrukto vertę (*ten pat*). Tai yra validus klausimas yra toks klausimas, kuris matuoja tai, ką iš tiesų siekiama išmatuoti (de Vaus, 2002; Nardi, 2006; Babbie, 2007 ir kt.). Kitaip tariant, sąvokos operacionalizacija atitinka sąvokos konceptualizaciją.

Kaip galima padidinti atsakymų patikimumą? Fowleris (2009, p. 88-89) pateikia keletą pasiūlymų. Vienas iš jų – užtikrinti, kad kiekvienam respondentui būtų užduoti identiški klausimai. Respondentą gali veikti įvairūs stimulai, ir vienas iš galimų stimulų yra žodinės formuluotės. Todėl identišκών klausimų uždavimas padidina patikimumą ir leidžia daryti prielaidą, kad respondentų atsakymų skirtumai atsiranda

dėl jų pažiūrų skirtumų, o ne dėl papildomo stimulo poveikio. Siekiant identiško klausimų supratimo, būtina juos itin kruopščiai suformuluoti: nevartoti neaiškių, dviprasmiškų terminų, vengti vartoti žodžius, kurie gali būti suprantami ne visų vienodai, ir pan. (plačiau apie tai, kaip suformuluoti gerus klausimus ir kokių klaidų vengti, rašoma 3.3.2 skyrelyje).

Tačiau reikia pasakyti, kad ne visuomet patikimi klausimai yra ir validūs. Uždavus klausimą galima gauti patikimus rezultatus, kurie neatitiks tikrosios klausimo paskirties.

Kaip teigia Fowleris (2009, p. 99), validumo įvertinimai skiriasi, priklausomai nuo to, ar klausimai skirti faktams ir objektyviai išmatuojamiems dalykams, ar subjektyviems dalykams, tokiems kaip požiūriai, nuomonės, nuostatos, jausmai ir pan., matuoti. Pavyzdžiui, klausimuose apie svorį yra santykinai paprasta gauti validžius matavimus, lyginant respondentų atsakymus apie jų svorį ir statistinius populiacijos rodiklius. Panašiu principu galima palyginti, pavyzdžiui, objektyvių vertintojų pateiktus plaukų spalvos aprašymus su respondentų atsakymais (Fowler ir Cosenza, 2008, p. 137). Reikia pasakyti, kad kartais net objektyvių faktų matavimo rezultatų negalima palyginti su statistiniais duomenimis, nes tie duomenys, pavyzdžiui, nėra visiems viešai prieinami. Tokiu atveju surinktų duomenų patikimumą sunku įvertinti.

Kita vertus, pastebima, kad ir objektyviuose matavimuose kartais respondentai pateikia itin netikslūs atsakymus, ir dažniausios to priežastys yra (Fowler, 2009, p. 105):

- nesuprato klausimo;
- nežino atsakymo;
- žino atsakymą, bet negali prisiminti;
- nenori pateikti atsakymo interviuotojui.

Todėl tyrėjas turi stengtis padaryti viską, kad išvengtų minėtų problemų. Siekiant išvengti nesupratimo, svarbu stengtis labai aiškiai suformuluoti klausimą; jeigu vartojami sudėtingi terminai – pateikti jų apibrėžimus ir kitą reikiamą informaciją respondentams. Tais atvejais, kai respondentui trūksta žinių, pavyzdžiui, apklausiant namų ūkius, interviuotojas, jei leidžia tyrimo instrukcijos, gali apklausti tą šeimos narį, kuris yra geriausiai informuotas tiriamu klausimu; tyrėjas gali pasirinkti tokias duomenų rinkimo procedūras, kurios leistų respondentui pasitarti

su kitais namų ūkio nariais ir pan. Jeigu respondentas negali atsakyti į klausimą, kur turi pateikti duomenis apie save, paprastai tai reiškia tik viena – blogą klausimo formuluotę. Kai respondentas atsakymą žino, bet negali prisiminti, galėtų padėti klausimo reformulavimas, prašant pateikti ne tokią detalią ir lengviau atsimenamą informaciją; kai jam sunku atsakyti tiksliai, interviuotojas gali padėti atlikti reikiamus skaičiavimus (pvz., klausimai apie pajamas per metus ir kitokie skaitmeniniai duomenys) ar pateikti pagalbines priemones (pvz., kalendorių, jei reikia prisiminti įvykius laiko atžvilgiu). Be abejo, ir tyrėjas turėtų pagalvoti, koks tikslumas nebus perdėtas atsižvelgiant į klausimo objektą. Pastebima, kad paprastai žmonės linkę pamiršti smulkius, nesvarbius įvykius ir prisiminti jiems reikšmingus įvykius; neseniai įvykusius įvykius lengviau prisiminti nei tai, kas įvyko seniai (Fowler, 2009). Todėl, pavyzdžiui, darant apklausą apie apsipirkimą prekybos centre, tikslingiau klausti apie paskutinės savaitės, o ne mėnesio laikotarpį ir pan.

Dar sudėtingiau yra, kai matuojamos subjektyvios nuostatos: tik respondentas žino, ką jis iš tiesų jaučia / galvoja. Todėl subjektyvias būsenas atspindinčių atsakymų validumą galima patikrinti tik ieškant koreliacinių ryšių su kitais respondento pateiktais atsakymais arba su kitais faktais iš respondento gyvenimo, kurie, tyrėjo manymu, yra susiję su tuo, kas yra matuojama (Fowler, 2009, p. 99).

Tiek atliekant objektyvių faktų, tiek subjektyvių nuostatų matavimus, siekiama vieno – kad atlikti matavimai kuo labiau atitiktų realią padėtį. Toliau pateiksime detalių patarimų, kaip teisingai suformuluoti klausimus, kad jie matuotų būtent tuos faktus, savybes, charakteristikas, kurias matuoti siekia tyrėjas bei siekia matuoti jas patikimai.

### 3.3.2. Klausimų formuluotės ir galimos klaidos

Kaip apibūdinti, koks turi būti geras klausimas? Toliau pateiksime rekomendacijų, kaip tinkamai formuluoti klausimus ir kokių klaidų vengti. Tačiau kalbant apibendrintai, kiekvienas klausimyno klausimas turėtų būti aiškus, nedviprasmiškas ir naudingas (de Vaus, 2002).

Respondentas turi *suprasti* klausimą. Be to, kiekvienas respondentas turėtų suprasti klausimą *vienodai*, jis visiems turi reikšti tą patį. Tai yra

geras klausimas yra tas, kurio formuluotė užkerta kelią galimoms skirtingoms interpretacijoms. Matavimo esmė yra remiantis klausimų ir atsakymų variantais užfiksuoti skirtumus, kurie susiję su skirtumais  *tarp respondentų*. Tačiau jei respondentai skirtingai interpretuoja klausimą, jų atsakymai gali skirtis dėl to, kad jie iš esmės atsakinėja į skirtingus klausimus, nors ir skaito, atrodo, tą patį klausimą. Be to, visiems respondentams turi būti pateikiami tokie patys su konkrečiu klausimu susiję atsakymo variantai.

Kiekvienas klausimas turi būti naudingas ir *atitikti tyrimo tikslą*. Be to, klausimo formuluotė turi *realizuoti* tyrėjo sumanymą ir suteikti visą informaciją, kuri reikalinga respondentui tinkamai išreikšti savo atsakymą.

Remdamosi literatūra (kurioje gausu praktika ir tyrimais pagrįstų patarimų) bei šio vadovėlio autorių sukaupta patirtimi, apibendrintai pateiksime svarbiausius teiginius, kuriais reikėtų vadovautis norint teisingai formuluoti klausimyno klausimus.

**Klausimo kalba turi būti aiški, suprantama ir konkreti.** Todėl klausimuose *reikėtų vengti tarptautinių žodžių, mokslinių ar techninių terminų, trumpinių ir kitų galimai neaiškių žodžių*. Klausimų kalba turi būti tokia, kad *kiekvienas respondentas* (t. y. bet kokio išsilavinimo, amžiaus, patirties, socialinio statuso ir pan.) *suprastų ir sugebėtų atsakyti* į bet kurį klausimyno klausimą. Klausimų žodynas turi atitikti respondento informacijos suvokimo ribas. Pavyzdžiui, Lietuvoje tikrai yra žmonių, kurie gali nežinoti ką reiškia (arba neteisingai jį suprasti) net ir toks, atrodo, kasdienis terminas kaip „migracija“. Visus sudėtingus žodžius, techninius, profesinius terminus reikėtų „išversti“ į kasdienę, paprastą kalbą. Jeigu techninių, profesinių terminų neįmanoma išvengti – būtina paaiškinti, pateikti jų apibrėžimus.

Jei klausimuose vartojami specifiniai techniniai terminai, kurių respondentas gali nesuprasti, yra didesnė tikimybė, kad jis praleis tokius klausimus arba pateiks neadekvatų, jo situacijos neatitinkantį atsakymą. Pavyzdžiui, klausiant „Ar Jūs esate, ar nesate dirbęs (-usi) e. darba?“, nežinodamas, ką e. darbas reiškia, respondentas atsakys „ne“, nors gal tikrasis atsakymas būtų „taip“. Tai yra respondentas savo situacijos nesusies su terminu, kurio jis nesupranta, nemany, kad šis terminas apibūdina jo situaciją, nors pagal termino apibrėžimą, kurį tyrimo tikslams

vartoja tyrėjas, šis respondentas iš tiesų e. darbą dirba. Todėl prieš klausimą turėtų eiti apibrėžimas, ką tyrėjai laiko e. darbu, o tada prašoma respondentų pagal tą apibrėžimą atsakyti, ar jie dirba tokį darbą, ar jo nedirba. Kita problema – ką reiškia „dirbti“? Ar atsakymas „taip“ reiškia, kad e. darbą dirbi nuolatos, ar taip pat apima ir situaciją, kai kartais darbe tenka dirbti e. darbą? Taigi, tyrėjas turi apgalvoti, kaip tiksliai pateikti klausimą ir kokio atsakymo tikimasi. Pavyzdžiui, pridėti sąlygą, kad „jei pagal tokį apibrėžimą nors kiek laiko dirbate e. darbą, tai žymėkite „taip“.

Reikėtų vengti „*visa apimančių*“ žodžių, tokių kaip „visi“, „visada“, „kiekvienas“, „niekada“, „niekas“, „nė vienas“ ir pan. Tokie žodžiai neleidžia išimčių, todėl tik nedidelė dalis respondentų bus linkę sutikti su tokiomis kategoriškais teiginiais (de Vaus, 2009).<sup>14</sup>

Klausimuose *reikia vengti nekonkrečių, neapibrėžtų, skirtingai suvokiamų sąvokų*. Klausimynuose tokios sąvokos kaip „dažnai“, „daug“, „reguliariai“ ir pan. gali būti visiškai neinformatyvios, nekonkrečios bei gal būti skirtingai interpretuojamos respondentų. Pavyzdžiui, pateiktas klausimas:

**Kaip dažnai Jūs lankotės bažnyčioje?**

1. Labai dažnai
  2. Gana dažnai
  3. Nelabai dažnai
  4. Visai nesilankau
- 99 (Neatsakė)

Ką konkretaus respondento atveju reiškia „dažnai“? Vienas respondentas žymės „dažnai“, jei jis bažnyčioje lankosi kartą per mėnesį; kitas žymės „dažnai“, nes į bažnyčią nueina kiekvieną sekmadienį (beje, mes niekaip nesužinosime, kokį dažnumą turėjo galvoje kiekvienas iš šių respondentų žymėdamas „dažnai“). Jeigu mus domina labai subjektyvus respondentų pačių savęs įvertinimas, galbūt tai ne problema – mums pakanka žinoti, kad tam tikra dalis respondentų save apibūdina kaip „dažnai“ besilankančius bažnyčioje. Tačiau jei mes norime pamatuoti dažnumą objektyviais kriterijais, palyginti lankymosi bažnyčioje dažnumą tarp respon-

<sup>14</sup> Čia kalbama apie klausimo formuluotę, bet ne atsakymo variantuose naudojamas skales.

dentų, tokios atsakymo alternatyvos nėra informatyvios. Šią klaidą galima ištaisyti, pateikus teisingas atsakymų alternatyvas, pavyzdžiui:

**Kaip dažnai Jūs lankotės bažnyčioje?**

*(Prašome pažymėti Jums labiausiai tinkantį atsakymo variantą):*

1. Dažniau nei kartą per savaitę
2. Kartą per savaitę
3. Du ar tris kartus per mėnesį
4. Kartą per mėnesį
5. Kelis kartus per metus
6. Kartą per metus
7. Rečiau nei kartą per metus
8. Nesilankau
- 99 (Neatsakė)

Kitas sprendimas – užduoti atvirą klausimą, pavyzdžiui, kiek kartų respondentas per pastarąsias keturias savaites lankėsi bažnyčioje. Tačiau čia gali iškilti kita problema – jei tokį klausimą užduosime tuo metu, kai vyksta / neseniai buvo ar netrukus bus kurios nors iš didžiųjų religinių švenčių, pavyzdžiui, šv. Kalėdos, per pastarąsias keturias savaites bažnyčioje apsilankusių respondentų skaičius gali būti gerokai didesnis, nei jis būtų įprastu laikotarpiu. Šie pavyzdžiai rodo, kad tyrėjas turi labai apgalvotai įvertinti, kokios tiksliai informacijos jis nori ir kaip ją gauti neiškraipyta.

Panašus neaiškumas gali kilti, jei prie atvirų klausimų bus naudojami bendri klausiamieji žodžiai, pavyzdžiui, „Kada...?“ „Kodėl?“ ir pan. Tokiais atvejais yra didelė tikimybė gauti labai apibendrintus ir nieko nesakančius bei gana skirtingu formatu pateiktus atsakymus. Pavyzdys būtų pora „Kada? – Tada“, kur „tada“ – nemažai alternatyvų, pavyzdžiui, į klausimą „*Kada paskutinį kartą skaitėte kokią nors knygą?*“ respondentai galėtų atsakyti: „Tada, kai buvau vaikas“; „Tada, kai reikėjo ruošti egzaminams“; „Tada, kai buvo atostogos“; „Prieš metus“; „Vakar“ ir t. t. Matome, kad galimi atsakymai yra labai skirtingo pobūdžio, taigi, ko gero, nelabai atsako į tyrėjo klausimą „Kada?“, jei jis nori išmatuoti bendrą knygų skaitymo reguliarumą, nes kiekvienas respondentas pateikia kitokį matavimo vienetą. Panašus pavyzdys: „*Kada Jūs persikėlėte gyventi į Vilnių?*“ Respondentai gali pateikti pluoštą atsakymų, kuriuos

bus sunku palyginti, pavyzdžiui: „2013-aisiais“, „baigęs (-usi) pagrindinę mokyklą“, „kai man suėjo 20 metų“ ir t. t. Korektiškas klausimas būtų „*Kelintais metais persikėlėte gyventi į Vilnių?*“. Visada reikėtų prirašyti sąlygą (instrukciją), ko tiksliai tikimės iš respondento atsakant į tokio pobūdžio klausimą.

Kaip jau minėta, apklausos klausimai skiriasi nuo kasdienių klausimų, todėl kartais sunku suprasti, kodėl iš pažiūros „normalus“ klausimas nėra geras. Pavyzdžiui, klausimas „Ar Jūs sportavote praeitą savaitę?“ yra nepakankamai konkretus, kadangi „sportuoti“ gali reikšti skirtingus dalykus respondentams: vieniems ir vaikščiojimas, buitines darbas yra sportas, kitiems – tik specifiniai fiziniai užsiėmimai. Kai klausiamo „Kokios Jūsų pajamos?“, ar turime omenyje pajamas iš darbo užmokesčio, ar visas pajamas, ar pajamas prieš ar po mokesčių?

Fowleris (2009, p. 93) pateikia išsamų pavyzdį su, atrodo, paprastu ir aiškiu klausimu: „Ar vakar Jūs valgėte, ar nevalgėte pusryčius?“. Šis klausimas nėra pakankamai gera matavimo priemonė, nes skirtingi respondentai skirtingai supranta, kas tai yra „pusryčiai“. Pavyzdžiui, vienas respondentas žymės „taip“, jei vakar apie 11 val. jis išgėrė kavos ir suvalgė jogurtą. Tačiau kitas, kuris darė tą patį, pažymės „ne“, nes tokio maisto jis nelaiko pusryčiais. Pusryčiai jam yra stipresnis maistas, kai valgomas bent sumuštinis, be to, valgomas ne vėliau, pavyzdžiui, kaip 9 val. O 11 val. maistą jis jau laikytų priešpiečiais. Taigi, nors respondentai atsakys į klausimą, liks neaišku, ar jų atsakymai apie pusryčius yra palygintini, ir ką tiksliai reiškia „taip, pusryčiau“ arba „ne, nepusryčiau“. Norint paklausti tiksliau, reikia arba apibrėžti, kas bus laikoma pusryčiais tyrimo tikslais (pvz., „Laikykime, kad pusryčiai tai yra maistas, valgomas iki 10 val. ryte, kai maistą sudaro proteinais, tokie kaip kiaušiniai, mėsa ar pieno produktai, grūdų produktai (pvz., duona, javainis ir pan.) bei vaisiai ar daržovės, įskaitant sultis. Laikantis šio apibrėžimo, „Ar vakar Jūs valgėte, ar nevalgėte pusryčius?“). Ši formuluotė gana sudėtinga, todėl Fowleris (*ten pat*) kaip išeitį siūlo tiesiog paprašyti išvardinti viską, ką respondentas vakar suvalgė iki 10 val. ryto, vėliau duomenų kodavimo metu tiksliai įvertinant, ar tai, kas buvo suvalgyta, atitinka tyrime naudojamą pusryčių apibrėžimą, ar ne.



**Klausimai neturi būti ilgi ir sudėtingi.** Kuo klausimas bus trumpesnis, tuo jis bus mažiau painus ir gluminantis (de Vaus, 2009). Reikėtų vengti klausimų, panašių į šį:

Kodėl, jūsų nuomone, yra tokia situacija, kad Lietuva šildymui daugiausia naudoja iš Rusijos importuojamas dujas, kai gali naudoti vietinę biomasę, deginti šiukšles ir mažinti kuro poreikį renovuodama namus; Rusija Baltijos jūroje jau eksploatuoja naftos telkinį, o Lietuva su Latvija nuo nepriklausomybės atgavimo net nepradėjo tirti telkinio, esančio, kaip manoma, tarp šių valstybių jūrų sienų; Rusija parengė planą viešbučiais užstatyti jai priklausančią Neringos pajūrio dalį (apie 300 ha) ir aktyviai plėtoti turizmui būtina infrastruktūrą, o Lietuvoje net netvirtinamas naujas Palangos bendrasis planas, kuris gerokai palengvintų turizmo infrastruktūros plėtrą ir leistų išlaikyti konkurencingumą turizmo srityje?

1. Tokia situacija normali, nes permainoms reikia laiko
2. Tokia situacija susidarė dėl to, kad Rusija turi įtakos Lietuvos politikams, tad jie nepriima sprendimų, galinčių pakenkti Rusijos ekonominiams interesams
3. Kalta korupcija, nes priimami tik tie sprendimai, kurie garantuoja kyšį
4. Tokia situacija strategiškai svarbiose Lietuvos ekonomikos srityse susiklosčiusi tiek dėl korupcijos, tiek dėl Rusijos įtakos
5. Kita

Šaltinis: „Valstybė“<sup>15</sup>, 2008, p. 17.

Jei tokį klausimą skaitytų interviuotojas, respondentas greičiausiai pamirštų, nuo ko jis prasidėjo, arba jam būtų sunku suprasti klausimo esmę; pildydamas klausimą savarankiškai, respondentas gali būti linkęs tokį klausimą tiesiog praleisti.

Jei klausimas bus labai sudėtingas, painus, ne visi respondentai gebės į jį atsakyti. Jei apklausama bendroji populiacija, klausimai turi būti orientuoti į tipinę šios populiacijos atstovą, o ne labiau išprususį. Kaip nurodo Gaidys (1999, p. 39), „į nesuprantamą klausimą arba nebus atsakymo, arba tas atsakymas bus atsitiktinis“.

**Reikia vengti klausimų, kuriuose vartojami neiginiai.** Esant formuluotei su neiginiu, respondentams gali būti sunku nuspręsti, kuris atsakymo variantas tinkamai išreikš jų nuomonę. Pavyzdžiui: „Ar pritariaite nuostatai, kad studentams neturėtų būti suteikiamos paskolos studijų finansavimui?“ Ką tokiu atveju reikštų paprastas „ne“ – „ne, nepritariu, kad neturėtų būti suteikiamos paskolos“? Ypač vengtini klausimai su

<sup>15</sup> „100 Lietuvos ekonomistų apklausa“ .*Valstybė*, 2008 m. rugsėjis, Nr. 8 (17), p. 15-17.

dvigubais neiginiiais, pavyzdžiui: „Ar Jūs verčiau būtumėte linkęs (-usi) nenaudoti negydomojo šampūno?“ (Bryman, 2008, p. 243). Pastaruoju atveju apskritai sudėtinga suvokti, ką reiškia atsakymo variantai „taip“ ir „ne“.

**Klausimynuose neturi būti tendencingai veikiančių klausimų.** Tai klausimai, kurių formuluotė iš anksto užkoduoja, sufleruoja, įperša ar kitaip respondentą nukreipia į tam tikrą atsakymą, kurio pats respondentas nepateiktų, jei klausimas būtų užduotas neutralia forma. Paprastai šių klausimų formuluotėse arba atsakymų variantuose yra paslėptas emocinis krūvis (pvz., tokie žodžių junginiai kaip „negimusių kūdikių žudymas“, „grėsmė šalies laisvei“ ir pan.) arba per stipriai nurodoma, akcentuojama viena iš galimų krypčių (pvz., vien tik neigiami aspektai arba vien tik teigiami aspektai atsakymo variantuose, nors pats klausimas yra bendro pobūdžio). Neretai sudaromas įspūdis, kad į tokį klausimą yra „teisingas“ atsakymas (de Vaus, 2002). Pavyzdžiui, „Ar Jūs pritariate, kad greičio limito sumažinimas padeda išsaugoti žmonių gyvybes?“ Šis klausimas sukonstruotas taip, jog respondentas, rinkdamasis neigiamą atsakymą, jausis tarsi jis nebrangina žmonių gyvybių. Teisinga formuluotė būtų: „Ar padidintų eismo saugumą greičio limito sumažinimas?“ Klausimo tendencingumą neretai lemia parinktas raktažodis / žodžių junginys. Pavyzdžiui, pasirinkus vieną iš šių formuluočių – „negimusių kūdikių žudymas“, „nėštumo nutraukimas“ arba „abortas“ – bus skirtingas poveikis atsakymo pasirinkimui (de Vaus, 2002, p. 98).

Apskritai, visada reikėtų įvertinti, *kokią emocinį užtaisą turi klausimų formuluotėse vartojami žodžiai*. Pavyzdžiui, skirtingą emocinį užtaisą turi žodžiai „neleidžiama“ ir „draudžiama“; taip pat skirtingi klausimai galėtų būti pateikti, tiriant respondentų polinkį smurtauti ir aukų apklausose.

Nemažai klausimų, kurie perša respondentui atsakymo variantą, prasideda „ar Jūs sutinkate su požiūriu (nuostata, nuomone), kad...““. Pavyzdžiui, į klausimą „Ar Jūs sutinkate su nuostata, kad abortai mūsų šalyje turi būti uždrausti?“, respondento atsakymas gali būti paveiktas visuomenės, kurioje jis gyvena / užaugo, nuostatų: ar abortai yra laikomi įprasta elgesio norma (moters / šeimos pasirinkimo laisve), ar ne. Apskritai, respondentai yra linkę būti „gerais respondentais“ ir pasirinkti

tyrėjui labiau priimtina atsakymą, jei tik iš formuluotės pajunta, kokio atsakymo iš jų tikimasi.

Dar vienas nukreipiančio klausimo variantas susidaro tada, kai pamirštama „prafiltruoti“, ir jau pačiame klausime tarytum automatiškai respondentui primetamas atsakymas. Pavyzdžiui, „Kur Jūs paprastai nešate taisyti drabužius?“. Iš karto daroma prielaida, kad visi respondentai neša taisyti drabužius. Be abejo, galima įrašyti atsakymo variantus „taisausi drabužius pats“; „neteko nešti drabužių taisyti“ ir pan.

Klausimų formuluotėse (kai tai susiję su nuostatomis, nuomonėmis) reikėtų vengti sąsajų su prestižą, autoritetą turinčiais asmenimis, nes tai gali paveikti respondento atsakymą. Pavyzdžiui (de Vaus, 2002, p. 98), klausime „Kaip jūs vertinate Popiežiaus politiką gimstamumo kontrolės klausimu?“ gali paveikti autoriteto įtaka, o ne paties respondento nuostatos. Be to, šis klausimas dvigubas – ne visai aišku, ar atsakymas atspindėtų Popiežiaus vertinimą, ar požiūrį į gimstamumo kontrolę.

**Klausimai ir atsakymo variantai neturi būti dvigubi ar daugialypiai.** Tai klausimai, kurių formuluotėse iš tikrųjų yra klausama apie kelis skirtingus dalykus. Kitaip tariant, tai klausimai „keli viename“. Fowleris ir Cosenza (2008, p. 142) pateikia tokį pavyzdį: „Jaunimo nusikalstamumas auga. Kaip manote, ar reikėtų prailginti mokymosi mokykloje valandų per dieną skaičių?“. Į tokį klausimą atsakyti sudėtinga. Respondentas gali pritarti, kad mokymosi trukmė turėtų būti ilgesnė, tačiau remdamasis kitais argumentais, o ne sąsajomis su nusikalstamumu. Pavyzdžiui, jis gali manyti, kad, turėdami daugiau pamokų, mokiniai geriau įsisavins mokomąją medžiagą, bet tai nesusiję su nusikalstamumu. Todėl, atsakydamas į šį klausimą, jis gali pasirinkti atsakymą „ne“ (nes nemano, kad mokymosi trukmė turi ryšį su jaunimo nusikalstamumu) arba „taip“, ignoruodamas „jaunimo nusikalstamumą“, tačiau pritardamas ilgesnei pamokų trukmei. Kitas pavyzdys (Alreck ir Settle, 1995, p. 97): „Ar Jūs reguliariai vartojate vitaminus tam, kad nesirgtumėte?“ Iš tikrųjų čia keliami du klausimai: ar respondentas vartoja vitaminus ir, jeigu taip, ar jis vartoja juos tam, kad išvengtų ligų. Vėlgi: kaip į tokį klausimą atsakyti respondentui, kuris vitaminus vartoja, tačiau priežastis, kodėl jis tai daro, yra kitokia, nei nurodyta klausimo formuluotėje?

Dar vienas pavyzdys: „Esant per mažam gimstamumo lygiui, ar pritarumėte, ar nepritarumėte vaiko priežiūros atostogų prailginimui?“ Gali būti, kad respondentas pritaria ilgesnėms vaiko priežiūros atostogoms, tačiau nebūtinai prielaidai, kad gimstamumas yra per mažas. Arba atvirkščiai.

Kartais klausimo dvilypumas pasireiškia labai subtiliai ir sunkiai pastebimas. Pavyzdžiui, de Vausas (2002, p. 98) nurodo tokį dvigubą klausimą: „Kaip dažnai Jūs aplankote savo tėvus?“ (klausiama suaugusių respondentų). Atskirai reikėtų klausti apie tėtį ir apie mamą.

Klausimo formuluotėje reikėtų vengti „ir“, „arba“, „bei“ ir visokių kitokių jungtukų, kurie sujungtų skirtingus klausimus ar klausimo aspektus į vieną. Pavyzdžiui, „Kaip Jūs vertinate dabartinės Vyriausybės vykdomą socialinę ir ekonominę politiką?“. Respondentas vienaip gali vertinti socialinę politiką, tačiau galbūt kardinaliai priešingai – ekonominę politiką. Tokiu atveju joks pasirinktas atsakymo variantas neatspindės jo tikrojo vertinimo, nes bendras vertinimas neįmanomas.

Kai pateikiama sudėtinga ir daugialypė teiginio formuluotė, komplikuojasi sutikimo / nesutikimo klausimai (Fowler, 2009). Fowleris (*ten pat*, p. 104–105) pateikia tokį pavyzdį: „Esant šiandieninėms ekonomikos sąlygoms, tikrai nėra teisinga turėti daugiau nei du vaikus. Ar sutinkate, ar nesutinkate su šiuo teiginiu?“. Į šį teiginį įeina net trys elementai: ekonomikos būklės vertinimas; vertinimas, koks tinkamas maksimalus vaikų skaičius; ryšio tarp ekonomikos būklės ir vaikų skaičiaus vertinimas. Kaip atsakyti į tokį klausimą, jei nemanai, kad ekonomikos būklė yra bloga (o tokią prielaidą daro formuluotė)? Ir / arba jei nemanai, kad ekonomika ir vaikų skaičius yra susiję? Tačiau manai, kad du vaikai – optimalus vaikų skaičius? Bet kuriuo atveju, net jei respondentas pažymi „sutinku / nesutinku“, neaišku, su kuo jis sutinka / nesutinka – su teiginiu apie ekonomiką? Su teiginiu apie vaikų skaičių? Ar su teiginiu apie jų tarpusavio ryšį?

Jei klausimas yra dvilypis (daugialypis), sudėtingas, apima keletą sąlygų, geriau tokį klausimą skaidyti į kelis, pritaikyti papildomą filtravimo žingsnį. Tai galioja ir atsakymo variantams – vienas atsakymo variantas turi išreikšti *vieną* aspektą, dimensiją, dalyką. Pavyzdžiui:

**Kurie iš išvardintų veiksmų labiausiai Jus motyvuoja darbe?***Pažymėkite iki 3 Jums svarbiausių veiksmų:*

1. Geras kolektyvas
  2. Vadovo palaikymas
  3. Karjeros galimybės
  4. Aiškūs, pasiekiami tikslai
  5. Galimybė mokytis
  6. ....
- 99 (N/N)

Ketvirtasis atsakymo variantas yra dvigubas: tikslai gali būti aiškūs, bet nepasiekiami. Todėl reikėtų šiuos veiksmus išskirti kaip atskirus atsakymo variantus.

Reikia vengti klausimų apie tai, ko dauguma respondentų gali nežinoti / apie ką gali **neturėti** (negalėti turėti) **susiformavusios nuomonės**. Ši klaida labiau yra susijusi su populiacijos atranka. Jeigu norima sukaupti duomenis tam tikromis, labai specifinėmis temomis, apie kurias dauguma visuomenės nėra informuota, verčiau atrankos aibę formuoti iš tam tikros temos ekspertų, toje srityje dirbančių specialistų. Pavyzdžiui, ne visi Lietuvos gyventojai yra gerai informuoti apie pensijų ar švietimo sistemos reformas, NATO veiklą, padėtį Angoloje ar pan., taigi, net jei jie ką nors atsakys, didelė tikimybė, kad tai bus labai pritempta nuomonė. Kita vertus, kartais tokie klausimai gali būti naudojami tikslingai – jeigu tyrimu siekiama sužinoti visuomenės informuotumo lygį tam tikru klausimu.

**Reikėtų vengti sunkaus pasirinkimo klausimų.** Tai klausimai, kuriuose prašoma respondento pasirinkti tarp alternatyvų, kurios abi yra esmingai svarbios respondentui. Prašymas pasirinkti gali sukelti sunkumų, nepatogumo ar nemalonumo jausmą. Kaip nurodo Gaidys (1999), tai tas pats, kas klausti vaiko, kas jam svarbiau – mama ar tėtis? Respondentui „yra sunku pasirinkti ką nors iš daugelio svarbių dalykų ar problemų, ypač kai maišomi skirtingi lygmenys: materialinė šeimos padėtis, šalies nepriklausomybė, nusikalstamumas“ (*ten pat*, p. 40).

**Nerekomenduojama užduoti plačių, labai apibendrintų klausimų.** Šie klausimai apima pernelyg neapibrėžtą kontekstą, taip pat dažniausiai pasižymi sąvokomis, kurias galima interpretuoti skirtingai. Pavyzdžiui, pateikus klausimą „Kiek efektyvios buvo Jūsų taikytos darbo paieškos strategijos?“, respondentas verčiamas įvertinti visas taikytas strategijas ir

išvesti efektyvumo vidurkį. Tačiau daug tikslesni atsakymai būtų gauti, paprašius įvardinti taikytas strategijas (arba pasiūlius strategijų variantus) ir įvertinti *kiekvienos* iš jų efektyvumą atskirai (Bryman, 2008, p. 243). Kitas pavyzdys: „Ar Jūs esate patenkintas savo darbovieta?“ Šiam klausimui trūksta konkretumo: kuo būtent respondentas turėtų būti patenkintas ar nepatenkintas (darbo užmokesčiu, darbo sąlygomis, darbo pobūdžiu, o gal visais šiais aspektais?) (Bryman, 2008, p. 242).

Tiek kalbant apie klausimuose vartojamas sąvokas, tiek apie visą klausimo formuluotę, taisyklė tokia: kuo mažiau su klausimo prasme susijusių interpretacijų gali kilti respondentams, tuo geriau. Pavyzdžiui, studentų darbuose, kuriuose nagrinėjama patyčių mokykloje problema, dažnas toks lyg ir standartinis klausimas: „Ar jūs patiriate, ar nepatiriate patyčias mokykloje?“. Patyčios – tai abstrakti sąvoka. Taigi, kiekvienas vaikas atsakinėja pagal savo supratimą, kas tai yra patyčios. Todėl galima gauti rezultatą, kad vienoje mokykloje, kurioje patyčių lygis būtų didelis, jei jis būtų vertinamas pagal tyrėjų apibrėžimą, atsakymai į minėtą klausimą to lygio nerodo, nes vaikai patyčiomis laiko kitokius dalykus nei tyrėjai, pavyzdžiui, jų sąvoka yra žymiai siauresnė. Be to, vienoje mokykloje vaikai gali apskritai turėti žymiai platesnį patyčių sąvokos supratimą nei kitoje mokykloje, ir net jei objektyviai patyčių lygis šiose mokyklose panašus, atsakymai į tokį apibendrintą klausimą gali rodyti didelį skirtumą. Kaip ir kitais atvejais, norint gauti palygintinus ir aiškius duomenis, kaip, pavyzdžiui, šiuo atveju siekiant tinkamai išmatuoti patyčių lygmenį, visų pirma reikėtų tinkamai konceptualizuoti ir operacionalizuoti patyčių sąvoką, išskiriant pagrindines jos dimensijas ir indikatorius, kurie klausimyne galėtų būtų pateikti kaip serija konkrečių teiginių, o mokinių prašoma prie kiekvieno iš jų pažymėti, ar jie asmeniškai yra patyrę tokią situaciją, ar ne.

**Reikėtų vengti klausimų, kurie gali būti per sunkūs atsakyti, kuriuose klausama apie senus įvykius.** Neretai tokie būna klausimai, kuriais siekiama sužinoti apie respondento elgseną ilgu laikotarpiu. Pavyzdžiui, jaunų žmonių klausiant, kiek kartų per pastaruosius dvylika mėnesių respondentas lankėsi naktiniame klube, sunku tikėtis, kad dauguma respondentų tiksliai prisimena visus įvykius, nutikusius per pastaruosius dvylika mėnesių ar net trumpesnę laiką. Tiksliau į tokį klausimą

gali atsakyti tik tie respondentai, kurie apskritai nesilanko naktiniuose klubuose arba lankosi keletą kartų per metus. Siekiant gauti tikslesnius atsakymus, paprastai apibrėžiamas trumpesnis laikotarpis, dažniausiai vienas mėnuo.

Taip pat būtina atsižvelgti į tai, ar respondentas turi pakankamai informacijos, reikalingos atsakyti į klausimą. Pavyzdžiui, klausiant „kiek yra vertas Jūsų butas šiuo metu?“, respondentui gali būti sunku į tai atsakyti, jeigu jis pirko (gavo dovanų ir t. t.) butą gana seniai, tarkime, prieš dešimt metų, ir nesidomėjo būstų rinkos kainomis. Fowlerio ir Cosenza (2008, p. 144) siūlymu, tokiu atveju galima prašyti respondento pateikti informaciją, kurią jis tikrai turėtų žinoti (pvz., jo gyvenamosios vietos pašto kodą; gyvenamąjį rajoną; būsto plotą). Remdamasis šia informacija bei viešai prieinama informacija apie esamas būstų rinkos kainas, pats tyrėjas galėtų įvertinti respondento būsto vertę. Be abejo, tai kiek komplikotas būdas duomenims gauti, tačiau jei šie duomenys yra būtini tyrimo tikslui pasiekti, tai gali būti sprendimas.

**Neteisingai parinktos atsakymų alternatyvos.** Viena iš galimų klaidų yra susijusi su nesubalansuotomis atsakymų alternatyvomis. Pavyzdžiui, respondentui pateikiamos vertinimo reikšmės:

1. Puikiai
2. Gerai
3. Pakankamai
4. Blogai

Matome, kad alternatyvos daugiau atspindi pozityvų vertinimą, todėl ir galutinis vertinimas, gautas, apdorojus visus surinktus duomenis, gali būti labiau teigiamas nei neigiamas. Didesniam objektyvumui pasiekti turėtų būti įtraukta alternatyva „labai blogai“.

Kita klaida – alternatyvų neadekvatumas klausimo prasmei. Brymanas (2008, p. 241) pateikia tokį pavyzdį. Į knygą leidėjas įdėjo klausimyną skaitytojams, prašydamas įvertinti knygą. Vienoje klausimyno dalyje buvo pateiktas klausimų blokas apie knygos kokybę. Atsakymų variantai suformuluoti, taikant Likerto skalę. Respondentas turėjo pasirinkti, ar tai, apie ką klausama, yra „blogai; priimtina; vidutiniškai; gerai; puiku“. Tačiau klausimai buvo maždaug tokie: „Ar rašymo stilius buvo elegan-

tiškas, nuoseklus, vaizdingas?“. Į tokį klausimą tiktų atsakymai „taip“ ir „ne“, jų smulkesnės kategorijos „taip, labai; apskritai, taip; iš dalies; visiškai ne“ ir panašiai, bet ne „blogai“ ir „puikiai“.

Tokiu atveju tikslingiau klausimus formuluoti kaip teiginius, pavyzdžiui, „Prašome įvertinti knygos kokybę, remiantis toliau pateiktais kriterijais:

**Rašymo nuoseklumas:**

Blogai	_____
Priimtina	_____
Vidutiniškai	_____
Gera	_____
Puikiai	_____

Dar viena neretai pasitaikančių klaidų – atsakymų alternatyvų sutapimas. Pavyzdžiui, klausime „Koks Jūsų amžius?“ pateikiami atsakymo variantai:

1. Iki 20 metų
2. 20-30 metų
3. 30-40 metų
4. 40-50 metų
5. 50-60 metų
6. 60 metų ir daugiau

Matome, kad respondentui, kuris, pavyzdžiui, yra 50-metis, tinka tiek ketvirtas, tiek penktas atsakymo variantas. Reikėtų alternatyvas atskirti vienu vienetu (pvz., 40-50 metų; 51-60 metų ir t. t.).

*Jei klausimai uždari, jų atsakymai privalo būti išsamūs, t. y. variantų turi būti tiek, kad kiekvienas respondentas galėtų išsirinkti bent vieną tinkamą. Tyrėjai ne visada gali žinoti / numatyti visus galimus atsakymus, todėl tikintis daugiau atsakymų pasitelkiamas variantas „kita“ uždara forma arba „kita (įrašykite \_\_\_\_\_)“ – pusiau atvira forma.*

Taip pat reikėtų nepamiršti, kad ko nors respondentas gali nedaryti / neturėti / nedalyvauti. Nereikėtų daryti prielaidų, kad yra universalios visiems respondentams tinkančių dalykų. Pavyzdžiui, visada gali



atsirasti žmonių, kurie neturi mobiliojo telefono; nežiūri televizoriaus; neturi su kokia nors situacija susijusių problemų ir pan. Privalo būti jiems skirtas atsakymo variantas.

**Klausimyne neturėtų dominuoti klausimai su „taip / ne“ atsakymų alternatyvomis.** Tokie klausimai tinka tik labai konkrečioms, faktiniams dalykams įvertinti. Pavyzdžiui: „Ar turite nuosavą automobilį?“, „Ar turite vaikų?“. Tačiau daugelio klausimų neįmanoma atsakyti vienareikšmiškai, ypač klausimų apie pasitenkinimą, jausmus, vertinimus, nuostatas ir pan. Pavyzdžiui, nėra prasminga į klausimą „Ar Jūs patenkintas karjeros galimybėmis savo darbovietėje?“ pateikti atsakymų variantus „taip / ne“.

**Sutikimo / nesutikimo klausimai.** Kaip pamatysime vėliau, vienas iš dažnai pasitaikančių klausimų yra sutikimo / nesutikimo su teiginiais klausimai. Fowleris ir Cosenza (2008, p. 152) atkreipia dėmesį į tai, kad atsakymas į šiuos klausimus gali būti stipriai paveiktas pačios klausimo formuluotės. Pavyzdžiui, „Mano sveikata yra prasta. Ar Jūs visiškai sutinkate, sutinkate, nesutinkate, ar visiškai nesutinkate su šiuo teiginiu?“ Pirma, tokiame klausime galimas tik respondentų padalinimas į dvi grupes – tie, kurie sutinka, kad jų sveikata yra prasta; arba tie, kurie nesutinka, kad jų sveikata yra prasta. Be to, respondentus gali gluminti tai, kad norėdami pasakyti, kad jų sveikata yra gera, jie turi tai išreikšti per nesutikimą, kad jų sveikata yra prasta. Todėl geriau naudoti paprastą reitingavimą: „Kaip Jūs įvertintumėte savo sveikatą? Puiki, labai gera, gera, nebloga ar prasta?“.

**Klausimas „Ar...“ turi būti subalansuotas.** Gana dažna klaida, daroma užduodant klausimus „Ar“ formatu, yra klausimo formuluotėje pateikti tik vieną iš dviejų galimų atsakymo krypčių (pvz., „Ar *sutinkate*, kad ...“). Subalansuota klausimo formuluotė yra: „Ar *sutinkate*, ar *nesutinkate*, kad...“ Nepriklausomai nuo to, kokie atsakymo variantai pateikiami prie klausimo, pati klausimo formuluotė turėtų apimti abi alternatyvias kryptis. Vienpusė formuluotė gali tendencingai veikti respondento atsakymą formuluotėje nurodyta kryptimi. Ši taisyklė ne visada taikytina klausimams apie faktus, tačiau klausimuose apie nuostatas ją taikyti būtina.

**Klausimo formuluotė turi būti išsami, reikėtų vengti klausimų fragmentų.** Jei klausimas pateiktas kaip fragmentas, interviuotojas (res-

pondentas) turės fragmentą papildyti žodžiais ar pakeisti formuluotę, kad ji skambėtų kaip atsakytinas klausimas, o šios pakoreguotos formuluotės gali skirtis. Pavyzdžiui, klausimynuose dažnas toks klausimas fragmentas:

1. Jūsų amžius: \_\_\_\_\_

Vienoje apklausoje, kurioje klausimynus pildė mokiniai, prie šio klausimo kilo daug papildomų klausimų: mokiniai ėmė klausinėti „Ar man čia gimimo datą įrašyti?“, „Jeigu man kitą savaitę sueis 16 metų, tai man 15 ar 16 žymėti?“ ir pan. Taigi, net iš pirmo žvilgsnio banalus, tačiau iki galo neapibrėžtas klausimas gali reikšti problemą. Nereikėtų tikėtis, kad respondentas spręs šią problemą. Tiksliau, kiekvienas respondentas ją išspręs savaip. Todėl klausimuose reikėtų aiškiai ir iki galo suformuluoti, ko norite paklausti ir kokio tipo atsakymą norite gauti? Pavyzdžiui, tikslaus klausimo apie amžių pavyzdys galėtų būti toks: „Įrašykite, kiek metų Jums suėjo per paskutinį Jūsų gimtadienį: \_\_\_\_\_“.

**Alternatyvos „nežinau“, „neturiu nuomonės“.** Apklausoje apie požiūrius, nuostatas dažnai pateikiamos atsakymų alternatyvos „nežinau“, „neturiu nuomonės“. Dažnai manoma, kad šios alternatyvos yra būtinos, siekiant išvengti respondentų nuomonės išreiškimo tomis temomis, kuriomis jie neturi nuomonės. Kita vertus, JAV tyrėjai pastebėjo, jog, taikant alternatyvą „nežinau“, yra nemažai tokių respondentų, kurie iš tikrųjų turi nuomonę tiriamu klausimu, tačiau nelinkę vargintis ją išreikšti; ypatingai daug tokių respondentų buvo žemesnio išsimokslinimo lygio (Bryman, 2008).

Nenorui, tingėjimui išreikšti nuomonę gali turėti įtakos ir klausimų eilės tvarka bei jų skaičius: jeigu klausimynas yra labai ilgas, jeigu respondentas verčiamas prie kiekvienos atsakymo alternatyvos, išskyrus „nežinau / neturiu nuomonės“ pagrįsti savo atsakymą, respondentai bus vis mažiau linkę rinktis kitas alternatyvas nei „nežinau“.

Jei apklausa vykdoma interviu būdu, paprastai atsakymo variantai „nežinau“, „neturiu nuomonės“ nėra perskaitomi respondentui (tik pažymėti klausimyne prie klausimų, kur jie apskritai galimi), o interviuotojas pažymi tokį atsakymo variantą tik tuo atveju, jei respondentas tikrai negali pasirinkti iš jam išvardintų alternatyvų ir pats įvardina „nežinau“, „netu-

riu nuomonės“, „sunku pasakyti“ ir pan. Tuo tarpu klausimynuose, kurie pildomi savarankiškai, šios alternatyvos turi būti įtrauktos ten, kur būtina.

Panaši situacija yra su tarpine alternatyva, tokia kaip „nei sutinku, nei nesutinku“. Nėra vienareikšmiškai sutariama dėl šios alternatyvos taikymo: jei ši alternatyva pateikiama, žmonės gali būti linkę supaprastinti sau užduotį ir rinktis ją užuot pagalvoję bei išreiškę savo pozicijos kryptį; iš kitos pusės, jei šios alternatyvos nėra, tie respondentai, kurie iš tiesų yra „vidurio pozicijoje“, bus priversti dirbtinai „pasislinkti“ į vieną arba kitą pusę. Vėlgi, interviu atveju galimas sprendimas – neskaityti tarpinės alternatyvos, tačiau palikti ją klausimyne, kad interviuotojas galėtų pažymėti, jei respondentas pats ją pasiūlys. Kai klausimynas pildomas savarankiškai, vis dėlto korektiškiau būtų įtraukti šią alternatyvą, kad respondentai nebūtų verčiami rinktis jiems netinkančių atsakymų variantų (de Vaus, 2002).

**Klausimai filtrai.** Nors kiekvieną konkrečios apklausos respondentą pasiekia toks pats klausimynas kaip ir kitus joje dalyvaujantčius respondentus, kai kuriuos klausimus ar jų grupes gali būti netikslinga užduoti kai kuriems respondentams ar jų grupėms. Pavyzdžiui, jei respondentas nerūko, nėra tikslinga jam užduoti klausimus apie elgseną, susijusią su rūkymu. Tokiu atveju tikslinga respondentus išfiltruoti, panaudojant klausimus filtrus. Tai klausimai, leidžiantys atskirti respondentus, kuriems neprasminga atsakinėti į tam tikrus klausimus ar jų grupes. Filtravimas turi du pagrindinius žingsnius: 1) užduoti klausimą filtrą, kuris suskirstytų respondentus į grupes pagal pasirinktus atsakymo variantus; 2) pateikti instrukcijas, kurios nurodys, kokius tolesnius veiksmus turi atlikti (į kokius klausimus ar jų grupes turi atsakyti) tam tikrą atsakymo variantą pasirinkę respondentai. Neretai gali būti ir keletas žingsnių filtravimas, kai tikslinės respondentų grupės išfiltruojamos ne vienu, o keliais klausimais filtrais. Pavyzdžiui:

*1 filtravimo žingsnis:* išsiaiškinti, kurie respondentai turi vaikų, kurie ne. Tie, kurie neturi vaikų, praleidžia bloką su klausimais apie vaikus.

*2 filtravimo žingsnis:* tarp respondentų, kurie nurodė turintys vaikų, išsiaiškinama, kurie respondentai turi tik ikimokyklinio amžiaus vaikų; tik mokyklinio amžiaus vaikų; abiejų amžiaus grupių vaikų. Pastarieji pildo visus bloko apie vaikus klausimus; tik ikimokyklinio amžiaus vaikų turintys respondentai pildo tik jiems aktualius klausimus, kaip ir tik mokyklinio amžiaus vaikų turintys respondentai.

Be abejo, galimas ir variantas, kai klausimai filtrai nėra taikomi, o prie kiekvieno tam tikram teminiam blokui priklausančio klausimo pridedamas atsakymo variantas „ne...“. Pavyzdžiui, prie kiekvieno klausimo, susijusio su rūkymu (pvz., „Kiek cigarečių surūkote per dieną“, „Kokias cigaretes rūkote“ ir pan.), pridedamas atsakymo variantas „Nerūkau“. Tačiau tai nėra tinkamas pasirinkimas, ypač tada, kai yra tokių klausimų serijos. *Nereikėtų* su šiuo elgesiu *nesusijusių respondentų versti skaityti visos serijos jiems neaktualių klausimų* ir pakartotinai žymėti atsakymo variantą „nerūkau“. Tai gali varginti bei erzinti respondentą, blaškyti jo dėmesį ir todėl neigiamai paveikti jo pastangas kokybiškai užpildyti likusią klausimyno dalį. Be to, tai apsunkina ir duomenis apdorojančio asmens darbą, nes yra papildomas pasikartojantis veiksmas, kurio būtų galima išvengti (pvz., jei iš 1000 respondentų 500 nerūko, o klausimų apie rūkymą klausimyne yra 10, tai apdorojant duomenis 10 x 500 kartų reikės įvesti atsakymo variantą „nerūko“).

Apibendrinant iki šiol pateiktą 3 skyriaus medžiagą, galima suformuluoti tokią taisyklę: klausimynas turi būti sukonstruotas tokiu būdu, kad kiekvienas respondentas *norėtų, gebėtų ir galėtų* užpildyti klausimyną ir atsakyti į *kiekvieną* jam skirtą klausimyno klausimą. Kodėl respondentas gali nenorėti, negebėti arba negalėti atsakyti? Be abejo, neatsakyti respondentai gali ir dėl įvairių priežasčių, kurios kartais gali būti mums nežinomos ir susijusios tik asmeniškai su respondentu. Tačiau gana dažnai sunkumas ar nenoras atsakinėti į kai kuriuos klausimyno klausimus gali būti susiję su tuo, kad tyrėjui nepavyko tinkamai sukonstruoti klausimyno. Pavyzdžiui, respondentas gali *nenorėti* pildyti klausimyno, jei jis jam pasirodys per ilgas, per sudėtingas, per daug jautrus ar įžeidžiantis. Gali *negebėti*, jei jis bus pilnas terminų, sudėtingų klausimų, pasižymės painiu filtravimu ar neaiškiais / nepakankamomis instrukcijomis. Gali *negalėti* atsakyti, jei nebus jam tinkamo atsakymo varianto / vietos, kur pažymėti savąjį.

Manome, kad sukūrus klausimyną naudinga pačiam tyrėjui pabandyti atsakyti į klausimyno klausimus. Pabandžius respondento vietoj įsivaizduoti save ir atsakyti į klausimą, tampa aiškiau, ar klausimas iš tiesų leis surinkti tuos duomenis, kurių tikimasi. Pavyzdžiui, pabandęs atsa-

kyti į klausimą „Ar Jūs šią savaitę vairavote automobilį?“, tyrėjas greitai supras šio klausimo nekonkretumą: ką reiškia „ši savaitė“ respondentui? Ar tai reiškia „per paskutines septynias dienas“? Atsakymui įtakos turėtų ir tai, kurią savaitės dieną respondentas atsakinėja šį klausimą (pvz., pirmadienį ar penktadienį).

Išvardintos tikrai ne visos potencialios klausimų formuluočių problemos bei rekomendacijos. Tai pagrindas, kuris, tikimės, pravers kauptiant patirtį ir žinias, padėsiančias kurti efektyvius klausimynus. Klausimų konstravimas išsamiai aptariamas kiekvienoje apklausos metodą aprašančioje knygoje (žr. rekomenduojamos literatūros sąrašą skyriaus pabaigoje).

### 3.4. Klausimų tipai ir formos

„Klausimas“ apklausos klausimyne – tai klausimo formuluotė ir atsakymo variantai, kurie paprastai įgyja tam tikras standartines formas. Šiame poskyryje apžvelgsime pagrindinius klausimų ir atsakymo variantų tipus bei formas.

Yra trys pagrindiniai klausimų tipai, būdingi apklausos klausimynams: uždari klausimai (angl. *closed-ended questions*), atviri klausimai (angl. *open-ended questions*) bei pusiau uždari klausimai (angl. *semi-closed-ended questions*). Uždari klausimai – tai klausimai, kuriuose respondentui pateikiamas galimų atsakymo alternatyvų sąrašas, iš kurių jis turi išsirinkti jam tinkantį atsakymą (-us). Atviri klausimai – tai klausimai, kuriuose atsakymą suformuluoja pats respondentas. Pusiau uždari klausimai – tai atvirų ir uždarų klausimų formato derinys, kai yra pateikiami tyrėjo suformuluoti atsakymo variantai, tačiau taip pat paliekama galimybė respondentui įrašyti savo atsakymo variantą (jei tyrėjo pateiktame sąrašė nėra jam tinkamo). 3.3 lentelėje pateikiami visų trijų tipų klausimų pavyzdžiai:

## 3.3 lentelė. Pagrindiniai apklausos klausimų tipai

<u>Uždaras klausimas:</u>	<u>Pusiau uždaras klausimas:</u>	<u>Atviras klausimas:</u>
<b>Ar Jūsų namuose / bute yra fiksuoto ryšio telefono linija?</b> 1. Taip 2. Ne  <b>Kuriame kurse Jūs mokotės?</b> 1. I 2. II 3. III 4. IV	<b>Iš kur gaunate daugiausiai žinių apie Europos politikos reikalus? Pirmiausia?</b>  1. Televizijos 2. Spaudos 3. Radijo 4. Interneto 5. Kita (įrašykite)  6. Neieškote žinių apie Europos politikos reikalus 99 N/N <sup>16</sup>  <i>Pagal: Eurobarometras 74<sup>17</sup></i>	<b>Kuriais metais Jūs gimėte?</b> <i>(įrašykite gimimo metus)</i> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>   <b>Kokius sunkumus patiriate dirbdami naująja kompiuterine programa? Atsakymą įrašykite:</b> _____ _____ _____

## 3.4.1. Uždarų ir pusiau uždarų klausimų savybės

Uždari ir pusiau uždari klausimai paprastai sudaro apklausos klausimų pagrindą, kadangi jie yra parankiausi kiekybinei analizei. Tinkamai sukonstruoti uždari klausimai pasižymi daugeliu *privalumų*:

- Į uždarus klausimus yra lengva ir patogiu atsakinėti – tereikia išsirinkti / pažymėti tinkantį atsakymo variantą (-us).
- Lengva apdoroti gautus duomenis. Uždari klausimai lengvai koduojami ir įvedami. Pavyzdžiui, esant sunumeruotiems atsakymų variantams atitinkami kodai gaunami beveik mechaniškai (t. y. atsakymo varianto numeris tampa kodu). Be to, apdorojant duomenis išvengiama galimų neteisingų respondentų atsakymų interpretacijų (kas gali atsitikti klasifikuojant ir koduojant atsakymus į atvirus klausimus), kadangi respondentai pasiskirsto tarp iš anksto apibrėžtų alternatyvų.

<sup>16</sup> Kai kuriuose klausimynuose yra nusistovėjęs susitarimas atsakymo variantą „nežinau / neturiu nuomonės“ trumpinti kaip N / N (tai ypač būdinga tuomet, kai klausimyną pildo interviuotojas). Taip pat atsakymo variantai „nežinau“, „neturiu nuomonės“ bei „neatsakė“ apdorojant duomenis gali būti žymimi atskiru kodu „99“ arba „88“.

<sup>17</sup> „Eurobarometras 74. Visuomenės nuomonė Europos Sąjungoje“. 2010 rudenio. Šalies ataskaita: Lietuva. [http://ec.europa.eu/public\\_opinion/archives/eb/eb74/eb74\\_lt\\_nat.pdf](http://ec.europa.eu/public_opinion/archives/eb/eb74/eb74_lt_nat.pdf)

- Atsakymų į uždarus klausimus kokybė nėra priklausoma nuo respondentų iškalbingumo.
- Atsakymus lengva palyginti.
- Atsakant į atvirus klausimus, respondentui ne visada gali būti aišku, kokio pobūdžio atsakymo iš jo tikimasi. Taip pat interviu ar klausimyno pildymo metu jis gali neprisiminti / nesugalvoti tinkamo / jam būdingo atsakymo varianto. Atsakymo alternatyvos, pateiktos prie uždaro klausimo, tiksliai nurodo atsakymo pobūdį, be to, paprastai apima svarbiausias įmanomas alternatyvas. Pavyzdžiui, de Vausas (2002) nurodo, kad klausimas, kuriame pateikiamas laikraščių ir žurnalų sąrašas, užfiksuos didesnę skaitytųjų skaičių nei atviras klausimas apie tai, kokius laikraščius ir žurnalus respondentas skaitė per praėjusią savaitę.

Uždari klausimai turi ir *trūkumų*:

- Spontaniškumo respondentų atsakymuose praradimas. Tikėtina, kad respondentas gali turėti savo, originalų atsakymą, kurio varianto nėra tarp atsakymų alternatyvų. Ši problema sprendžiama, įtraukiant atsakymo variantą „kita“, kur respondentas gali įrašyti savo variantą.
- Sudėtinga numatyti visus įmanomus atsakymų variantus; kartais variantų sąrašas gali būti pernelyg ilgas.
- Reikia labai atidžiai parinkti atsakymų alternatyvas, kad jos nesutaptų.
- Sudėtinga parinkti tokius atsakymų variantus, kurie būtų vienodai suprantami visų respondentų.

Vienas iš didžiausio dėmesio ir pastangų reikalaujančių dalykų konstruojant uždarus klausimus yra atsakymo alternatyvų sukūrimas. Uždarų klausimų atsakymo variantai turėtų pasižymėti šiomis savybėmis:

*Atsakymo variantai turėtų apimti visas galimas atsakymo alternatyvas.* Kitaip tariant, atsakymo alternatyvos turėtų apimti visus respondentus. Turi būti siekiama, kad atsakymų variantai apimtų per 90 proc. atsakymų, galimų į tą klausimą (Alreck, Settle, 1995). Kaip jau minėta, jei nėra įmanoma pateikti visų galimų alternatyvų (jos nėra žinomos, bet žinoma, kad jų turėtų / galėtų būti; jų yra per daug ar pan.), būtina sąrašo pabaigoje pateikti atsakymo variantą „kita“. Pavyzdžiui:

**Kas paprastai rytais lydi vaiką į darželį?**

Pažymėkite iki trijų asmenų, kurie lydi dažniausiai.

1. Mama
2. Tėtis
3. Vyresnis brolis
4. Vyresnė sesuo
5. Senelis
6. Senelė

Tokie variantai nėra išsamūs, kadangi vaiką gali lydėti samdytas žmogus, pavyzdžiui, auklė, taip pat kaimynė, teta arba dėdė, galbūt yra ir dar kokių nors specifinių atvejų. Jie visi turėtų atsirasti atsakymo alternatyvose (kaip atskiri punktai arba kaip juos visus apimantis atsakymo variantas „kita“), antraip respondentai, kuriems būdingi būtent praleistieji variantai, neras prie kurio atsakymo punkto save priskirti, taigi, arba nieko nežymės, arba žymės ne tikrąjį atsakymą.

*Atsakymo alternatyvų neturi būti per daug.* Paprastai laikoma, kad atsakymo variantų sąrašas neturėtų būti didesnis nei 8-10 punktų (Alreck, Settle, 1995). Jei atsakymo alternatyvų sąrašas labai ilgas, reikėtų pagalvoti, ar nereikia klausimo skelti į kelias dalis, t. y. į kelis klausimus, kurie apimtų tam tikras temines alternatyvų subgrupes. Kitas sprendimas – palikti svarbiausias alternatyvas, o visus kitus galimus variantus apimtų atsakymo variantas „kita“.

*Atsakymų variantai neturi sutapti.* Kiekvienas atsakymo variantas turi aiškiai skirtis nuo kitų atsakymo variantų. Kiekvienas atsakymo variantas turi apimti tik vieną aspektą (t. y. negali būti dvigubų ar daugialypių atsakymo variantų). Skirtingi atsakymo variantai neturi apimti tų pačių prasmių. Pavyzdžiui:

**Ar Jūs šiuo metu dirbate samdomą darbą?**

1. Taip
2. Ne
3. Dirbu ne visą darbo dieną

Tiek atsakymo alternatyva „taip“, tiek „dirbu ne visą darbo dieną“ apima ta patį atsakymą: „taip, dirbu“. Sprendimas: palikti tik „taip / ne“ alternatyvas darant prielaidą, kad „taip“ apima visus variantus, jei nors



kiek laiko dirbamas samdomas darbas (nurodant šią instrukciją respondentams). Kitas sprendimas: praplėsti alternatyvų skaičių, detaliai surašant visus galimus variantus: „Taip, dirbu visą darbo dieną; taip, dirbu dalį dienos; taip, dirbu pagal autorines sutartis ir t. t.“.

*Kur reikia, turi būti „nebuvimą“ alternatyva.* Klausimai apie nuomones turėtų turėti atsakymo variantą „nežinau“, „neturiu nuomonės“; klausimai apie faktus turėtų turėti atsakymo variantą „neturiu...“, „nebuva...“, „nedarau...“. Pavyzdžiui, „Neturiu problemų“, „Nežiūriu televizoriaus“ ir pan.

*Atsakymo variantai turi būti „subalansuoti“.* Tai ypač svarbu klausimuose, kuriuose atsakymo alternatyvos pateikiamos kaip vertinimo skalė: nuo neutralios padėties privalo būti po vienodai atsakymo kategorijų tiek į vieną (pvz., teigiamą), tiek į kitą (pvz., neigiamą) pusę. Blogo atsakymo variantų parinkimo pavyzdys: „puikiai, labai gerai, gerai, vidutiniškai, blogai“. Šiame pavyzdyje vertinantieji teigiamai turi labiau išskaidytas kategorijas, tuo tarpu vertinantieji neigiamai turi rinktis tik iš dviejų kategorijų. Tai reiškia, kad tie, kurie rinkęsi trečiąją neigiamos pusės atsakymo variantą (šiuo atveju jis būtų „labai blogai“), tiesiog susilies su besirenkančiais „blogai“.

### 3.4.2. Uždarų ir pusiau uždarų klausimų formos

Yra nemažai formų ir nustatymų, kaip pateikti ir surinkti atsakymus į uždarus ir pusiau uždarus klausimus. Tai gali būti tiek paprasto pasirinkimo iš galimų alternatyvų klausimai, tiek klausimai, kuriuose taikomos sudėtingesnės vertinimo skalių ar reitingavimo formos. Atsakymo alternatyvos gali būti žodinės arba skaitmeninės. Pateiksime pagrindinius variantus.

#### **Uždari ir pusiau uždari klausimai su paprastu pasirinkimu iš atsakymo alternatyvų sąrašo**

Tai klausimai, kurie turi nuo dviejų iki 8–10 (atskirais atvejais ir daugiau) atsakymo variantų sąrašą, iš kurio respondentas turi tiesiog pasirinkti jam tinkantį atsakymo variantą (-us). Yra šios atsakymo variantų pasirinkimo galimybės tokiuose klausimuose:

*Kai galimas tik vienas atsakymo variantas.* Yra keli atvejai, kai taikomi pasirinkimo vieno varianto klausimai:

*Pasirenkamas vienas iš dviejų (trijų) galimų atsakymo variantų, pavyzdžiui:*

<b>Jūsų lytis:</b> 1 Vyras 2 Moteris	<b>Ar Jūs rūkote?</b> 1 Taip 2 Ne
--	---

„Taip / ne“ klausimai dažnai naudojami, kai norima surinkti duomenis apie *faktus* ar respondento *elgseną*. Tai gali būti atskiri klausimai apie atskirus faktus, pavyzdžiui:

<b>Ar per pastaruosius 3 mėnesius bendravote su savo tėvu?</b> 1. Taip 2. Ne 88 (Neatsakė)
---

Šaltinis: Kanopienė et al., 2013, p. 104.

Kitas variantas – prie klausimo pateikiama skirtingų su tam tikru klausimu susijusių reikšmių, prie kiekvienos iš jų pažymint, ar ta reikšmė būdinga respondentui, ar ne. Pavyzdžiui:

**Siekiant geresnio gyvenimo Lietuvoje arba norint užkirsti kelią gyvenimo blogėjimui galima imtis įvairių veiksmų. Ar per pastaruosius 12 mėn. Jūs ėmėtės šių veiksmų...?**

	Taip	Ne	Nežinau
1. ... kreipėtės į politikus, centrinės ar vietos valdžios atstovus?	1	2	99
2. ... dirbote politinėje partijoje, judėjime ar iniciatyvinėje grupėje?	1	2	99
3. ... dirbote kitoje organizacijoje ar asociacijoje?	1	2	99
4. ... nešiojote ar kitaip demonstravote kokios nors politinės, socialinės, ekologinės ar panašaus pobūdžio kampanijos simboliką?	1	2	99
5. ... pasirašėte peticiją?	1	2	99

<sup>18</sup> Skliausteliuose žymimi atsakymo variantai, kurie nebūtų skaitomi (tačiau būtų pažymimi respondento prašymu), jei apklausa vyktų interviu būdu. Tuomet klausimyne iš karto gali būti naudojamas specialus žymėjimas / numeracija: 99 (Nežino) arba 99 (N / N) bei 88 (Neatsakė). Jei klausimynas skirtas pildyti savarankiškai, tuomet labiau tiktų atsakymo variantą numeruoti įprastai ir užrašyti nesutrumpintą (pvz., 3. Nežinau).

*Lentelės tęsinys*

6.	... dalyvavote teisėtoje viešoje demonstracijoje?	1	2	99
7.	... boikotavote tam tikrus produktus?	1	2	99

Šaltinis: ESS 2010/11.

**Prašau pasakyti apie kiekvieną teiginį, ar Jūs pritariate šiam teiginiui, ar ne?**

		Už	Prieš	N/N
1.	Europos ekonominė ir pinigų sąjunga su bendra valiuta euru	1	2	99
2.	Bendra Europos Sąjungos 27 šalių narių užsienio politika	1	2	99
3.	Tolesnė Europos Sąjungos plėtra, ateityje įtraukiant kitas šalis	1	2	99
4.	Bendra Europos Sąjungos šalių narių gynybos ir saugumo politika	1	2	99

Šaltinis: Eurobarometras 74.

*Kai pateikiama daug atsakymo variantų, bet logiškai tik vienas iš jų yra galimas.* Tai gali būti atsakymo variantai, kurie tiesiog išvardina skirtingas galimas respondentų kategorijas, arba atsakymo variantai, kurių kategorijos pateiktos tam tikra didėjimo arba mažėjimo tvarka. Pavyzdžiui:

**Jūsų dabartinis santuokinis statusas:**

1. Vedęs / ištekėjusi
2. Vedęs / ištekėjusi antrą kartą
3. Nevedęs / netekėjusi, gyvenu kartu su partneriu
4. Nevedęs / netekėjusi, niekada negyvenau su partneriu
5. Nevedęs / netekėjusi, anksčiau gyvenau su partneriu, o dabar gyvenu vienas (-a)
6. Išsiskyręs / išsiskyrusi
7. Našlys / našlė
8. Kita 88 (Neatsakė)

**Ar Jūs dažnai meldžiatės (jei iš viso meldžiatės) ne religinių apeigų metu?**

1. Kiekvieną dieną
2. Dažniau nei kartą per savaitę
3. Kartą per savaitę
4. Bent kartą per mėnesį
5. Tik per didžiąsias šventes
6. Dar rečiau
7. Niekada
- 99 (Nežinau)

Šaltinis: ESS 2010/11.

Eilės tvarka gali būti pateikti ir atsakymo variantai – teiginiai, kurie atspindi tam tikras nuostatas (angl. *choice between ordered attitude statements*). Daroma prielaida, kad kiekvienas teiginys tokiu būdu atspindi galimas nuostatas, kad du teiginiai vienam respondentui logiškai netiktų. Pavyzdžiui:

**Kokia Jūsų nuomonė apie žmones, atvykstančius į Lietuvą dirbti?**

**Ką, Jūsų nuomone, turi daryti Vyriausybė?**

1. Leisti atvykti dirbti visiems, kas nori
  2. Leisti atvykti dirbti tik tiems, kuriems yra laisvų darbo vietų
  3. Nustatyti griežtus limitus, kiek žmonių gali atvykti dirbti
  4. Uždrausti žmonėms atvykti dirbti
- 99 (Nežino)

Šaltinis: EQLS 2007.

**Kokie buvo tolesni veiksmai po Jūsų skambučio?**

1. Pagalbos tarnybos brigada atvyko į įvykio vietą
  2. Pagalbos tarnybos brigada buvo išsiųsta, tačiau neatvyko
  3. Man buvo suteikta informacija telefonu apie tai, ką daryti / kur eiti tam, kad aš išspręščiau problemą
  4. Man buvo pasakyta, kad mano atvejis nėra skubus, todėl jokių tolesnių veiksmų nereikėjo.
  5. Kita
- 99 [N/N]

Šaltinis: Flash Eurobarometer 228.<sup>19</sup>

Jei paprasto pasirinkimo klausimuose alternatyvos yra skaitmeninės, gali būti du variantai: kai nurodomi tikslūs skaičiai arba kai nurodomi intervalai (nuo–iki). Tikslūs skaičiai dažniau nurodomi tada, kai yra ribota aibė. Jei reikšmių gali būti labai daug, patartina grupuoti. Tiesa, visada galima palikti ir atvirą klausimą, kur prašoma įrašyti tikslų skaičių. Sudarant intervalus svarbu, kad intervalų galai nesutaptų. Pavyzdžiui:

**Kurioje gimnazijos klasėje Tu mokaisi?**

1. I
2. II
3. III
4. IV

<sup>19</sup> Flash Eurobarometer 228. „The European Emergency Number 112“ <http://www.gesis.org/en/eurobarometer-data-service//survey-series/flash-eb/study-overview/>

**Kiek mobiliojo telefono aparatų iš viso turite namų ūkyje**

(suskaiciuokite visų namų ūkyje gyvenančių asmenų telefono aparatus):

0

1

2

3

4

5

Daugiau nei 5

99 (Nežino)

88 (Neatsakė)

**Koks Jūsų darbo stažas šioje darbovietėje?**

1. Mažiau nei 1 metai

2. 1-2 metai

3. 3-4 metai

4. 4-5 metai

5. Daugiau nei 5 metai

88 (Neatsakė)

**Prašome nurodyti, kuriai pajamų grupei priskirtumėte savo asmenines mėnesines pajamas, gautas iš visų šaltinių, po visų mokesčių išskaitų. Jei nežinote tikslios sumos, įvertinkite apytiksliai:** iki 200 litų nuo 201 iki 300 litų 301-400 litų 401-500 501-600 601-700 701-800 801-900 901-1000 1001-1500 1501-2000 2001-2500 2501-3000 3001-4000 4001-5000 Daugiau nei 5000 litų

99 (Nežino)

88 (Neatsakė)

Skaitmeniniai intervalai gali būti formuojami skirtingai, priklausomai nuo reiškinių, apie kurį kalbama; tyrimo tikslo ir analizės poreikių, tyrimui aktualios populiacijos charakteristikų ir pan. Gali skirtis intervalų ribos, pavyzdžiui, prie pajamų kas 50 litų; gali skirtis atstumas tarp pirmo ir pas-

kutinio intervalo dydžio. Pavyzdžiui, pajamų intervalai gali skirtis priklausomai nuo šalies pragyvenimo lygio, gali būti netikslinga smulkinti ir po 3000 litų, nes aišku, kad tokių bus mažai. Visi intervalai gali būti vienodi arba intervalo ribos gali keistis kas tam tikrą žingsnį (kaip, pvz., viršuje).

*Logiškai yra galimas daugiau nei vienas atsakymo variantas.* Tokiu atveju instrukcijose *būtina* nurodyti, kokia yra tyrėjo norima atsakymų pasirinkimo forma. Paprastai yra keletas variantų:

- Prašoma išsirinkti ir pažymėti *vieną svarbiausią* ar kitaip labiausiai tinkantį atsakymo variantą.
- Leidžiama pažymėti *daugiau negu vieną* atsakymo variantą, tačiau pasirinkimas yra *ribojamas*. Pavyzdžiui, leidžiama pažymėti 2 arba 3 labiausiai tinkančius atsakymo variantus.
- Leidžiama pažymėti *visus tinkančius* atsakymo variantus.

Šie pasirinkimo nustatymai orientuoti ne tiek į respondento patogumą, kiek į tyrėjo ir duomenų analizės poreikius. Jei yra pasirinkimų sąrašas, logiškai kiekvienam respondentui gali būti tinkami visi tame sąraše esantys atsakymo variantai. Jeigu visi respondentai sužymės visus atsakymo variantus, tyrėjui toks klausimas nebus labai naudingas. Todėl kiekvieno tokio klausimo atveju reikėtų tikslingai apsvarstyti, kokius nustatymus taikyti. Ribojimus tikslinga įvesti tada, kai norima išsiaiškinti, kas labiausiai / daugiausiai / geriausiai tinka respondentui iš pateikto sąrašo. Leisti žymėti visus tinkančius atsakymo variantus gali būti tikslinga tada, kai norima sužinoti apie bendrą tam tikro fakto paplitimą, tarkim, kiek žmonių turi tam tikrus daiktus. Pavyzdžiai:

**Kokios spalvos pakuotė Jums patinka labiausiai?**

*Pažymėkite ne daugiau nei tris labiausiai patinkančias spalvas:*

1. Juoda
2. Balta
3. Raudona
4. Geltona
5. Žalia
6. Mėlyna
7. Pilka
8. Ruda
9. Spalvota (kelių spalvų)
10. Kita
- 99 (Nežino)
- 88 (Neatsakė)

**Kokios spalvos puodelių Jūs turite namuose?**

*Pažymėkite visas spalvas, kokias turite:*

1. Juoda
  2. Balta
  3. Raudona
  4. Geltona
  5. Žalia
  6. Mėlyna
  7. Pilka
  8. Ruda
  9. Spalvota (kelių spalvų)
  10. Kita
- 99 (Nežino)  
88 (Neatsakė)

**Vertinimo skalės** (angl. *rating scales*)

Apklausoje plačiai naudojamos įvairių formų ir paskirties vertinimo skalės. Paprastai respondentui pateikiamas teiginys (-iai), apibūdinimas (-ai), objektas (-ai), situacija (-os), nuostata (-os) bei pan. ir prašoma respondento pateikti savo vertinimą nurodyta forma. Tokio tipo klausimai yra ne tik patogūs duomenų rinkimo etape, tačiau taip pat parankūs norint atlikti sudėtingesnius analitinius veiksmus. Atsakymai į tokio tipo klausimus vėliau gali būti sujungiami į suminius kintamuosius, t. y. analitines skales ir indeksus, kurie ypatingai parankūs analizuojant sudėtingus, daugiadimensinius socialinius reiškinius.

*Likerto skalė.* Ši skalė tikrai dažna, kai norima išmatuoti nuostatas. Respondentui pateikiamas teiginys arba teiginių grupė, kur kiekvienas teiginys išreiškia tam tikrą nuomonę arba nuostatą. Tyrėjas turi pateikti tokius teiginius, kurie išreiškia tipiškas nuostatas tiriamu klausimu. Respondento prašoma nurodyti *savo sutikimo ar nesutikimo su kiekvienu iš teiginių laipsnį*. Paprastai sutikimo ar nesutikimo laipsniui išreikšti taikoma 5 balų skalė nuo „visiškai sutinku“ (angl. *strongly agree*) iki „visiškai nesutinku“ (angl. *strongly disagree*). Taip pat Likerto skalė turi vidurio tašką „nei sutinku, nei nesutinku“ (angl. *neither agree nor disagree*), kuris nurodo neutralų respondento nusistatymą tiriamo klausimo atžvilgiu. Svarbu nepamiršti, kad skalė turi būti subalansuota – nuo vidurio taško po vienodai alternatyvų į teigiamą ir neigiamą pusę. Likerto skalės padėtys gali būti išreikštos verbalinėmis reikšmėmis („visiškai sutinku, sutinku,

nei sutinku nei nesutinku, nesutinku, visiškai nesutinku“) arba skaičiais nuo 1 iki 5, žodžiais nurodant tik ribines reikšmes. Jei Likerto skalės forma prašoma įvertinti teiginių aibę, patogiu naudoti lentelės formą:

**Kokie Jūsų santykiai su tėvu šiuo metu?** Prašome pasakyti, ar Jūs sutinkate, ar nesutinkate su kiekvienu iš šių teiginių?

	Teiginiai	Visiškai sutinku	Sutinku	Nei sutinku, nei nesutinku	Nesutinku	Visiškai nesutinku	(Nežinau)	(Neatsakė)
1.	Mes esame draugai	1	2	3	4	5	99	88
2.	Aš pasveikinu tėvą gimtadienio, kitų švenčių progomis	1	2	3	4	5	99	88
3.	Tėvas yra mano pagalbininkas buityje	1	2	3	4	5	99	88
4.	Mūsų pažiūros į gyvenimo vertybes yra panašios	1	2	3	4	5	99	88
5.	Aš bendrauju su tėvu tik iš pareigos	1	2	3	4	5	99	88
...	...							

Šaltinis: Kanopienė et al., 201, p. 131-133.

**Ar Jūs pritariate, ar nepritariate šiam teiginiui apie Lietuvos policiją?**

*Policija gina vertybes, kurios yra svarbios tokiems žmonėms kaip aš.*

1. Labai pritariu
2. Pritariu
3. Nei pritariu, nei nepritariu
4. Nepritariu
5. Labai nepritariu
- 99 (Nežinau)

Šaltinis: ESS 2010/11.

*Kitos penkių reikšmių vertinimo skalės.* Panašiu į Likerto skalę principu gali būti konstruojama svarbos skalė (nuo „labai svarbu“ iki „visiškai nesvarbu“), vertinimo skalė (nuo „labai gerai“ iki „labai blogai“) ir pan. Pavyzdžiui:



**Kaip manote, ar, vertinant apskritai, teismai gerai ar blogai atlieka jiems priklausantį darbą?**

1. Labai gerai atlieka
  2. Gerai atlieka
  3. Atlieka nei gerai, nei blogai
  4. Blogai atlieka
  5. Labai blogai atlieka
- 99 (Nežinau)

Šaltinis: ESS 2010/11.

**Kiek galimybė išvengti tarnybos armijoje buvo svarbi Jūsų santuokos su dabartine / paskutine sutuoktine registravimui?**

1. Labai svarbu
  2. Svarbu
  3. Nei svarbu, nei nesvarbu
  4. Nesvarbu
  5. Visiškai nesvarbu
- 99 (Nežino)  
88 (Neatsakė)

Šaltinis: Kanopienė et al., 2013, p. 47.

**Kokia, Jūsų manymu, yra tikimybė Jums netekti darbo (pagrindinio) per ateinančius 6 mėnesius?**

*(jeigu respondentas turi / turėjo daugiau nei vieną darbą, klausti apie pagrindinį)*

1. Labai netikėtina
  2. Gana tikėtina
  3. Nei tikėtina, nei netikėtina
  4. Gana netikėtina
  5. Labai tikėtina
- 99 (Nežino)  
88 (Neatsakė)

Šaltinis: EQLS 2007.

**Kiek streso suteikia įvairūs gyvenimo aspektai?**

*Profesinė veikla / darbas*

1. Labai daug streso
  2. Daug streso
  3. Vidutiniškai streso
  4. Mažai streso
  5. Labai mažai streso
- 99 (Nežino)  
88 (Neatsakė)

Šaltinis: Kanopienė et al., 2013, p. 221.

Likerto tipo skalės reikšmės gali būti formuluojamos ir kaip teiginiai (išlaikant pačią skalės logiką – neutralią poziciją atspindintis teiginys, ir po vienodai teiginių, atspindinčių teigiamą ir neigiamą poziciją). Pavyzdžiui:

**Jūsų nuomone, po penkerių metų nekilnojamas turtas (vertinant realiomis pardavimo kainomis):**

1. Bus daugiau nei dešimt procentų pigesnis nei šiandien
  2. Bus iki dešimt procentų pigesnis nei šiandien
  3. Bus panašus kaina į šiandienį
  4. Bus iki dešimt procentų brangesnis nei šiandien
  5. Bus daugiau nei dešimt procentų brangesnis nei šiandien
- 99 (Nežino)  
88 (Neatsakė)

Šaltinis: „Valstybė“, 2008, p. 17.

*Verbalinių dažnių skalė.* Ši skalė taip pat panaši į Likerto skalę, tik Likerto skalėje prašoma išreikšti sutikimo su teiginiu stiprumą (nuo „visiškai sutinku“ iki „visiškai nesutinku“), o verbalinių dažnių skalėje prašoma įvertinti, „kaip dažnai“ koks nors veiksmas buvo atliktas (pavyzdžiui, variantai nuo „visada“ iki „niekada“). Ši skalė naudojama tada, kai nėra tikslinga respondentų klausti, kiek kartų jie atliko vieną ar kitą veiksmą, nes manome, kad respondentas negalės nurodyti tikslaus skaičiaus. Toliau pateiktame pavyzdyje tyrėjas nori išsiaiškinti, kokiomis proporcijomis respondentai paskirsto savo veiklą, išreiškiančią jų politinį aktyvumą:

**Prašome iš pateiktos skalės išsirinkti skaičių, geriausiai išreiškiantį, kaip dažnai Jūs atliekate kiekvieną iš toliau pateiktų veiksmų, ir įrašyti į šalia esantį langelį.** Skalė: 1 - visada, 2 - dažnai, 3 - kartais, 4 - retai, 5 - niekada.

	Vi-sada	Daž-nai	Kar-tais	Re-tai	Nie-kada	(Neži-nau)
1. Prieš rinkimus ieškote informacijos apie politinius kandidatus	1	2	3	4	5	99
2. Balsuojate vietos rinkimuose	1	2	3	4	5	99
3. Balsuojate nacionaliniuose rinkimuose	1	2	3	4	5	99
4. Aukojate pinigų partijos rinkimų kampanijai rinkimuose į vietos savivaldybes	1	2	3	4	5	99
5. Aukojate pinigų partijos rinkimų kampanijai rinkimuose į Seimą	1	2	3	4	5	99

Šaltinis: adaptuota iš Alreck ir Settle, 1995, p. 120.

*Keturių reikšmių vertinimo skalės.* Klausimynuose naudojamos ir vertinimo skalės, kuriose, skirtingai nei Likerto tipo skalėse, nėra vidurinio (neutralaus) vertinimo pasirinkimo. Paprastai pateikiama po dvi priešingo vertinimo krypties alternatyvas. Pavyzdžiui:

**Prašome pasakyti, ar Jūs sutinkate, ar nesutinkate su kiekvienu iš šių teiginių?**

*Labai naudinga turėti Europos bendrąjį pagalbos telefono numerį, kuriuo galima naudotis bet kur Europos Sąjungoje.*

1. Visiškai sutinku
  2. Linkęs (-usi) sutikti
  3. Linkęs (-usi) nesutikti
  4. Visiškai nesutinku
- 99 N/N

Šaltinis: Flash Eurobarometer 228.

**Jūsų manymu, kiek tikėtina, kad Jums teks išsikelti iš savo būsto per ateinančius 6 mėnesius dėl to, kad Jūs daugiau negalėsite jo išlaikyti?**

1. Labai tikėtina
  2. Gana tikėtina
  3. Gana netikėtina
  4. Labai netikėtina
- 99 (Nežino)

Šaltinis: EQLS 2007.

**Ar Jūs pasitikite, ar nepasitikite šiomis politikos institucijomis?**

*Seimu*

1. Labai pasitikiu
  2. Greičiau pasitikiu
  3. Greičiau nepasitikiu
  4. Labai nepasitikiu
- 99 (N/N)  
88 (Neatsakė)

**Ar Jūs esate optimistiškai, gana optimistiškai, gana pesimistiškai ar labai pesimistiškai nusiteikę dėl Europos Sąjungos ateities?**

1. Labai optimistiškai
  2. Gana optimistiškai
  3. Gana pesimistiškai
  4. Labai pesimistiškai
- 99 N/N

Šaltinis: Eurobarometras 74.

*Trijų reikšmių vertinimo skalės.* Kartais paranku taikyti skales, kuriose yra vidurinė reikšmė ir po *vieną* reikšmę, atspindinčią priešingus vertinimus. Skalės reikšmės atspindi gana konkrečias vertinimo pozicijas. Jos taip pat parankios, kai norima palyginti tam tikro objekto, asmens, organizacijos būklę skirtingais laikotarpiais arba objektų, asmenų ir pan. poras tarpusavyje. Pavyzdžiui:

**Pagalvokite apie kiekvieną iš toliau nurodytų tikslų, kuriuos iki 2020 m. turėtų pasiekti Europos Sąjunga, ir pasakykite, koku jį laikote – pernelyg ambicingu, maždaug teisingu ar pernelyg kukliu?**

		Per daug ambicingas	Daugmaž tinkamas	Per kuklus	N/N
1.	Trys ketvirtadaliai vyrų ir moterų nuo 20 iki 64 metų turi turėti darbą	1	2	3	4
2.	Į mokslinius tyrimus ir vystymą investuojamų lėšų dalis turėtų siekti 3 proc. kasmet ES sukuriama ekonominio turto	1	2	3	4
3.	.....				

Šaltinis: Eurobarometras 74.

*Skaitmeninės vertinimo skalės* (angl. *linear / horizontal numeric scale*). Tai skalės, kuriose žodžiais paaiškinamos tik ribinės reikšmės (mažiausia ir didžiausia), o respondentas savo atsakymą žymi apibraudamas tarp šių ribų esančias skaitmenines reikšmes, nurodančias jo santykį su klausimu, teiginiu ar požymiu. Tokio tipo skalių ribinės reikšmės gali būti ir priešingos nuostatų pozicijos (angl. *horizontal rating scale*). Pavyzdžiui:

**Prieš susidarydami galutinę nuomonę apie vietos savivaldos problemas, Jūs tikriausiai išklausote ir kitas nuomones. Tad kiek reikšminga yra šių žmonių ir institucijų nuomonė, formuluojant Jūsų paties poziciją? Apibrėžkite kiekvienoje eilutėje pažymėtą skaičių.**

		Labai reikšminga			Visiškai nereikšminga				(Nežinau)
		1	2	3	4	5	6	7	
1.	Meras	1	2	3	4	5	6	7	99
2.	Tarybos nariai, su kuriais įprastai laikotės vienos nuomonės balsuodami	1	2	3	4	5	6	7	99
3.	Kiti tarybos nariai	1	2	3	4	5	6	7	99
4.	Juristas	1	2	3	4	5	6	7	99
5.	Mero patarėjai	1	2	3	4	5	6	7	99
6.	Verslo grupės	1	2	3	4	5	6	7	99
7.	Pilietinės organizacijos	1	2	3	4	5	6	7	99
8.	Bažnyčia	1	2	3	4	5	6	7	99
9.	Politinės partijos	1	2	3	4	5	6	7	99
10.	Laikraščiai, radijas, TV	1	2	3	4	5	6	7	99
11.	Vietiniai gyventojai, su kuriais susitinkate	1	2	3	4	5	6	7	99

Šaltinis: Jacob et al., 1993.<sup>20</sup>

**Ar Jūs apskritai galėtumėte pasakyti, kad dauguma žmonių galima pasitikėti, ar kad su žmonėmis reikia būti atsargiam? Prašome nurodyti skalėje nuo 1 iki 10 balų, kur 1 reiškia, kad su žmonėmis reikia būti labai atsargiam, o 10 reiškia, kad dauguma žmonių galima pasitikėti.**

1 Reikia būti labai atsargiam	2	3	4	5	6	7	8	9	10 Dauguma žmonių gali- ma pasitikėti	99 (Neži- no)
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	99

Šaltinis: EQLS 2007.

**Kai kurie žmonės mano, kad valstybė turėtų suteikti tinkamą paramą neįgaliesiems žmonėms, o kiti mano, kad tai yra šeimos atsakomybė.**

Valstybė turėtų būti visiškai atsakinga už para- mą neįgaliesiems									Šeima turėtų būti visiškai atsakin- ga už paramą neįgaliesiems	Ne- ži- nau
0	1	2	3	4	5	6	7	8	99	

Šaltinis: de Vaus, 2008, p. 102.

<sup>20</sup> Tarptautinio tyrimo „Demokratija ir vietos savivalda“ (Democracy and Local Governance) klausimyno lietuviška versija.

*Semantinis diferencialas.* Semantinio diferencialo skalėje pateikiami priešingi būdvardžiai, apibūdinantys vertinamą asmenį, reiškinį ar objektą. Respondentas pažymi kiekvieno palyginimo savo vertinimą. Vertinimui išreikšti naudojama intensyvumo skalė. Taigi, respondentas nurodo ne tik savo vertinimo kryptį, bet ir vertinimo stiprumą. Pavyzdžiui:

**Norėčiau paprašyti, kad įvertintumėte šią knygą remdamiesi toliau pateiktais apibūdinimais.** *Prie kiekvienos apibūdinimo poros pažymėkite skaičių, kuris geriausiai atitinka Jūsų nuomonę apie šią knygą.*

Įdomi							Neįdomi	N/N
1	2	3	4	5	6	7		99
Klasikinio stiliaus							Moderni	N/N
1	2	3	4	5	6	7		99
Lengvai skaitoma							Sunkiai skaitoma	N/N
1	2	3	4	5	6	7		99

Semantinio diferencialo skalė tinka politinių kandidatų, organizacijų, institucijų, parduotuvių, idėjų vertinimui matuoti, taip pat dviejų ar daugiau objektų palyginimui (pvz., dviejų politinių kandidatų, dviejų naujų parduotuvių ir pan.). Kurdamas šią skalę, tyrėjas pirmiausiai parenka teigiamus būdvardžius, apibūdinančius tiriamą objektą. Tai yra gana sunki užduotis, kadangi ne visuomet tyrėjas gali numatyti, kurie iš parinktų apibūdinimų yra aktualiausi respondentams. Vėliau parinktiems būdvardžiams sugalvojami priešingos reikšmės būdvardžiai (pvz., įdomus-nuobodus, geras-blogas, didelis-mažas, sunkus-lengvas ir t. t.) ir jie įrašomi priešinguose bipolinės skalės poliuose. Apibūdinimų sąrašas pateikiamas atsitiktine tvarka. Paprastai pateikiama ne daugiau kaip 20 apibūdinimų, iš kurių maždaug pusė turi prasidėti teigiamu būdvardžiu. Didžiausia problema, kylanti kuriant semantinio diferencialo skalę, – teisingų antonimų parinkimas (Alreck ir Settle, 1995).

*Semantinės distancijos skalė* (angl. *semantic distance scale*). Respondentui pateikiamas klausimas ir su juo susiję apibūdinimai. Respondentas turi nurodyti, kiek stipriai kiekvienas iš pateiktų apibūdinimų atitinka jo vertinimą. Vertinama pagal skalę su įvardintomis ribinėmis reikšmėmis (pavyzdžiui, 1 reiškia „visiškai netinka“, o 7 reiškia „puikiai tinka“). Ši skalė kiek primena semantinio diferencialo skalę, tačiau semantinės distancijos skalėje pateikti būdvardžiai neturi turėti jiems priešingų reikšmių. Pavyzdžiui, tyrėjas gali nurodyti „geras“, nesirūpindamas, ar jam priešingas būdvardis bus „blogas“ ar „negeras“ ar dar koks nors (Alreck ir Settle, 1995). Respondentas tiesiog pažymi, kiek arti ar toli nuo šio būdvardžio yra jo įvertinimas. Pavyzdžiui:

**Prašome pasirinkti vertinimo skalėje pateiktą skaičių, kuris parodytų, kiek tiksliai toliau pateikti teiginiai apibūdina Jūsų darbą. Vertinimą įrašykite prie kiekvieno apibūdinimo.**

Visiškai netinka	1	2	3	4	5	6	7	Puikiai tinka
			įdomus		_____			
		prastai mokamas			_____			
			sunkus		_____			
			rutiniškas		_____			
			lengvas		_____			
			techninis		_____			
			nuobodus		_____			
			svarbus		_____			
			laikinas		_____			
			sekinantis		_____			
			džiuginantis		_____			
			malonus		_____			
			rizikingas		_____			

Šaltinis: adaptuota iš Alreck ir Settle, 1995, p. 133.

*Vertinimo balai* (angl. *scores*). Tai vertinimo sistema, kai pateikiami reiškiniai, objektai ar asmenys, kuriuos reikia įvertinti, ir prašoma įrašyti, kokį vertinimo balą (tam tikros skalės ribose) kiekvienam jų respondentas skiria. Pavyzdžiui:

**Toliau pateikiamas Lietuvos universitetų sąrašas. Prašome įvertinti kiekvieno iš universitetų prestižą skalėje nuo 1 iki 10, kur 1 reiškia labai žemas, o 10 – labai aukštas. Kiekvienam universitetui galite skirti bet kurį balą nuo 1 iki 10.**

Universitetas	Vertinimo balas (nuo 1 iki 10)
Kauno technologijos universitetas	
Klaipėdos universitetas	
Lietuvos edukologijos universitetas	
Mykolo Romerio universitetas	
Šiaulių universitetas	
Vilniaus Gedimino technikos universitetas	
Vilniaus universitetas	
Vytauto Didžiojo universitetas	
.....	

*Vertikalūs vertinimo laipteliai* (angl. *vertical rating ladder*). Tai atvirkštinis vertinimo balais variantas, kuriame pateikiama vertikali skalė su apibūdintomis ribinėmis balų reikšmėmis ir respondento prašoma surašyti vertinamus asmenis, objektus ar reiškinius priskiriant juos tam tikram balui (laipteliui). Pavyzdžiui:

**Įvertinkite šių universitetų prestižą, įrašydami juos prie to balo, kuris atitinka Jūsų vertinimą. Vertinkite kiekvieną universitetą atskirai; keli universitetai gali gauti tokį patį įvertinimą.**

	Vertinimo balas	Universitetas
Aukštas	10	
	9	Oksfordo; Kembridžo
	8	Harvardo
	7	
	6	Prinstono
	5	
	4	
	3	Melburno
	2	
Žemas	1	

Šaltinis: de Vaus, 2002, p. 103.



*Daugiadimensinė vertinimo skalė* (angl. *multiple-rating matrix*). Alreck ir Settle'as (1995) pataria naudoti daugiadimensinę vertinimo skalę tais atvejais, kai norima ne vieną, o grupę reiškinių, objektų ar asmenų įvertinti pagal daugiau nei vieną kriterijų. Paprastai tokios skalės įgyja lentelės formatą ir yra labai patogios bei informatyvios. Pavyzdžiui:

**Prašome įvertinti „Vimble“ firmos gaminamą sportinį inventorių pagal toliau pateiktus kriterijus.** *Vertinkite 5 balų skalėje, kur 1 reiškia „labai blogai“, o 5 reiškia „labai gerai“. Savo vertinimą pateikite kiekviena lentelės langelyje įrašydamas (-a) Jūsų vertinimą atitinkantį balą.*

		Inventorius			
		Lazdos	Kamuoliai	Pirštinės	Batai
Vertinimo kriterijai	Kaina				
	Dizainas				
	Patvarumas				
	....				

Šaltinis: adaptuota iš Alreck ir Settle, 1995, p.137.

Klausimynuose gali būti naudojamos ne tik žodinės ir skaitmeninės skalės, tačiau taip pat ir *neverbalinės skalės* (angl. *non-verbal scale*). Tai skalės, kuriose atsakymo variantai pateikiami paveikslėlių, simbolių, veidukų ir pan. pavidalu. Tokios skalės gali būti panaudojamos tiek specifinėse populiacijose (pvz., apklausiant vaikus), tiek bendroje populiacijoje, kai tokia forma yra tinkama pagal klausimo tikslą. Pavyzdžiui, toliau pateikta skalė galėtų būti naudojama vaikų apklausoje, prašant parodyti veiduką, kuris išreiškia jo savijautą, kai, tarkim, jam reikia eiti į darželį, susitvarkyti žaislus ir pan.:



1



2



3

Kaip galima pastebėti iš parinktų pavyzdžių, vertinimo skalės gali būti skirtingo ilgio. Likerto skalę sudaro 5 vertinimo reikšmės, skaitmeninės skalės taip pat gali būti 5, 7 ar 10 reikšmių. Skalės reikšmių skaičius

turėtų būti parenkamas atsižvelgiant į tai, kokie yra konkretaus tyrėjo analizės poreikiai, kokio dydžio yra imtis, koks reiškinys yra matuojamas. Likerto tipo skalė yra patogi tuo, kad analizės metu galima sujungti skalės reikšmes, pavyzdžiui, sutinka (visiškai sutinku + sutinku), nesutinka (nesutinku + visiškai nesutinku). Ilgesnės skalės parankios, kai norima detaliau užfiksuoti skirtumus tarp respondentų / jų išreiškiamų nuostatų. Pavyzdžiui, taikant 10 balų skalę vietoj 5 balų skalės matuojant pasitikėjimą galima tiksliau apčiuopti respondentų pasiskirstymą skalės galuose. Iš kitos pusės, jei analizės metu vis tiek ketiname tam tikro kintamojo reikšmes sujungti iki daugiausia trijų kategorijų, ko gero, nebūs verta klausimyne pateikti 9 balų skalės (de Vaus, 2002).

### **Rangavimas** (angl. *ranking*)

Bendras anksčiau minėtų skalių bruožas yra tas, kad jose kiekvienas teiginys / asmuo / objektas / reiškinys vertinamas atskirai, t. y. vieno teiginio vertinimas nėra apribojamas / siejamas su kito teiginio vertinimu. Tuo tarpu ranguojant kiekvieno atsakymo punkto vertinimas *priklauso* nuo kito punkto vertinimo. Atsakymo punktus prašoma susieti rangavimo sistema, nuo aukščiausiu balu vertinamo punkto iki žemiausiu balu vertinamo punkto, kai vertinimo reikšmės *negali kartotis*. Kitaip tariant, respondentams pateikiami teiginiai, objektai, asmenys, reiškiniai ir prašoma juos išdėlioti eilės tvarka pagal svarbumą, mėgstamumą ir pan., kiekvienam suteikiant tam tikrą rangą. Ši skalė tinka tada, kai esame įsitikinę, jog respondentas gerai žino pateiktas alternatyvas. Pavyzdžiui:

**Toliau pateiktas sąrašas veiksnių, kurie galėtų pagerinti studijų kokybę. Prie kiekvieno veiksnio pažymėkite, kokią vietą pagal svarbą jis užima Jums asmeniškai vertinant studijų kokybę. Žymėkite 1 prie to veiksnio, kuris Jums atrodo svarbiausias, 2 – prie antro svarbiausio veiksnio ir t. t. Vienoje eilutėje gali būti pažymėtas vienas skaičius; skaičiai negali kartotis.**

Pirmas veiksnys	_____
Antras veiksnys	_____
Trečias veiksnys	_____
Ketvirtas veiksnys	_____
Penktas veiksnys	_____
Šeštas veiksnys	_____
Septintas veiksnys	_____

### **Palyginimo skalės** (angl. *scale of comparisons*)

Palyginimo skalės naudojamos vieno objekto palyginimui su kitu ar keliais kitais objektais (Alreck ir Settle, 1995). Vienas iš objektų laikomas standartu, su kuriuo lyginami kiti objektai. Šioje skalėje neegzistuoja absoliutaus standarto, visi vertinimai atliekami palyginimo pagrindu. Skalė gali būti naudojama siekiant tarpusavyje palyginti produktus (pvz., tyrimą užsakančios kompanijos produktą su rinkoje esančiais analogiškais kitų kompanijų produktais), organizacijas, kandidatus ir pan. Naudojant palyginimo skalę surinkti duomenys leidžia įvertinti intervalą tarp standarto ir objekto, su kuriuo jis lyginamas. Palyginus vertinimų metu gautas skaitmenines išraiškas, galima nustatyti objekto padėtį santykyje su kitais vertinamais objektais. Pavyzdžiui:

### **Palyginus su ankstesniąja vadovybe, naujoji vadovybė yra...**

(pažymėkite atsakymą virš vieno iš brūkšnelių):

Žymiai pažangesnė		Maždaug tokia pati		Žymiai mažiau pažangi
_____	_____	_____	_____	_____
1	2	3	4	5

Šaltinis: Alreck ir Settle, 1995, p. 126.

Vienas iš šios skalės privalumų yra jos taikymo lankstumas. Anot Alreck ir Settle'o (1995), pavyzdyje pateiktą vertinimą galima išplėsti, tuos pačius objektus palyginant pagal keletą kriterijų ar dimensijų. Kita galimybė – įtraukti daugiau objektų į palyginimą, taikant tuos pačius vertinimo kriterijus.

*Porinių palyginimų skalė* (angl. *scale of paired comparisons*). Tai tokios formos skalės, kai norimi palyginti objektai yra pakaitomis suporuojami ir kiekvienoje poroje prašoma pasirinkti vieną iš dviejų objektų (pagal klausime įvardintą pasirinkimo kriterijų) (de Vaus, 2002). Pavyzdžiui:

**Toliau pateiktos gėrimų poros. Išsirink ir pažymėk varnelė kiekvienoje poroje vieną iš dviejų gėrimų, kuris Tau yra skanesnis:**

- |                                     |                                     |
|-------------------------------------|-------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> „Vytautas“ | <input type="checkbox"/> „Neptūnas“ |
| <input type="checkbox"/> „Birutė“   | <input type="checkbox"/> „Birutė“   |
| <input type="checkbox"/> „Neptūnas“ | <input type="checkbox"/> „Birutė“   |
| <input type="checkbox"/> „Vytautas“ | <input type="checkbox"/> „Rasa“     |
| <input type="checkbox"/> „Neptūnas“ | <input type="checkbox"/> „Rasa“     |
| <input type="checkbox"/> „Rasa“     | <input type="checkbox"/> „Vytautas“ |

Palyginimo skalės paranku taikyti tuomet, kai tiriama populiacija yra pakankamai susipažinusi su palyginimui pateikiamais objektais ir gali pateikti pakankamai pagrįstus vertinimus.

Anksčiau pateiktos uždarų bei pusiau uždarų klausimų ir atsakymų variantų pateikimo formos tikrai neapima visų galimų variantų. Pavyzdžiui, sociologiniuose tyrimuose gali būti taikomos sudėtingai konstruojamos skalės su intensyvumo struktūra tarp jas sudarančių teiginių, tokios kaip *Bogarduso socialinės distancijos* skalė, kurioje matuojamas respondento santykis su skirtingomis etninėmis ar socialinėmis grupėmis. Šią skalę sudarančius indikatorius sieja intensyvumo struktūra. Kiekvienas klausimas vis stipresnis, t. y. atitinka artimesnį kontaktą su kitos grupės žmogumi. Bogarduso tipo skalėje stipresnio teiginio pasirinkimas suponuoja, kad respondentas pasirenks ir silpnesnius teiginius (bei atvirkščiai – atmetus silpnesnio teiginio reikšmę, manoma, kad stipresnės reikšmės respondentui taip pat nebus būdingos). Panašaus tipo intensyvumo struktūra tarp skalę sudarančių indikatorių remiasi Thurstono (angl. *Thurstone*), Gutmano (angl. *Guttman*) ir kitos skalių sudarymo priemonės, naudojamos sociologiniuose tyrimuose.

### 3.4.3. Atvirų klausimų savybės ir formos

Atviri klausimai pasižymi tuo, kad, atsakydamas į juos, respondentas nėra ribojamas atsakymo variantų, o gali atsakyti taip, kaip jis nori. Pagrindiniai atvirų klausimų *privalumai* yra šie:

- Respondentas gali pats pasirinkti, kaip atsakyti į šį klausimą, kokias sąvokas vartoti, jam neprimetami atsakymai. Todėl yra galimybė, kad respondentas pateiks tokį atsakymą, apie kurį tyrėjas nebuvo pagalvojęs.
- Išsaugomas atsakymo spontaniškumas, originalumas, pirminės reakcijos į klausimą.
- Šie klausimai leidžia įvertinti, kiek žinių turi respondentai tiriamu klausimu.
- Atvirus klausimus tinka pateikti tiriant anksčiau netyrinėtas ar mažai tyrinėtas problemas, t. y. kai tyrėjui stinga žinių apie problemos ypatumus ir pan.

Vis dėlto, šis klausimų tipas turi ir *trūkumų*:

- Atsakant į juos, reikia įdėti daugiau pastangų bei laiko. Respondentas turi atsakymą sugalvoti, taip pat suformuluoti sklandų atsakymą. Kai klausimynas pildomas savarankiškai, atsakymą reikia parašyti, o tai papildomos pastangos. Apklausose žodžiu pakanka atsakymą pasakyti, tačiau sunkumų gali kilti interviuotojui – atsakymus sunkiau tiksliai transkribuoti, tai užima daugiau laiko.
- Gautus duomenis sudėtinga koduoti, be to, tai atima daug laiko. Kodavimo metu yra nemaža tikimybė neteisingai interpretuoti respondentų atsakymus į atvirus klausimus. Kiekvienas respondentas atsakymą išreiškia savais žodžiais, o atsakymus apdorojantis asmuo juos interpretuodamas jungia į kategorijas.
- Respondentai, kurie yra iškalbingesni, raštingesni, lengviau ir plačiau atsakys į atvirus klausimus. Respondentai, kuriems sunku žodžiu, raštu ar apskritai sklandžiai išreikšti savo mintis, atvirkesniai, bus mažiau linkę atsakyti į atvirus klausimus, formuluos trumpesnius atsakymus. Dėl to jų nuomonės gali būti užgožtos, mažiau atspindėtos (de Vaus, 2002).

- Jei nepakankamai aiškiai nurodoma, kokio tipo atsakymą norima gauti, į atvirus klausimus respondentų surašyti atsakymai gali būti nepalygintini.

Kadangi apskritai apklausos klausimyno tikslas yra surinkti sistematizuotus, struktūruotus duomenis, atviri klausimai šiuose klausimynuose nedominuoja. Galima būtų įvertinti, kad paprastai atviri klausimai sudaro apie 10–20 proc. apklausos klausimyno. Apskritai, respondentai nėra linkę labai noriai pildyti atvirus klausimus, ypač jei klausimyną pildo savarankiškai. Be to, pastebima, kad į atvirus klausimus respondentai lengviau atsako žodžiu nei raštu, nes taip lengviau išreikšti savo mintį (de Vaus, 2002).

Įprasčiausia atviro klausimo forma – kai užduodamas klausimas ir respondentas visiškai laisva forma pateikia savo atsakymą. Tačiau gali būti panaudojamos ir kitokios atviro klausimo formos. Viena jų – sakinio užbaigimas arba pratęsimas. Pavyzdžiui:

**Svarbiausias veiksnys renkantis šį produktą buvo...** (*respondento atsakymas*)

---

Kita forma – prašymas pateikti asociacijas su klausime aptariamu reiškiniu, objektu ar asmeniu. Pavyzdžiui:

**Apie ką pirmiausia pagalvojate, kai išgirstate „šokoladas“?** (*respondento atsakymas*)

---

Atviri klausimai taip pat gali būti pateikti kaip situacijos ar hipotetiniai teiginiai, į kuriuos prašoma reaguoti (žr. 3.4.4. skyrelį). Taip pat gali būti pateikiami vizualiniai atviri klausimai, kas ypač būdinga rinkos tyrimuose, tarkim, vertinant produktus, pakuotes, reklamos produktus ir pan. Pavyzdžiui, respondentui pateikiamas paveikslėlis ir prašoma jo apibūdinti, kokias mintis, jausmus paveikslėlis jam sukelia.

#### 3.4.4. Klausimai jautriomis ar nepatogiomis temomis

Kaip jau buvo minėta anksčiau, yra temų bei klausimų, kuriais respondentai nėra linkę atvirai kalbėti ir į juos atsakinėti, todėl juos verta aptarti atskirai. Paprastai mokslininkų nurodomos kaip jautrios temos yra tokios, kurios patenka į šį sąrašą: temos apie alkoholio, narkotikų vartojimą, vagystes, įvykdytą (arba patirtą) smurtą, sirgimą lytiniu keliu plintančiomis ar psichikos ligomis, vairavimą išgėrus, kitokį socialiai nepriimtina elgesį; kai prašoma išreikšti požiūrį į abortus, eutanaziją, savižudybes ir pan. (Lensvelt-Mulders, 2008; Fowler ir Cosenza, 2008; Alreck ir Settle, 1995 ir kt.). Taip pat respondentai gali būti linkę vengti išsakyti savo seksistines, rasistines (de Vaus, 2002), homofobines nuostatas.

Yra kelios priežastys, dėl kurių į tokius klausimus vengiama atsakyti (Fowler ir Cosenza, 2008). Viena iš jų – nepasitikėjimas tyrėju, baimė, kad, atskleidus šią informaciją, respondentas galėtų susilaukti, pavyzdžiui, baudžiamosios atsakomybės. Kita priežastis – natūralus žmonių noras sudaryti gerą įvaizdį apie save, atskleisti savo asmenybę iš teigiamos pusės (jau minėtas socialiai priimtino atsakymo efektas). Trečia priežastis – respondentų noras, kad juos tyrėjas priskirtų prie teigiamos, socialiai priimtinos kategorijos klasifikacijoje. Jeigu respondentas jaučia, kad jo pateiktas atsakymas leidžia jį priskirti prie jam nepatinkančios kategorijos – pavyzdžiui, „sergantis alkoholizmu“, jis bus linkęs nurodyti mažesnę suvartojamo alkoholio kiekį, kad patektų į kitą kategoriją.

Suvokimas, kokios temos yra jautrios, gali skirtis priklausomai nuo respondento šalies ir joje vyraujančių socialinių nuostatų, dėl respondento priklausomybės etninei grupei, pastebimi ir skirtumai tarp amžiaus grupių (Lensvelt-Mulders, 2008). Pavyzdžiui, Nyderlanduose žmonės ne taip jautriai reaguoja į klausimus apie marihuanos vartojimą, nes ji šioje šalyje legalizuota; etninių grupių apklausose jautrios temos gali būti apie religinį tikėjimą, politines pažiūras, socialinę padėtį; apklausiant žemesnės socialinės padėties žmones daugiau klausimų laikomi „jautriais“ nei apklausiant aukštesnės socialinės padėties respondentus; jaunesni žmonės atviriau kalba apie seksualinį elgesį ar narkotikų vartojimą nei vyresni ir pan. (Lensvelt-Mulders, 2008). Warnecke'o ir kt. (1997, p. 334–342) tyrimas parodė, kad rasė ir etninė kilmė yra susiję su tendencija pateikti socialiai priimtinas nuostatas bei neatskleisti socialiai nepriimtino elgesio, kitaip tariant, dažniau nei yra iš tikrųjų nurodyti socialiai priimtino elgesio atsakymus.

Kaip būtų galima padidinti atsakomumą bei atsakymų teisingumą į jautrius klausimus? Viena pasiūlymų grupė būtų susijusi su apklausos būdo pasirinkimu ir apklausos organizavimu, kita – su paties klausimyno konstrukcija, jautrių klausimų turiniu ir pateikimo formomis.

Nepasitikėjimą tyrėju turėtų sumažinti užtikrinimas, kad apklausa yra *anoniminė*, kad gauti atsakymai bus konfidencialūs, o duomenys naudojami tik apibendrinti. Kaip jau minėta, tyrėjo, tyrimo procedūros bei interviuotojo paskirtis yra *itikinti* respondentą, kad šių principų bus laikomasi. Papildomas paaiškinimas apie atrankos procedūrą, specialių kodų užpildytiems klausimynams suteikimą ir pan. gali padėti respondentui pasijusti labiau užtikrintam, kad jo suteikta informacija niekaip nebus siejama su jo asmeniu ir analizės metu nebus įmanoma identifikuoti klausimyną pildžiusio asmens. Taip pat labai svarbu tinkamai motyvuoti respondentą, t. y. pateikti jam tam tikrą pagrindimą, kodėl jis turėtų atsakinėti į jautrius klausimus. Kaip teigia Lensvelt-Mulders (2008), vienintelis efektyvus būdas yra parodyti, kuo tyrimo tema gali būti svarbi, reikšminga, naudinga respondentui. Kadangi paprastai visa minėta informacija respondentą pasiekia kaip klausimyno lydraštis arba / ir įvardinė dalis, juos reikėtų itin kruopščiai apgalvoti. Taip pat interviuotojai turėtų būti specialiai apmokomi, kaip motyvuoti respondentus bei kaip elgtis klausinėjant jautriomis temomis.

Klausinėjant jautriomis temomis būtina užtikrinti respondento *privatumą*. Tam tinkamiausi apklausos raštu būdai. Temos jautrumą paprastai padidina interviuotojo dalyvavimas apklausos procese: kadangi respondentas gali labiau rūpintis savo įvaizdžiu tyrėjo akivaizdoje interviu metu, jam gali būti sunkiau atskleisti nemalonią informaciją apie save. Jei vis dėlto apklausa bus atliekama interviu būdu, reikia pagalvoti, kaip interviu procesą neutralizuoti kalbantis jautriais klausimais. Jau buvo minėtos papildomos galimos priemonės, pavyzdžiui, kortelės, į kurias respondentas asmeniškai įrašytų atsakymą ir paduotų jį užklijuotą voke interviuotojui.

Daug dėmesio tiriant jautrias, nepatogias temas turėtų būti skirta klausimyno konstravimui ir klausimų formulavimui. Reikėtų vartoti kiek galima neutralesnius, neįžeidžiančius, nekriminalizuojančius, nediskriminuojančius terminus. Klausiant apie socialiai nepriimtina elgesį, patartina *destigmatizuoti* tokį elgesį: įvardinti jį neigiamo vertinimo ne-



reiškiančiais terminais. Taip pat tyrėjai gali pateikti tokio elgesio aprašymą ir leisti pačiam respondentui suteikti jam pavadinimą, kurį toliau vartotų, atsakinėdamas į susijusius klausimus.

Prieš užduodant konkretų klausimą, kuris gali būti jautrus arba tikėtina, kad suveiks socialiai priimtino atsakymo efektas, galima prieš klausimą pateikti įžangą, kuri neutralizuotų respondento reaktyvumą. Pavyzdžiui (Fowler ir Cosenza, 2008, p. 155): „Daugelis žmonių nesportuoja tiek, kiek jie norėtų, kadangi nepavyksta rasti laiko dėl įsipareigojimų šeimai, užimtumo darbe arba dėl to, kad neturi reikiamų sporto įrenginių namuose. Kaip Jūs manote, ar Jūs sportuojate, ar nesportuojate tiek, kiek norėtumėte?“. Šiame klausime pateikiamos socialiai priimtinos priežastys, dėl kurių žmonės nesportuoja, todėl respondentas mano, jog jo atsakymas „ne“ bus interpretuojamas kaip pateisinamas; nebūna manoma, kad jis nesportuoja, nes, pavyzdžiui, tingi, todėl jis teisingiau atsakys į šį klausimą. Arba, pavyzdžiui, norint sužinoti apie respondento dalyvavimą rinkimuose, klausimo įžangoje galima paminėti, kad „daugelis žmonių nedalyvauja rinkimuose, nes yra pernelyg užsiėmę“. Tokie įvadaai apie „daugelio žmonių“ elgseną „nuramina“ respondentą, kad jis gali būti ne vienintelis, kuris elgiasi socialiai nepriimtiniu būdu, todėl nėra reikalo pateikti geresnį įvaizdį (*ten pat*).

Atsakymų į jautrius klausimus atvirumui ir teisingumui įtakos gali turėti klausimų eilės tvarka klausimyne, kitaip tariant, kitų klausimų kontekstas, kuriame atsiduria jautrus klausimas (Fowler ir Cosenza, 2008; Lensvelt-Mulders, 2008). Tikėtina, kad skirtingą, pavyzdžiui, alkoholio suvartojimo kiekį užfiksuosime, klausimą apie suvartojamo alkoholio kiekį pateikę tarp klausimų apie vartojimo įpročius apskritai ir tarp klausimų apie kitus žalingus įpročius. Kontekstas, kuriame pateikiamas jautrus klausimas, gali turėti įtakos respondento įsitikinimui, kaip jo atsakymai bus interpretuojami. Taigi, jei klausimas bus pateiktas neigiamame kontekste, respondentas galvos, kad nurodęs didesnę alkoholio suvartojimo kiekį gali būti priskirtas „priklausomybės“ grupei, todėl bus linkęs neatskleisti tikrojo suvartojamo kiekio. Tačiau jei klausimas bus pateikiamas neutraliame ar net teigiamame kontekste, tokio nepatogumo jis nejaus. Fowleris ir Corsenza (2008) pateikia pavyzdį: JAV kai kuriuose socialinėse grupėse alkoholio vartojimas suprantamas kaip gėda,

stigma. Tačiau taip pat žinoma, kad jis gali turėti naudos sveikatai. Todėl vienokį atsakymą gausime įtraukę alkoholio vartojimą į sąrašą kartu su kitomis substancijomis, tokiomis, kaip marihuana, kokainas ar heroinas, ir visai kitokį, jei alkoholio vartojimas bus nurodomas sąrašė kartu su sveiką elgseną išreiškiančiais variantais (pavyzdžiui, sportavimo dažniu, nekaloringo maisto vartojimu ar reguliariais sveikatos patikrinimais).

Taip pat svarbu apgalvoti atsakymo variantus. Priklausomai nuo to, kaip respondentas suvoks savo atsakymo santykį su atsakymo variantuose ar skalėje užkoduota prasme apie tiriamą klausimą, gali kisti jo atsakymas. Fowleris ir Cosenza (2008, p. 155-156) pateikia Schwartzo et al. 1985 m. atlikto palyginimo rezultatus, puikiai iliustruojančius šį galimą efektą. Buvo atliktos dvi apklausos, kuriomis tirta, kiek valandų respondentai skiria televizoriaus žiūrėjimui. Vieniems respondentams buvo pateikta A atsakymų variantų skalė, kitiems – B skalė:

A skalė	< 0,5 val.	0,5-1 val.	1-1,5 val.	1,5-2 val.	2-2,5 val.	>2,5 val.
B skalė	<2,5 val.	2,5-3 val.	3-3,5 val.	3,5-4 val.	4-4,5 val.	>4,5 val.

Tarp respondentų, kuriems buvo pateikta A atsakymų variantų skalė, 84 proc. nurodė, kad žiūri televizorių trumpiau nei 2,5 valandas. Tuo tarpu tik 63 proc. tų, kurie rinkosi iš B skalės atsakymų variantų, nurodė, kad televizorių žiūri trumpiau nei 2,5 valandas. Kodėl taip nutiko? Iš atsakymų variantų respondentai bando suprasti, kaip dažnai, tyrėjo nuomone, žmonės žiūri televizorių. Vertinant pagal A skalę, atrodo, kad daugiau nei 2,5 valandų TV žiūrėjimo yra *daug*, tuo tarpu matant B skalės variantus atrodo, kad tyrėjai mano, jog *dauguma žmonių* žiūri televizorių ilgiau nei 2,5 valandas. Tad gavęs skalę B, respondentas nebijos, jog tyrėjas pamans, kad jis pernelyg daug laiko skiria televizoriaus žiūrėjimui, jeigu pasirinktų ilgesnę nei 2,5 valandų žiūrėjimo trukmę, skirtingai nei gavęs skalę A.

Atsakymo variantų grupavimas svarbus ir tuomet, kai norime priskirti respondentą tam tikrai grupei, pavyzdžiui, pagal pajamas. Paprastai užduodamas uždaras klausimas, pateikus sugrupuotus pajamų variantus, pavyzdžiui, ≤1000 Lt, 1001-2000 Lt, 2001-3000 Lt, 3001-4000 Lt, 4001-5000 Lt, >5000 Lt. Koks pajamų diapazonas turi būti apimtas, priklauso nuo tikslinės populiacijos charakteristikų: jeigu apklausiamo tik pasiturinčius asmenis Lietuvoje, išskirsime vienokias atsakymų kategorijas, jei siekiame išsi-

aiškinti Lietuvos gyventojų pasiskirstymą pagal pajamas, prieš tai turėtume pasižiūrėti pajamų pasiskirstymą namų ūkiuose, kitus prieinamus statistinius duomenis ir tik tada grupuoti pajamas į atsakymų variantus.

Klausinėjant jautriomis, nepatogiomis temomis gali būti parankūs įvairūs netiesioginiai klausimai. Pavyzdžiui, kai klausiama ne apie respondentą asmeniškai, bet apie kažkokius apibendrintus asmenis, darant prielaidą, kad respondentas tokiu būdu vis tiek išreišk savo asmeninę poziciją, tačiau daug laisviau, nes kalbės kito asmens vardu. Taip pat parankūs hipotetiniai klausimai bei klausimai-scenarijai, kai pateikiamos tariamos situacijos. Čia taip pat gali būti prašoma respondentą pateikti ne savo asmeninį atsakymą, tačiau atsakymą, kaip, pavyzdžiui, jo manymu, tokioje situacijoje veiktų, elgtųsi, spręstų kiti žmonės (t. y. hipotetiniai tos situacijos dalyviai). Vieną tokio klausimo-scenarijaus (angl. *vignette questions*) pavyzdį, naudotą Finch tyrime 1987-aisiais, išsamiai aprašo Brymanas (2008, p. 246). Klausimo tikslas buvo išsiaiškinti respondentų normatyvinius vertinimus, kaip artimieji turėtų reaguoti į giminaičius, kuriems reikalinga pagalba, bei *kas* turėtų tą pagalbą suteikti. Buvo pateiktas toks scenarijus:

Džimas ir Margaret Robinsonai yra sutuoktinių pora, abu apie trisdešimties metų amžiaus. Džimo tėvai, gyvenantys už kelių šimtų mylių, pateko į didelę automobilio avariją, todėl jiems reikalinga ilgalaikė kasdieninė priežiūra ir pagalba. Džimas yra jų vienintelis sūnus. Jis su žmona dirba toje pačioje Elektros tiekimo valdyboje, kuri juos abu galėtų perkelti į darbo vietas, esančias netoli Džimo tėvų namų.

*Rodoma kortelė*

(a) Kurį iš kortelėje nurodytų variantų turėtų pasirinkti Džimas ir Margaret?

- Persikelti gyventi netoli Džimo tėvų
- Džimo tėvus perkelti gyventi į savo namus
- Paremti Džimo tėvus finansiškai, kad jie galėtų samdyti žmogų, kuris jiems teiktų kasdienę priežiūrą
- Leisti Džimo tėvams pasirūpinti savimi patiems
- Daryti kažką kita (nurodykite konkrečiai)
- Nežinau

(b) Iš tiesų Džimas ir Margaret yra pasirengę persikraustyti gyventi netoli Džimo tėvų, tačiau jų vaikų mokyklos mokytojai sako, kad persikėlimas gali turėti neigiamos įtakos jų vaikų mokymosi rezultatams. Abu jų vaikai netrukus turi laikyti egzaminus.

Ką turėtų Džimas ir Margaret daryti? Ar persikelti, ar pasilikti?

- Persikelti
- Pasilikti

(c) Kodėl manote, kad jie turėtų persikelti / pasilikti?

*Bandyti išklausti visą atsakymą*

(d) Džimas ir Margaret nusprendė persikelti ir gyventi netoli Džimo tėvų. Praėjus metams, Džimo motina mirė, o tėvo sveikata pablogėjo taip, kad jam reikalinga nuolatinė priežiūra.

Ar Džimas ir Margaret turėtų mesti savo darbus ir rūpintis Džimo tėvu? Jei taip, kuris turėtų mesti darbą – Džimas ar Margaret?

- Taip, Džimas turėtų mesti darbą
- Taip, Margaret turėtų mesti darbą
- Ne, nė vienas neturėtų mesti darbo
- Nežinau / sunku pasakyti

Šaltinis: Bryman, 2008, p. 246.

Pateikus šį scenarijų, siekta išsiaiškinti respondentų nuostatas apie šeiminius įsipareigojimus, atsižvelgiant į kelis veiksnius: priežiūros pobūdį (ilgalaike ar trumpalaikė; turėtų būti tiesioginė pagalba ar teikiama tik finansinė pagalbos forma); geografinio atstumo reikšmę; dilemą tarp mokamo darbo ir šeimos narių priežiūros; lyties komponentą – kas turėtų mesti darbą, jei situacija klostytųsi aprašyta linkme.

Šiame scenarijuje respondentas vis labiau įvedamas į situaciją, ji vis labiau konkretizuojama. Iš pradžių respondentas nežino, ar sutuoktiniai pasirenge persikelti, vėliau sužino, kad taip; dar vėliau sužino, kad jie jau persikėlė ir keliamas klausimas, ar vienas iš jų turėtų visiškai atsidėti paramai ir mesti darbą.

Žinoma, tas pačias nuostatas galima tirti ir užduodant paprastesnius netiesioginius klausimus ar prašant įvertinti teiginius. Pavyzdžiui (Bryman, 2008, p. 247):

**Kai dirbanti pora nusprendžia, kad vienas iš jų turėtų pasirūpinti tėvais, darbą turi mesti žmona.**

1. Visiškai sutinku
2. Sutinku
3. Nežinau / negaliu apsispręsti
4. Nesutinku
5. Visiškai nesutinku

Vis dėlto yra manoma, kad klausimai su scenarijumi labiau įtraukia respondentą, verčia jį nurodyti tam tikrą pasirinkimą ir taip sumažina tikimybę, kad bus pateiktas jo nuostatų neatspindintis atsakymas. Scenarijai gali būti ypač efektyvūs, kai aprašoma situacija yra tiesiogiai susijusi su apklausiamų respondentų kasdienybe, taigi, respondentai gali susitapatinti su scenarijaus aplinkybėmis ir lengvai apibūdinti savo reakcijas į jas (Davies, 2007). Pavyzdžiui, apklausiant studentus galima pateikti situacijos egzamino metu scenarijų: „Egzamino metu pastebite, kad kitas studentas nusirašinėja. Kaip jūs elgsitės?“.

Iš vienos pusės, anot Finch (cit. Bryman, 2008), klausimai, kuriuose pateikiamos situacijos iš kitų žmonių gyvenimo (gali būti ir išgalvotos, tačiau turi skambėti įtikinamai, realistiškai), sukuria tam tikrą atstumą tarp klausinėtojo ir respondento, tad šio tipo klausimai jam atrodo ne tokie grėsmingi ir jis lengviau į juos atsako. Tačiau iš kitos pusės, Brymano (2008) nuomone, vargu ar respondentai nejaučia, kad jų atsakymai bent iš dalies bus traktuojami kaip atspindintys jų pačių nuostatas, net jei klausimai yra ne apie juos. Tais atvejais, kai klausiama apie opias problemas (kaip šiuo atveju, apie darbo ir šeimos išipareigojimus), respondentai gali jausti, kad tiek klausimai su scenarijumi, tiek kitokie netiesioginiai klausimai, yra savotiškai „grėsmingi“: jie jaučia, kad apie jų pačių pažiūras bus sprendžiama iš jų atsakymų į šiuos klausimus. Be to, neaišku, kiek tiksliai respondentų atsakymai atspindi jų normatyvines nuostatas, kaip ir neaišku, kaip iš tiesų jie pasielgtų, patekę į scenarijuje aprašytas situacijas.

### 3.5. Bandomasis tyrimas

Prieš atliekant pagrindinį apklausos tyrimą, rekomenduojama atlikti bandomąją apklausą (angl. *pretest*, *pilot survey*). Paprastai tai nedidelės apimties apklausa (20–50 respondentų), kurios pagrindinis tikslas yra metodologinis – patikrinti, kaip veikia sudarytas klausimynas, patobulinti jį sudarančius klausimus, taip užtikrinant didesnę būsimo pagrindinio tyrimo duomenų kokybę.

Tradicinė bandomoji apklausa atliekama tokiu pačiu būdu kaip ir planuojama pagrindinė apklausa. Stengiamasi, kad bandomosios apklausos imtis savo sudėtimi būtų panaši į planuojamos apklausos imtį, tačiau

ši imtis nėra sudaroma tikimybinio būdu (paprastai į bandomosios apklausos imtį įtraukiami lengviausiai prieinami respondentai). Jei bandomoji apklausa atliekama interviu būdu, kiekvienas interviuotojas fiksuoja probleminius klausimus (galimas ir visas interviu įrašas, kurį vėliau gali peržiūrėti tyrėjas), vėliau jie bendrai aptariami. Jei bandomoji apklausa atliekama apklausiant raštu, analizuojami klausimai su dideliu neatsakytų klausimų skaičiumi arba prie tyrėjui nerimą keliančių klausimų bandomajame klausimyne prirašomi papildomi atviri klausimai, kur respondento prašoma parašyti, kaip jis / ji suprato klausimą, kaip į jį atsakinėjo.

Bandomoji apklausa leidžia patikrinti, ar klausimai suprantami, ne per sudėtingi respondentams. Kaip jau minėta, paprastai klausimyną sudarantis tyrėjas (-jai) turi daugiau žinių apie tyrimo objektą nei būsiami respondentai, be to, gali skirtis tyrėjų ir respondentų gebėjimai, išprusimas ir pan. Tad nors tyrėjui visi jo sudaryti klausimai atrodo visiškai aiškūs ir suprantami, nebūtinai jie bus aiškūs ir suprantami respondentams. Bandomoji apklausa gali parodyti, kurie klausimai sukelia respondentams keblumų (pvz., prašoma pakartoti klausimą, užtrunka pateikti atsakymą, nesuprantama klausimo pildymo instrukcija ir pan.), todėl juos galima pakoreguoti galutiniame klausimyno variante. Toliau pateiksime keletą patarimų, į ką reikėtų atkreipti dėmesį, rengiant bandomąją apklausą:

- Jeigu pagrindiniame tyrime planuojama naudoti klausimyną, sudarytą daugiausiai iš uždarų klausimų, bandomojo tyrimo klausimyne gali būti pateikiami atviri klausimai, siekiant iš gautų atsakymų suformuluoti galimus atsakymų variantus pagrindiniam tyrimui arba patikrinti, kad nebuvo praleista svarbi alternatyva.
- Bandomasis tyrimas padeda nustatyti netinkamus klausimus – pavyzdžiui, tokius, į kuriuos dauguma respondentų atsako identiškai. Tokie klausimai nesurenka išsamių duomenų, iš kurių galima suformuoti kintamąjį.
- Atliekant bandomąjį interviu, galima nustatyti respondentui nemalonus, jautrius klausimus ir mėginti juos pakeisti kitaip suformuluotais klausimais, taip pat nustatyti klausimus, kurių respondentas nesuprato.
- Bandomasis tyrimas padeda nustatyti, ar respondentams yra suprantamos atsakinėjimo į klausimus instrukcijos.

- Žmonės, apklausti bandomajame tyrime, neturėtų patekti į pagrindinio tyrimo imtį.

Klausimyno išbandymas ypač svarbus, kai klausimynas bus pildomas savarankiškai, kadangi klausimyno pildymo procese nebelieka interviuotojo, kuris galėtų išspręsti klaidas ar problemas, susijusias su klausimais ar atsakymų variantais, instrukcijomis ir pan., todėl patikrinti reikia ne tik klausimų formuluotes, tačiau ir instrukcijas, filtravimo žingsnius ir pan. (de Leeuw ir Hox, 2008).

Nors tradiciškai laikoma, kad bandomosios apklausos yra naudingos tobulinant galutinį klausimyną, Ornsteinas (2013) pastebi, kad iki šiol nėra atlikta pakankamai išsamių metodologinių studijų, kurios pagrįstų bandomųjų apklausų efektyvumą (t. y. ar jos tikrai padeda iš esmės pagerinti klausimyną). Vis dėlto manytume, kad bandomosios apklausos yra naudingos – jos leidžia iš šalies pažvelgti į numatomą klausimyną prieš parengiant galutinį jo variantą. Jei neatliekama bandomoji apklausa, naudinga, kad sudarytą klausimyną peržiūrėtų bent keletas su tyrimu nesusijusių kolegų (ekspertų). Be abejo, bandomosios apklausos galimybė ir naudingumas taip pat priklauso ir nuo to, kokios pagrindinio tyrėjo kompetencijos, koku tikslu atliekamas pagrindinis tyrimas, kokio jis masto ir reikšmės, kokie yra turimi materialūs ir žmogiškieji ištekliai.

## Trečiojo skyriaus studijų priemonės

### Pagrindinės sąvokos

Atviri klausimai  
Daugiadimensinė vertinimo skalė  
Elektroninis klausimynas  
Filtravimas  
Horizontali vertinimo skalė  
Indeksas  
Klausimynas  
Klausimyno ilgis  
Patikimumas  
Validumas  
Likerto skalė  
Lydraštis  
Neverbalinė skalė  
Palyginimo skalės  
Patikimumas (reliabilumas)  
Bandomasis tyrimas  
Porinių palyginimų skalė  
Skaitmeninės vertinimo skalės  
Pusiau uždari klausimai  
Rangavimas  
Semantinės distancijos skalė  
Semantinio diferencialo skalė  
Skalė  
Svarbos skalė  
Uždari klausimai  
Validumas  
Vertinimo skalės  
Verbalinių dažnių skalė  
Vertikalūs vertinimo laipteliai  
Vertinimo balai



## Užduotys savarankiškam darbui

1. Sukurkite klausimyną pasirinktoje apklausų svetainėje (žr. nuorodas 2 skyriaus studijų priemonėse). Pasirinkite nesudėtingą apklausos temą. Kai sukursite klausimyną, paskelbkite jį internete. Pamėginkite panaudoti įvairias klausimų formas (t. y. nurodyti, kad kai kuriuos klausimus atsakyti yra privaloma, pateikite skirtingus atsakymo variantų formatus, įdėkite klausimų filtrų).
2. Pirmoje užduotyje pasirinktai apklausos temai sugalvokite skirtingus klausimyno įvadinės dalies tekstus atsižvelgdami į tai, jei apklausa vykту: telefonu; tiesioginio interviu būdu; internetu; paštu.
3. Susiraskite viešai skelbiamų apklausų internete klausimyną (ar kelis) (pvz., <http://apklausa.lt/f>) ir įvertinkite klausimus remdamiesi metodologiniais klausimų formulavimo reikalavimais.
4. Sukurkite po vieną klausimą pagal 3 skyriuje aprašomas klausimo formas (vieno galimo atsakymo pasirinkimo klausimas; kelių galimų atsakymo variantų pasirinkimo klausimas; Likerto skalė; keturių reikšmių vertinimo skalė; skaitmeninė vertinimo skalė; semantinis diferencialas; vertinimo balai; rangavimas; palyginimo skalė; neverbalinė skalė ir kt.).
5. Pasirinkite vieną iš „Naudingi šaltiniai internete“ (žr. apačioje) nurodytų tarptautinio tyrimo klausimynų ir išanalizuokite jį atkreipdami dėmesį į instrukcijas interviuotojui; filtravimo sistemą; kitą klausimyno pildymui svarbią informaciją.
6. Išanalizuokite ESS 2010/11 m. klausimyno priedus: lydraštį respondentui; tyrimo vykdymo instrukciją; kontakto su respondentu formą (nuorodas žr. prie „Naudingi šaltiniai internete“).

## Rekomenduojama literatūra

- Bryman, Alan. 2008. *Social research methods*. (3rd ed). Oxford: Oxford University Press [žr. 10 skyrių apie klausimų formulavimą].
- Campanelli, Pamela, 2008. Testing survey questions. Iš De Leeuw, Edith D., Hox, Joop J., Dillman, Don A. (red.) *International Handbook of Survey Methodology*. New York, London: Taylor and Francis Group. 10 skyrius, p. 176-200 [žr. plačiau apie bandomosios apklausos būdų privalumus ir trūkumus].

- De Vaus, David A. 2002. *Surveys in Social Research*. (5th ed.). London, New York: Routledge [žr. 7 skyrių].
- Fowler, Floyd J. Jr. 2009. *Survey Research Methods*. Los Angeles, London: Sage Publications [žr. 4, 6 ir 7 skyrius].
- Fowler, Floyd J. Jr.; Cosenza, Carol. 2008. Writing effective questions. Iš De Leeuw, Edith D., Hox, Joop J., Dillman, Don A. (red.) *International Handbook of Survey Methodology*. New York, London: Taylor and Francis Group. 8 skyrius, p. 136-160.
- Lensvelt-Mulders, Gerty. 2008. Surveying sensitive topics. Iš De Leeuw, Edith D., Hox, Joop J., Dillman, Don A. (red.) *International Handbook of Survey Methodology*. New York, London: Taylor and Francis Group. 24 skyrius, p. 461-478 [žr. plačiau apie jautrių klausimų formulavimą].
- Ruane, Janet M. 2007. *Essentials of Research Methods: A Guide to Social Science Research*. Malden: Blackwell Publishing [žr. 9 skyrių].

## Naudingi šaltiniai internete

### *Tarptautinių tyrimų tinklalapiai*

- Europos gyvenimo kokybės tyrimas, angl. *European Quality of Life Survey* (EQLS). [http://www.eurofound.europa.eu/surveys/index\\_lt.htm](http://www.eurofound.europa.eu/surveys/index_lt.htm)
- Europos įmonių tyrimas, angl. *European Company Survey* (ECS). <http://www.eurofound.europa.eu/surveys/ecs/index.htm>
- Europos socialinis tyrimas, angl. *European Social Survey* (ESS). <http://www.europeansocialsurvey.org/>
- Eurobarometro tyrimai, angl. *Eurobarometer* (EB). [http://ec.europa.eu/public\\_opinion/index\\_en.htm](http://ec.europa.eu/public_opinion/index_en.htm)
- Europos vertybių studija, angl. *European Values Study* (EVS). <http://www.europeanvaluesstudy.eu/>
- Pasaulio vertybių tyrimas, angl. *World Values Survey* (WVS). <http://www.worldvaluessurvey.org/>

### *Tarptautinių ir nacionalinių tyrimų klausimynai*

- Tarptautinio tyrimo „Demokratija ir vietos savivalda“ (Democracy and Local Governance) klausimynas. Jacob, Betty M., Ostrowski, Krzysztof, Teune, Henry. *Democracy and Local Governance. Ten Empirical Studies*. Honolulu: Matsunaga Institute for Peace, 1993.

- Tyrimo „Šeima ir socialiniai tinklai: tarpgeneracinė perspektyva“ klausimynas. Kanopienė, Vida; Mikulionienė, Sarmitė; Česnaitytė, Vida. 2013. *Šeima ir socialiniai tinklai: tarpgeneracinė perspektyva*. Vilnius: MRU.
- „Eurobarometras 74. Visuomenės nuomonė Europos Sąjungoje“. 2010 ruduo. Šalies ataskaita: Lietuva. [http://ec.europa.eu/public\\_opinion/archives/eb/eb74/eb74\\_lt\\_lt\\_nat.pdf](http://ec.europa.eu/public_opinion/archives/eb/eb74/eb74_lt_lt_nat.pdf)
- Europos socialinio tyrimo (ESS) 2010/11 m. bangos klausimynas (lietuviškai). [http://www.europeansocialsurvey.org/docs/round5/fieldwork/lithuania/lithuanian/ESS5\\_main\\_questionnaire\\_LT\\_lit.pdf](http://www.europeansocialsurvey.org/docs/round5/fieldwork/lithuania/lithuanian/ESS5_main_questionnaire_LT_lit.pdf)
- Europos gyvenimo kokybės tyrimo (EQLS) 2007 m. bangos klausimynas (lietuviškai). [http://www.eurofound.europa.eu/docs/areas/qualityoflife/translated\\_version\\_eqls2007/lithuania.pdf](http://www.eurofound.europa.eu/docs/areas/qualityoflife/translated_version_eqls2007/lithuania.pdf)
- Europos gyvenimo kokybės tyrimo (EQLS) 2011 m. bangos klausimynas (lietuviškai). <http://www.eurofound.europa.eu/surveys/eqls/2011/documents/lithuania.pdf>
- Europos įmonių tyrimo (ECS) 2013 m. bangos klausimynas (lietuviškai). <http://www.eurofound.europa.eu/surveys/ecs/2013/documents/lithuaniamm.pdf>
- Europos vertybių studijos (EVS) 1999 m. bangos klausimynas (lietuviškai). <http://www.europeanvaluesstudy.eu/evs/surveys/survey-1999-2000/participatingcountries/>
- Pasaulio vertybių tyrimo (WVS) 2005 m. klausimynas (anglų k.). [http://www.worldvaluessurvey.org/wvs/articles/folder\\_published/survey\\_2005/files/WVSQuest\\_RootVers.pdf](http://www.worldvaluessurvey.org/wvs/articles/folder_published/survey_2005/files/WVSQuest_RootVers.pdf)

### **Europos socialinio tyrimo (ESS) klausimyno priedai**

- Lydraštis respondentui. [http://www.europeansocialsurvey.org/docs/round5/fieldwork/lithuania/lithuanian/ESS5\\_letter\\_to\\_respondents\\_LT\\_lit.pdf](http://www.europeansocialsurvey.org/docs/round5/fieldwork/lithuania/lithuanian/ESS5_letter_to_respondents_LT_lit.pdf)
- Tyrimo vykdymo instrukcija. [http://www.europeansocialsurvey.org/docs/round5/fieldwork/lithuania/lithuanian/ESS5\\_fieldwork\\_instructions\\_LT\\_lit.pdf](http://www.europeansocialsurvey.org/docs/round5/fieldwork/lithuania/lithuanian/ESS5_fieldwork_instructions_LT_lit.pdf)
- Kontakto su respondentu forma. [http://www.europeansocialsurvey.org/docs/round5/fieldwork/lithuania/lithuanian/ESS5\\_contact\\_form\\_LT\\_lit.pdf](http://www.europeansocialsurvey.org/docs/round5/fieldwork/lithuania/lithuanian/ESS5_contact_form_LT_lit.pdf)

### 3 SKYRIAUS PRIEDAI

#### 1. ĮVADINĖS KLAUSIMYNO DALIES PAVYZDŽIAI

##### Klausimyno įvadinės dalies pavyzdys: apklausa raštu

**Mielas (-a) studente,**

šiuo metu X universiteto X tyrimų grupė (vadovas ....) vykdo apklausą, skirtą išanalizuoti universiteto studentų nuomones ir patirtį apie studijas užsienio universitetuose pagal X mainų programą. Tyrimo rezultatai bus pristatyti universiteto Tarptautinių ryšių skyriui bei padės tobulinti universiteto mainų programų procesą, siekiant padaryti jį kiek galima palankesnę universiteto studentams.

Labai prašome Jūsų nuoširdžiai ir atvirai atsakyti į klausimyno klausimus. Apklausa anoniminė, Jūsų pavardė ir vardas niekur tyrimo ataskaitoje minimi nebus, klausimyne jų įrašyti nereikia. Prašome pažymėti tinkamą atsakymo variantą ženklų „X“ ar apibraukti atsakymo skaičių.

Tikimės, kad atsakymas į klausimus neužims daug laiko ir pasirodys Jums įdomus.

**Dėkojame už pagalbą ir linkime sėkmės!**

##### Įvadinės klausimyno dalies pavyzdys: apklausa tiesioginio interviu būdu

*Šaltinis: EQLS 2011.*

INTERVIUOTOJAS: Šiuo metu mes atliekame tyrimą Eurofondo (Europos gyvenimo ir darbo sąlygų gerinimo fondo) užsakyму. Kaip jau minėjau, šis tyrimas yra atliekamas visose Europos Sąjungos bei kaimyninėse šalyse. Tyrimo tikslas yra išsiaiškinti, ką žmonės mano apie savo gyvenimo kokybę. Tyrimo rezultatai bus naudojami padedant pagerinti žmonių, gyvenančių Europoje, gyvenimo sąlygas. Tai jau yra trečiasis toks tyrimas, todėl rezultatai parodys, kaip pasikeitė gyvenimo sąlygos Lietuvoje ir Europoje per pastaruosius aštuonerius metus. Ar šiuo metu Jūs turėtumėte laiko atsakyti į mano klausimus? Apklausa trunka apie 40–45 minutes. Jūsų atsakymai išliks anonimiški, o dalyvavimas yra savanoriškas. Nėra teisingų ar klaidingų atsakymų, Jūs tik turite pasakyti, ką galvojate. Europos fondas yra viešoji Europos Sąjungos finansuojama įstaiga, įsikūrusi Airijoje, kuri specializuojasi darbo ir gyvenimo sąlygų Europoje tyrimų srityje.

Negalima atlikti apklausos anksčiau nei 8.00 val.

Negalima pradėti naujos apklausos po 22.00 val.

**Start hh:mm**

\_\_\_\_\_

**HH0 INT.: ĮRAŠYKITE UNIKALŲ ID KODĄ, kuris nurodytas ant kontaktinės informacijos lapo:**

\_\_\_\_\_

**Ivadinės klausimyno dalies pavyzdys: apklausa telefonu**

Labą dieną [rytas; vakaras]

Jums skambina \_\_\_\_\_ [vardas] iš \_\_\_\_\_ universiteto. Mes atliekame šalies gyventojų apklausą, siekdami sužinoti požiūrį į pensijų kaupimo sistemos pakeitimus. Jūsų telefono numeris buvo atrinktas atsitiktinai iš visos šalies tel. abonentų sąrašo. Prašau sutikti atsakyti į apklausos klausimus. Apklausa užtruks apie \_\_\_\_ (15) minučių.

**Ivadinės klausimyno dalies pavyzdys: apklausa paštu**

*Šaltinis: adaptuota iš de Vaus, 2002, p. 135.*

X fakultetas  
X universitetas  
Adresas  
Telefonas

Data

Respondento vardas, pavardė [Jei žinomi]

Adresas

Prieš dvylika mėnesių Vyriausybė išleido įstatymą, ribojantį rūkymą viešose vietose. Buvo uždrausta rūkyti tokiose viešose vietose kaip restoranai / kavinės, viešbučiai ir kazino.

Dabar, kai įstatymas galioja jau dvylika mėnesių, norėtume sužinoti, kaip žmonės vertina šiuos apribojimus. Mes manome, kad žmonėms, kuriuos palietė šie draudimai, yra svarbu turėti galimybę būti išgirstiems. Mes norėtume sužinoti Jūsų nuomonę, ar Jūs pritariate, ar nepritariate šioms rūkymo apribojimams.

Jūsų namų ūkis yra vienas iš nedidelio skaičiaus namų ūkių, kurių žmonės yra prašomi išsakyti nuomonę šiuo klausimu. Jūsų adresas buvo atrinktas atsitiktiniu būdu iš visos šalies adresų, todėl, siekiant užtikrinti, kad gauti atsakymai atspindėtų visos šalies gyventojų nuomones, ypatingai svarbu, kad Jūs, ir niekas kitas, užpildytumėte klausimyną ir kad kiekvienas klausimynas būtų gražintas tyrėjams.

Jūsų atsakymai bus visiškai konfidencialūs. Identifikacijos numeris ant klausimyno pirmojo lapo yra pažymėtas tik tam, kad galėtume patikrinti, ar gavome Jūsų klausimyną. Kai tik grąžinsite klausimyną, mes Jūsų daugiau netrukdysime. Jūsų vardas ir pavardė nebus užrašoma ant klausimyno.

Mes galime Jus užtikrinti, kad niekas nesužinos Jūsų atsakymų į apklausos klausimus. Apklausos rezultatai bus pateikti apibendrinti, statistine forma Vyriausybės departamentams, politikams ir žiniasklaidai. Jeigu norėtumėte gauti tyrimo rezultatų santrauką, ant kitos grąžinamo su klausimynu voko pusės užrašykite „rezultatų kopija“ ir nurodykite savo vardą, pavardę ir adresą. Taip pat statistiniai duomenys bus prieinami internete adresu: \_\_\_\_\_.

Mielai atsakysiu į bet kokius Jums kilusius klausimus. Prašau, parašykite arba paskambinkite, nemokamu telefono nr. \_\_\_\_\_.

Nuoširdžiai dėkojame už Jūsų pagalbą.

Pagarbiai

[vardas, pavardė]

Projekto vadovas

[ranka rašytas parašas]

## 2. KONTROLINIŲ KLAUSIMŲ SĄRAŠAS KLAUSIMYNO KOKYBEI ĮVERTINTI

Klausimas	Paaikškinimas	Įverti- nimas
Ar yra įvadinė dalis?	Ar nurodytas tyrimo tikslas? Ar tyrimo tikslas aiškus, neutralus, suprantamas respondentui? Ar yra paskatinimas respondentui? Ar paaiškinti tyrimo etikos principai (anonimiškumas, konfidencialumas)? Ar yra nurodymai, kaip žymėti atsakymus? Ar nurodyta tyrimą vykdančio asmens / institucijos? Ar padėkota respondentui?	
Ar tinkama atsakymų žymėjimo sistema?	Ar prie visų klausimų, kuriems reikia, yra žymėjimo instrukcijos? Ar instrukcijos aiškios?	
Ar respondentai turės pakankamai žinių, kad galėtų atsakyti į klausimus?	Ar respondentai yra pakankamai informuoti tyrimo tema? Ar klausimuose neprašoma pateikti atsakymus apie pernelyg ilgą laikotarpį? Prisiminti labai senus įvykius? Ar neprašoma pateikti atsakymų apie dalykus, kuriuos sunku suskaičiuoti, prisiminti?	
Ar teisingai suformuluoti klausimai?	Ar teisingai pateikiami „Ar...“ tipo klausimai? Ar nėra tendencingų klausimų? Ar nėra dvigubų klausimų? Ar nedominuoja labai abstraktūs, bendri klausimai?	
Ar yra klausimų formų įvairovė?	Ar nedominuoja „taip / ne“ tipo klausimai?	
Ar korektiški klausimai?	Ar klausimuose nėra diskriminuojančių nuostatų? Ar jautrūs klausimai pateikti tokia forma, kad pavyktų sudominti respondentą ir paskatinti jo atvirumą?	
Ar nėra vartojami specifiniai terminai?	Jei vartojami, ar jie paaiškinti?	
Ar tinkamai panaudoti klausimai filtrai?	Ar aiškiai klausimuose filtruose pateikti nurodymai respondentui, kokį klausimą jis turi praleisti ir į kokį atsakinėti toliau?	
Ar visų klausimų atsakymų variantai išsamūs?	Ar visų klausimų atsakymų variantai apima maksimaliai galimą atsakymų variantų spektrą? Ar atsakymo variantų sąrašas nėra per ilgas? Ar yra įtrauktas variantas „kita“?	

Ar klausimų atsakymo variantai tinkamai subalansuoti?	Ar atsakymų variantai nesutampa? Ar klausimuose, kuriais siekiama surinkti kiekybinius duomenis, atsakymų variantai realistiškai sugrupuoti? Jei panaudotos skalės, ar jos subalansuotos?	
Ar teisingai pateikti sociodemografiniai klausimai?	Ar sociodemografinis blokas apima visas tyrimui svarbias respondentų charakteristikas? Ar jame nėra klausimų, kurie nereikalingi?	
Ar klausimynas padės visiškai įgyvendinti tyrimo tikslą ir uždavinius?	Ar klausimynas apima visus reikalingus klausimus, kad būtų pasiekti tyrimo tikslai ir uždaviniai? Ar nėra nereikalingų klausimų?	
Ar logiška klausimų eilės tvarka?	Ar klausimai išdėstyti blokais, neišmaišyti? Ar pagalvota apie galimus eilės tvarkos efektus?	
Ar klausimyno ilgis (klausimų skaičius) tinkamas tyrimo populiacijai apklausti?	Ar klausimynas ne per ilgas? Ar klausimyno ilgis atitinka respondentų charakteristikas, apklausos būdą?	
Ar klausimynas vizualiai tvarkingas?	Ar klausimai, atsakymo variantai patenka į tą patį puslapį? Ar klausimai ir atsakymo variantai vizualiai atskirti? Ar klausimai ir atsakymo variantai sunumeruoti?	

## 4 SKYRIUS.

# APKLAUSOS DUOMENŲ APDOROJIMO, ANALIZĖS IR REZULTATŲ PATEIKIMO PRADMENYS DIRBANT SPSS PROGRAMA

### TURINYS

- 4.1. Duomenų rinkmenos sukūrimas, kintamųjų aprašymas ir įvedimas
    - 4.1.1. *Duomenų rinkmenos atidarymas ir pagrindinis SPSS langas*
    - 4.1.2. *Kintamųjų redaktorius*
    - 4.1.3. *Duomenų redaktorius*
  - 4.2. Duomenų analizės funkcijos SPSS programoje: aprašomoji statistika
    - 4.2.1. *Dažnių lentelės*
    - 4.2.2. *Reikšmių padėties charakteristikos*
    - 4.2.3. *Sąsajų lentelės*
  - 4.3. Rezultatų pateikimas ir redagavimas
    - 4.3.1. *Darbas rezultatų peržiūros lange*
    - 4.3.2. *Grafinis rezultatų vaizdavimas*
  - 4.4. Tyrimo ataskaitos rengimas
- Ketvirtojo skyriaus studijų priemonės



## 4. APKLAUSOS DUOMENŲ APDOROJIMO, ANALIZĖS IR REZULTATŲ PATEIKIMO PRADMENYS DIRBANT SPSS PROGRAMA

---

Surinkus duomenis apklausos būdu, laukia jų apdorojimo ir analizės procesai. Bendriausia prasme galima apibrėžti, kad duomenų apdorojimas – tai duomenų sutvarkymas tokia forma, kuri būtų palanki analizei. Ką reiškia apdoroti *apklausos* duomenis?

Surinkus duomenis (t. y. surinkus galutinį galimą užpildytų klausimynų skaičių) pirmasis žingsnis yra patikrinti, ar visi surinkti / gražinti klausimynai yra tinkamai užpildyti. Reikia atrinkti sugadintus / netinkamai užpildytus klausimynus (neužpildytus ar užpildytus tik iš dalies, subraukytus ir pan.). Kai kada gali kilti abejonių dėl klausimyno autentiškumo (pvz., ar jį tikrai pildė respondentas, ar jis nėra falsifikuotas?) ar kitokių problemų, kurios lemtų užpildyto klausimyno pašalinimą iš imties. Kiekvienam tinkamam klausimynui turi būti suteikiamas identifikacinis kodas, t. y. klausimynai sunumeruojami. Jei apklausos metu nebuvo taikomos jokios kompiuterinės automatinio atsakymų įvedimo į duomenų bazę sistemos, klausimynuose užfiksuotus atsakymus reikia įvesti į kompiuterinę programą rankiniu būdu. Tai ir yra pagrindinis duomenų apdorojimo darbas apklausose.

Duomenims apdoroti ir analizuoti skirtų programų, tinkančių sociologiniams tyrimams, yra tikrai nemažai, pavyzdžiui, *Statistica*, *Stata* ar net labiau įprasta *Excel* programa. Šioje knygoje mes pristatysime duomenų apdorojimo ir analizės programą, kuri yra gana paplitusi tarp Lietuvos aukštųjų mokyklų, sociologinių tyrimų kompanijų ir tyrėjų. Tai SPSS statistinės analizės programų paketas, naudojamas sociologijos, psichologijos, rinkodaros, medicinos, švietimo, kitų sričių mokslinių bei taikomųjų tyrimų duomenims apdoroti ir analizuoti. Sukurtas kompanijos SPSS Inc. 1968 m., SPSS yra vienas plačiausiai paplitusių statistinės duomenų analizės paketų pasaulyje. Kompanija IBM 2008 m. įsigijo SPSS Inc., todėl ieškant informacijos apie šią programą paprastai aptinkamas IBM SPSS pavadinimas<sup>21</sup>.

---

<sup>21</sup> Žr. plačiau apie SPSS: [www.insol.lt/redirect/apie/](http://www.insol.lt/redirect/apie/)

SPSS programinis paketas buvo nuolat vystomas, atnaujinamas bei papildomas, tiek lengvinant darbą vartotojams, tiek plečiant analizės bei duomenų pateikimo galimybes. Šiuo metu naujausia yra SPSS 22.0 versija, ji ir naudojama. Jei knygos skaitytojai naudos ankstesnes programos versijas, susigaudyti nebus sunku, nes pagrindinės programos funkcijos ir komandos išlieka tokios pačios, tad nėra labai sunku rasti funkcijų ir komandų atitikmenis skirtingose programos versijose. Tačiau ankstesnės versijos gali neturėti kai kurių papildomų veiksmų, kurie galimi naujesnėse programos versijose.

Norint dirbti SPSS programa, būtini statistinės analizės pagrindai bei darbo kompiuteriu *Windows* aplinkoje įgūdžiai (mes pristatome būtent *Windows* aplinkai pritaikytą SPSS, tačiau yra ir *Mac OS* aplinkai pritaikyta versija). SPSS programų paketo darbo aplinka yra patogi ir gana paprasta, sukurta išsami konsultacinė sistema (angl. *Tutorial*). Taip pat gausu pagalbinės medžiagos IBM SPSS internetiniame puslapyje (žr. nuorodą skyriaus pabaigoje).

Pagrindinė SPSS programos kalba yra anglų; lietuvių kalba SPSS programoje nėra įdiegta. Todėl aprašant programos funkcijas, pasviruoju šriftu (angl. *Italic*) nurodomi visi pavadinimai anglų kalba.

### **SPSS apima tris pagrindinius darbo su duomenimis etapus:**

- *Apklaustos klausimynais surinktų duomenų apdorojimas* (kintamųjų kodavimas bei redagavimas statistinei analizei parankia forma, duomenų įvedimas ir duomenų bylos (angl. *Data file*) sukūrimas).
- *Statistinė duomenų analizė*. SPSS programa pasižymi dideliu statistinės analizės metodų pasirinkimu: aprašomoji statistika (dažnių, vidurkio, medianos, modos, kt. charakteristikų skaičiavimas), dviejų ar daugiau kintamųjų sąsajų (kryžminės) lentelės (angl. *Crosstabs*), analitinė statistika (hipotezių tikrinimas, koreliaciniai ir regresiniai metodai), daugiamatės analizės metodai (faktorinė, klasterinė analizė) ir kt.
- *Duomenų analizės rezultatų pateikimas* lentelių, diagramų, kreivių ir kt. pavidalu.

Pagal darbo su duomenimis etapus sudarytas ir šis skyrius. Poskyryje 4.1 aprašomi pagrindiniai duomenų rinkmenos (bylos, bazės,

angl. *file*)<sup>22</sup> sudarymo, duomenų įvedimo ir redagavimo principai; 4.2 poskyryje pristatomi aprašomosios statistinės analizės metodų taikymo pradmenys; 4.3 poskyryje pristatomi rezultatų lentelių ir diagramų kūrimo bei redagavimo principai. Galiausiai, 4.4 poskyryje trumpai aptariamas apklausos tyrimo ataskaitos rengimo procesas. Reikėtų pabrėžti, kad šis skyrius skirtas būtent *darbo SPSS programa pradmenims*. Skyriaus tikslas yra įgalinti skaitytojus efektyviai apdoroti apklausos duomenis, gebėti sukurti duomenų rinkmeną bei suprasti esmines programos funkcijas, galimybes ir veikimo principus. Todėl patys statistinės analizės metodai ir sąvokos aptariamos tik tiek, kiek reikia programos veikimo principams suprasti. Statistinės analizės metodai išsamiai aprašomi specialioje literatūroje (žr. nuorodas skyriaus pabaigoje).

Siekiant susieti skyriaus turinį su praktiniu darbu SPSS programa naudojama daug paveikslų, atitinkančių programą atliekamus veiksmus. Pavyzdžiuose naudojamos specialiai mokymui(si) sukurtos apklausos duomenų rinkmenos.

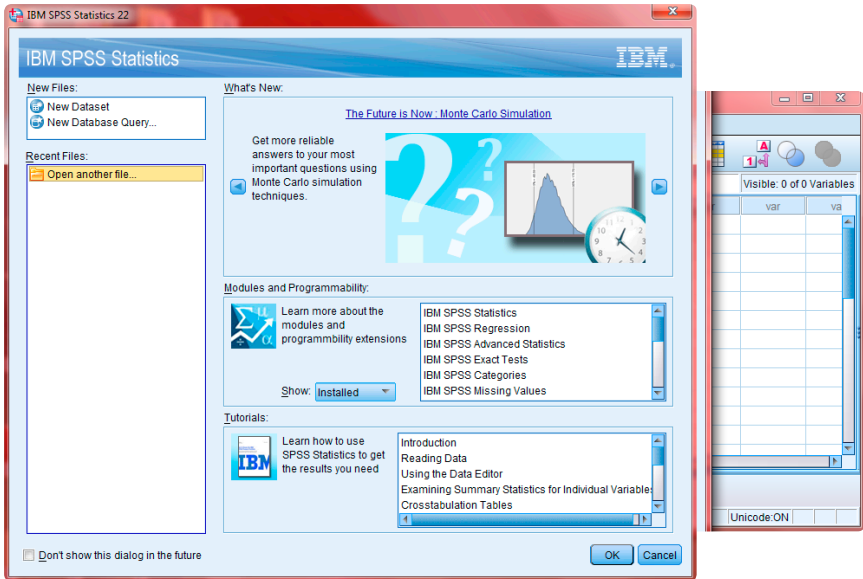
## **4.1. Duomenų rinkmenos sukūrimas, kintamųjų aprašymas ir įvedimas**

### **4.1.1. Duomenų rinkmenos atidarymas ir pagrindinis SPSS langas**

Nauja (tuščia) duomenų byla atsidaro automatiškai aktyvavus SPSS programą. Programa aktyvuojama kaip ir kiekviena kita programa *Windows* aplinkoje: programą galima paleisti arba paspaudus SPSS programos ženklą kompiuterio darbalaukyje (angl. *Desktop*), arba per *Start* (liet. pradžios) meniu. Aktyvavus programą, atsidaro dialogo langas:

---

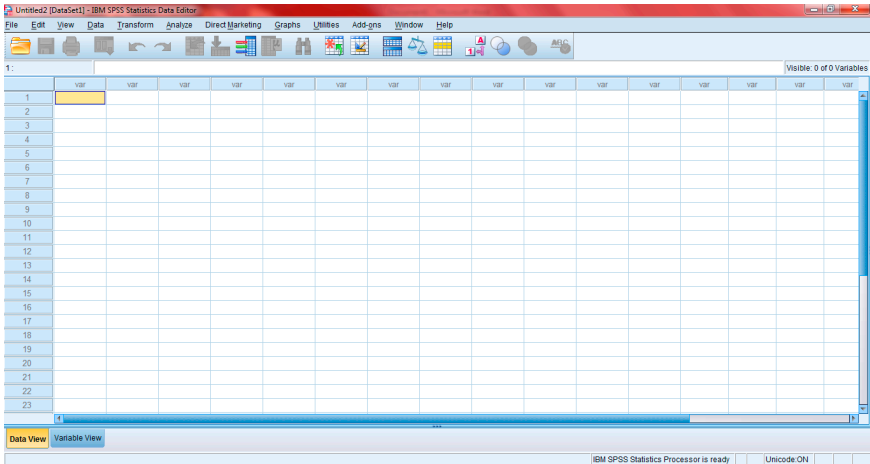
<sup>22</sup> „Bylos“ terminas vartojamas kalbant apie tuščią SPSS bylą, byla, kurioje yra įvesti duomenys, vadinama *rinkmena*.



4.1 pav. SPSS programos aktyvavimo ir naujos bylos atidarymo langas

Norint dirbti su visiškai nauja byla, dialogo lange reikia paspausti mygtuką *Cancel* (liet. atšaukti). Taip pat naują bylą galima atidaryti pažymėjus *New Dataset* (liet. nauja rinkmena) ir *OK*. Norint atidaryti jau esamą rinkmeną (t. y. bylą, kurioje jau yra įvesti duomenys ir ji išsaugota kompiuteryje), reikia spausti *Open another file* (liet. atidaryti kitą bylą). Išsaugotos SPSS duomenų rinkmenos žymimos pratęsimu \*.sav. Pavyzdžiui, apklausa.sav.

Atsidarius duomenų bylą, galima pradėti darbą. Atidarius tuščią bylą, matomas toks programos langas:



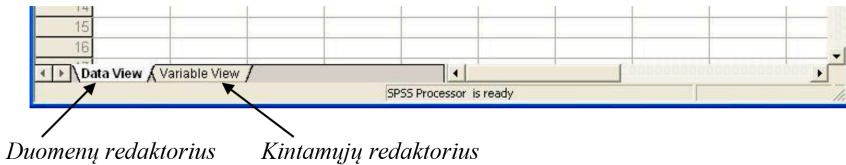
#### 4.2 pav. Darbo SPSS programoje langas

SPSS programos lange yra du pagrindiniai lapai: duomenų įvedimo ir redagavimo lapas, kurį vadinsime *duomenų redaktoriumi* (angl. *Data View*) bei kintamųjų aprašymo ir peržiūros lapas, kurį vadinsime *kintamųjų redaktoriumi* (angl. *Variable View*). Jie suskirstyti eilutėmis ir stulpeliais. Duomenų redaktoriaus eilutės yra apklausos atvejai (angl. *cases*) (t. y. respondentai), o stulpeliai – kintamieji (angl. *variables*). Kintamųjų redaktoriaus eilutės – kintamieji, o stulpeliai – kintamųjų aprašymo parametrai. Eilučių ir stulpelių susikirtimai sudaro tinklėlį, kurio laukeliuose ir įvedama visa norima informacija. Bet kurį laukelį galima aktyvuoti spustelėjus jį kairiu kompiuterio pelės klavišu. Kai kurie laukeliai, juos aktyvavus, dešinėje pusėje turi mygtuką su trimis taškais, kurį paspaudus pasirodo dialogo langas; arba rodyklių mygtuką, leidžiantį pasirinkti didesnę arba mažesnę reikšmę, kuri bus įvesta laukelyje:



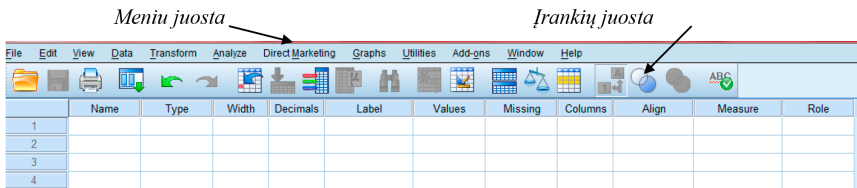
#### 4.3 pav. Dialogo lango aktyvavimo mygtukas ir rodyklių mygtukas

Pereiti iš vieno lapo į kitą (t. y. iš duomenų redaktoriaus lapo į kintamųjų redaktoriaus lapą ir atvirkščiai) galima kairiu kompiuterio pelės klavišu paspaudžiant pasirinktą lapą SPSS lango apačioje:



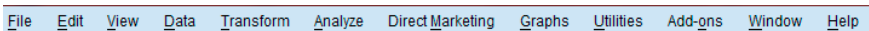
4.4 pav. Duomenų redaktoriaus ir kintamųjų redaktoriaus lapų pasirinkimas

SPSS lango viršuje yra meniu juosta (angl. *Menu bar*) bei įrankių juosta (angl. *Toolbar*):



4.5 pav. Meniu ir įrankių juostos

Kaip galima pastebėti, dalis meniu ir įrankių juostose esančių komandų yra įprastos dirbant *Windows* aplinkoje, pavyzdžiui, *File*, *Edit* (liet. redaguoti), *View* (liet. vaizdas), bylos išsaugojimo mygtukas, spausdinimo mygtukas ir pan. Todėl aptarsime tas komandas, kurios yra būdingos tik SPSS programai ir būtinos pradedant su ja dirbti. Pradėsime nuo *meniu juostos*.



4.6 pav. Meniu juosta

**File** – duomenų bylų valdymo funkcija: naujų bylų išsaugojimas, esamų atidarymas, duomenų spausdinimo pasirinktys ir t. t. Šia komanda galima atidaryti ne tik naują bylą arba jau išsaugotą rinkmeną su duome-

nimis, tačiau ir kitokias SPSS bylas. Paspaudus [**File** → **New** (liet. naujas) arba **Open** (liet. atidaryti)], galimi keturi pasirinkimai: *Data* (t. y. duomenų byla), *Syntax* (t. y. sintaksės byla), *Output* (t. y. darbo rezultatų byla) ir *Script* (t. y. užprogramuotų komandų) bylos. Sintaksė – galimybė užrašyti ir išsaugoti SPSS komandų programinius sakinius (sintaksės eilutes). Daugumą duomenų ar kintamųjų redagavimo, analizės, kitų komandų SPSS programoje galima atlikti naudojantis meniu mygtukais ir dialogo langais. Tačiau kai kurios komandos galimos tik pasitelkus programinę kalbą. Sintaksę ir sudaro programiniai komandų sakiniai. Išmokus naudotis programine SPSS kalba (t. y. sudarinėti sintaksės sakinius), galima išsaugoti visų atliktų komandų istoriją ir, reikalui esant, paleisti šias komandas iš naujo ar jas koreguoti, neatliekant visų žingsnių iš naujo. Informaciją, kaip sudaryti sintaksės sakinius, galima rasti SPSS konsultacinėje sistemoje ([**Help** (liet. pagalba) → **Tutorial**]); be to, kaip matysime vėliau, visų komandų sintaksės matomos darbo rezultatų (*Output*) lange. *Output* – tai langas, kuris atsidaro automatiškai, paleidus bet kurią SPSS komandą (kaip pastebėsite, vos tik atidarius SPSS bylą, kartu atsidaro ir papildomas naujas *Output* langas). Šiame lange atsiranda bendra kiekvienos atliktos komandos informacija, sintaksės, pateikiamos tyrėjo „užsakytos“ lentelės, kitų analitinių veiksmų rezultatai, diagramos ir t. t. Darbo rezultatų bylą galima išsaugoti (\*.spv formatas) ir vėliau atidaryti, taip pat galima rezultatus redaguoti tiesiog *Output* lange arba perkelti juos į *Word*, *Excel*, kitas programas (daugiau žr. 4.3.1 skyrelyje). *Script* yra sudėtingesnė programavimo funkcija, kuri leidžia užprogramuoti įvairius automatinius veiksmus.

**Edit** – redagavimo funkcijos: kopijavimas, trynimasis, perkėlimas ir t. t. Kopijuoti, perkelti, ištrinti ar įterpti galima tiek duomenis eilutėse ar stulpeliuose, tiek kintamuosius. Šios funkcijos galioja ir duomenų redaktoriaus, ir kintamųjų redaktoriaus lape.

**View** – duomenų peržiūros formatas. Pavyzdžiui, jei norima, kad eilutėse matytųsi ne kintamojo reikšmių skaitmeniniai kodai, o reikšmių aprašai, reikia *View* komandoje pasirinkti *Value label* (liet. reikšmės aprašas).

**Data** – duomenų bylos transformavimo komandos. Apima įvairias funkcijas, kuriomis tvarkoma duomenų byla: galima padalinti bylą gru-

pėms palyginti (angl. *Split file*), sujungti dvi duomenų bylas (angl. *Merge files*), atrinkti atvejus pagal tam tikrus požymius (angl. *Select cases*), įkelti kintamąjį (angl. *Insert variable*) ar atvejį (angl. *Insert case*) ir t. t.

**Transform** – komandos, kuriomis tvarkomi, keičiami duomenys rinkmenos viduje: vykdomas kintamųjų perkodavimas, sukuriamas naujas kintamasis sumuojant kelių kintamųjų reikšmes ir pan.

**Analyze** – statistinės duomenų analizės komandos.

**Graphs** – grafinio vaizdavimo komandos.

**Utilities** – pagalbinės komandos. Informacija apie kintamuosius (angl. *Variable*), informacija apie duomenų bylą (angl. *File Info*), duomenų grupių kūrimas (angl. *Define sets*) bei naudojimas (angl. *Use sets*) ir pan.

**Help** – pagalbos komanda, kurioje pateikta tikrai išsami informacija apie visas programos ir statistinės analizės funkcijas.

Dalis pasirinkimų **įrankių juostoje** yra įprasti visoms programoms (pvz., spausdintuvo ženkliukas), kiti – būdingi tik SPSS programai. Ap-  
tarsime svarbiausius iš jų.



4.7 pav. Įrankių juosta

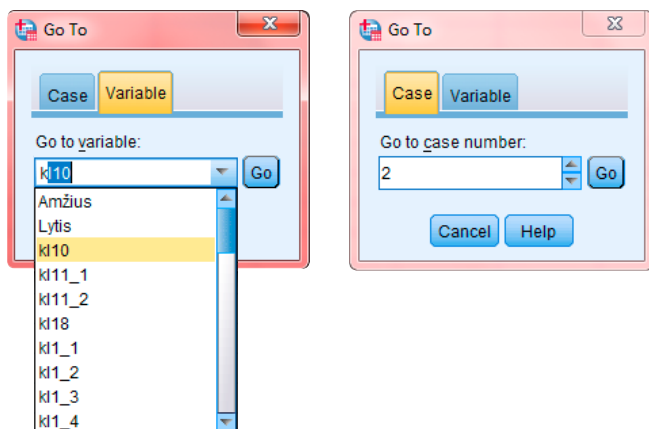


Vykdytų komandų prisiminimas (angl. *Recall recently used dialogs*). Paspaudus mygtuką, galima pažiūrėti, kokia paskutinė komanda buvo vykdyta.



Reikiamos eilutės pasirinkimas (angl. *Go to Case*) arba reikiamo kintamojo pasirinkimas (angl. *Go to Variable*). Paspaudus mygtuką dialogo lange įrašomas norimos eilutės (atvejo, respondento) numeris arba kintamojo pavadinimas ir spaudžiama Go (liet. eiti į...):

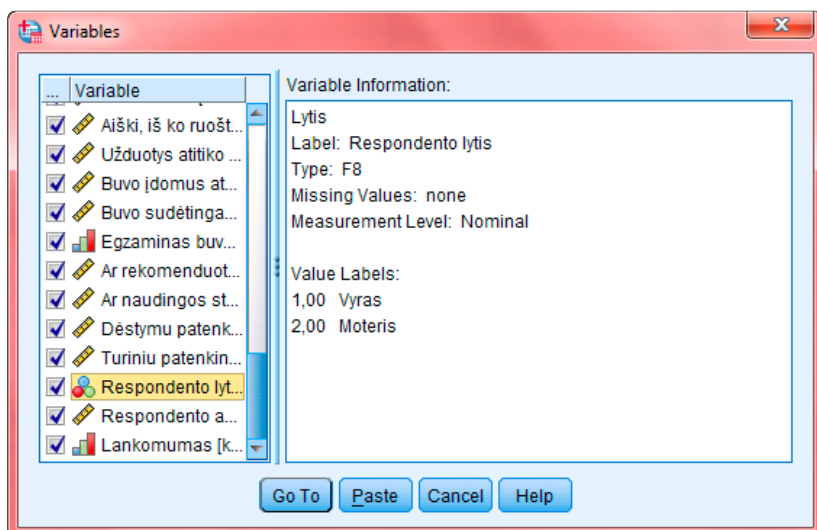




4.8 pav. Kintamojo arba atvejo pasirinkimo komanda



Informacija apie kintamuosius. Paspaudus mygtuką atsidaro dialogo langas, kuriame galima peržiūrėti visą įvestą informaciją apie bet kurį kintamąjį:



4.9 pav. Informacija apie kintamuosius

Standartiškai programoje nustatyta, kad dialogo languose matomas kintamųjų sąrašas rodomas kaip kintamųjų reikšmių aprašai (žr. žemiau), sudėlioti tokia tvarka, kokia kintamieji yra surašyti kintamųjų redaktoriaus lape. Šį nustatymą galima pakeisti: [**Edit** → **Options** → **General**]. Skiltyje *Variable Lists* (liet. kintamųjų sąrašai) pasirinkus *Display Names* (liet. rodyti kintamojo pavadinimus), sąrašą sudarys kintamojo pavadinimai. Pasirinkus *Alphabetic* (liet. abėcėlės tvarka), kintamųjų pavadinimai sąrašė bus išdėstyti abėcėlės tvarka (nuo raidės „a“). Pasirinktis *Display Labels* reiškia kintamojo aprašus, o pasirinktis *File* reiškia, kad eilės tvarka bus tokia, kokia yra kintamųjų redaktoriuje.



Paleisti aprašomosios statistikos komandą (angl. *Run descriptive statistics*). Paspaudus mygtuką, be papildomų žingsnių bus apskaičiuoti dažniai pagal pasirinktą kintamąjį (t. y. tą, kuris bus pažymėtas kompiuterio pelės kairiojo klavišo spragtelėjimu).



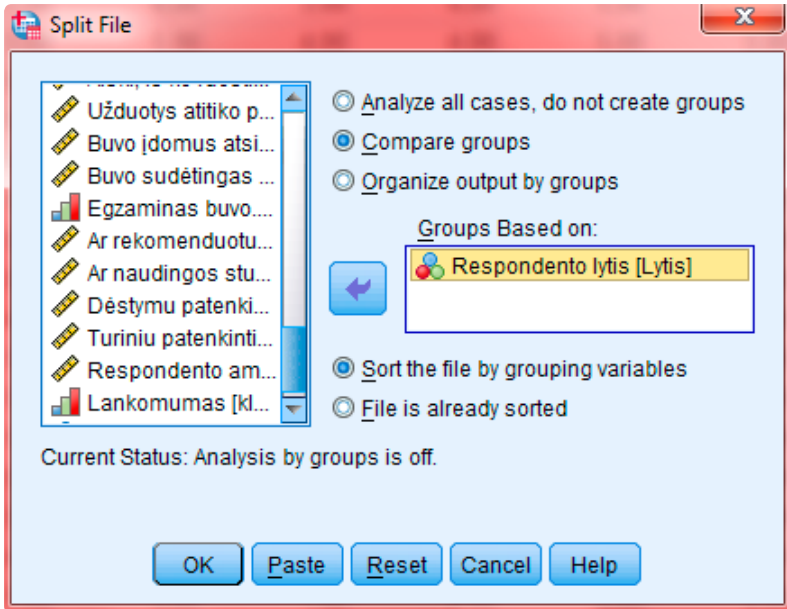
Įterpti naują atvejį (eilutę) (angl. *Insert Cases*). Paspaudus mygtuką, nauja eilutė įterpiama virš pažymėto laukelio (eilutės).



Įterpti kintamąjį (angl. *Insert Variable*). Paspaudus mygtuką, naujas kintamasis atsiras pažymėto kintamojo stulpelio kairėje.



Leidžia padalinti bylą grupėms palyginti (angl. *Split file*). Pavyzdžiui, jei norima, kad analizuojant duomenis automatiškai būtų lyginami respondentų vyrų ir respondenčių moterų atsakymai, reikia šį kintamąjį pasirinkti kaip grupavimo kintamąjį:



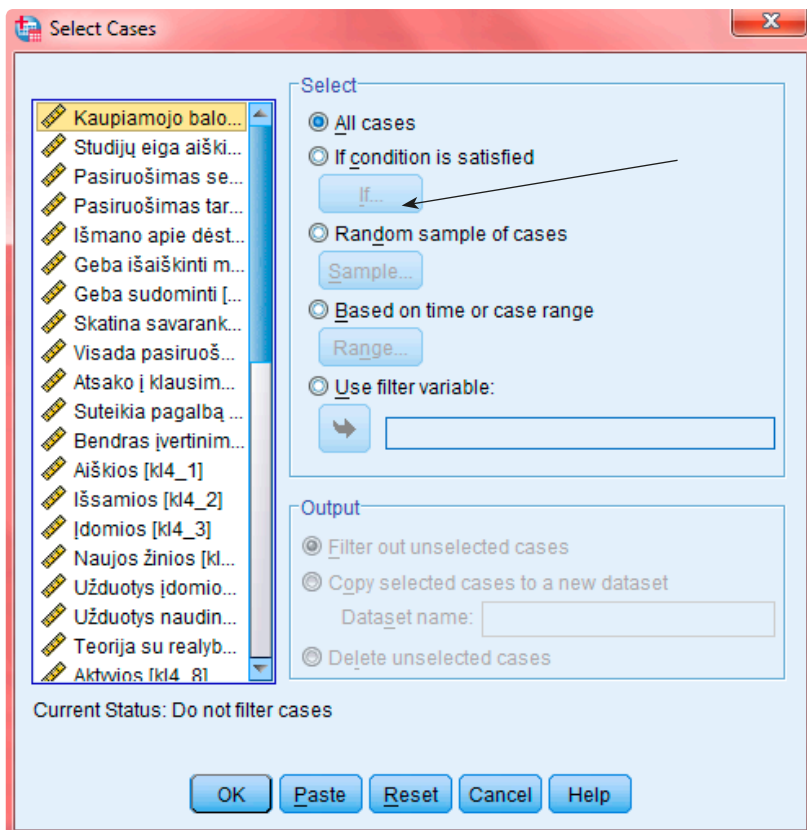
4.10 pav. Kintamojo grupėms palyginti pasirinkimo dialogo langas



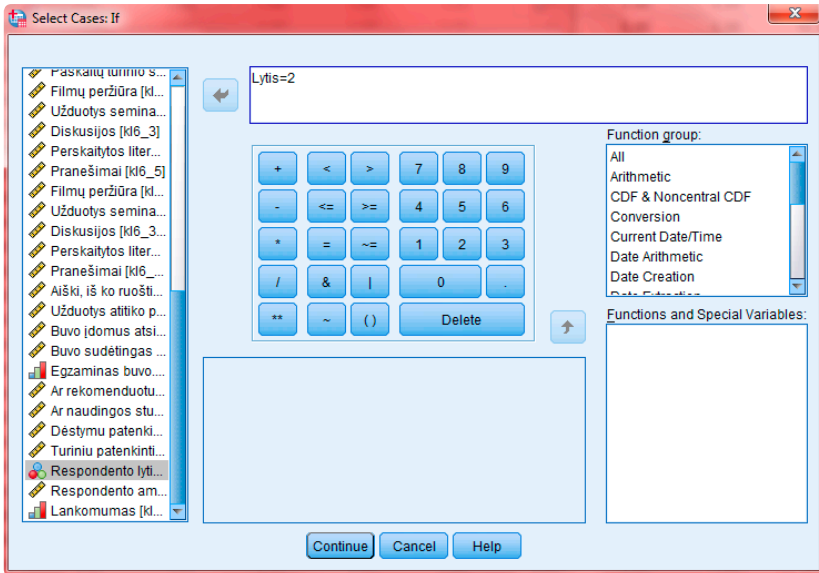
Duomenų svėrimas (angl. *Weight Cases*).



Pasirinkti atvejus (angl. *Select Cases*). Leidžia atrinkti atvejus (respondentus), kurie atitinka tam tikras tyrėjo apibrėžtas sąlygas. Pavyzdžiui, kintamojo „lytis“ reikšmių kodai yra „vyras = 1“ ir „moteris = 2“. Norint, kad būtų analizuojami tik respondentų moterų atsakymai, pažymima sąlygos komanda (angl. *If condition is satisfied*) bei įvedama sąlyga, kad būtų atrinkti tik tie respondentai kurie atitinka sąlygą „Lytis = 2“ (t. y. reikšmės „moteris“ kodas „2“). Nustatymai pasirenkami dialogo lange:



4.11 pav. Atvejų pasirinkimo pagal tam tikrus nustatymus dialogo langas



4.12 pav. Sąlygos analizei atrinkti tik respondentės moteris pavyzdys

Atrinkti atvejus galima ir pagal keletą sąlygų. Pavyzdžiui, moteris iki 50 metų amžiaus arba vyrus, įgijusius aukštąjį išsilavinimą, kurie šiuo metu nedirba, ir pan. Pagrindiniai sąlygų užrašymo simboliai ir taisyklės yra šie:

- ženklai = (lygu), > (daugiau nei), < (mažiau nei), <= (mažiau arba lygu), >= (daugiau arba lygu) skirti nurodyti, kokias kintamojo reikšmes ir kokiomis sąlygomis turi atitikti atrinkami respondentai. Pavyzdžiui, „lytis = 1“ reiškia, kad bus atrinkti tie respondentai, kurių lyties kodas yra „1“, t. y. vyrai. Jei norime atrinkti, pavyzdžiui, respondentus iki 30 m. amžiaus, reikės nurodyti „amžius < 30“. Jeigu norime įtraukti ir tuos, kuriems yra trisdešimt, nurodome „amžius <= 30“;
- simbolis & reiškia „ir“ (angl. *and*) bei nurodo, kad respondentas turi atitikti dvi ar daugiau sąlygų. Pavyzdžiui, „lytis = 2 & amžius <= 30“ (t. y. moterys, ne vyresnės nei 30 m. amžiaus);
- simbolis | reiškia „arba“ (angl. *or*) bei nurodo, kad respondentas turi tenkinti bent vieną iš sąlygų. Pavyzdžiui, norime atrinkti tuos, kurie namuose kalba rusiškai (kodas 3) arba lenkiškai (kodas 4): „kalba = 3 | kalba = 4“;


- skliausteliai ( ) atskiria sąlygos veiksmus. Pavyzdžiui: „(kalba = 3 | kalba = 4) & amžius < = 30“ (reiškia, kad bus atrinkti tie, kas namuose kalba rusiškai arba lenkiškai bei yra ne vyresni nei 30 m. amžiaus);
- sąlygų užrašymas yra standartizuotas, netinkamai užrašyta sąlyga neveiks. Sąlyga visada pradedama kintamojo pavadinimu (teisinga: „kalba = 3“; „neteisinga: 3 = kalba“); kintamojo pavadinimas visada rašomas prie kiekvienos reikšmės (kodo) (teisinga: „kalba = 3 | kalba = 4“; neteisinga: „kalba = 3 | 4“); nustatant intervalą, kintamojo pavadinimas rašomas prie kiekvienos reikšmės (teisinga: „amžius > 30 & amžius < 50“; neteisinga: „30 < amžius > 50“);
- būtina naudotis sąlygos komandos dialogo lange nurodytais simboliais (pvz., negalima vietoje skliaustų ( ) naudoti laužtinių skliaustų [ ]).

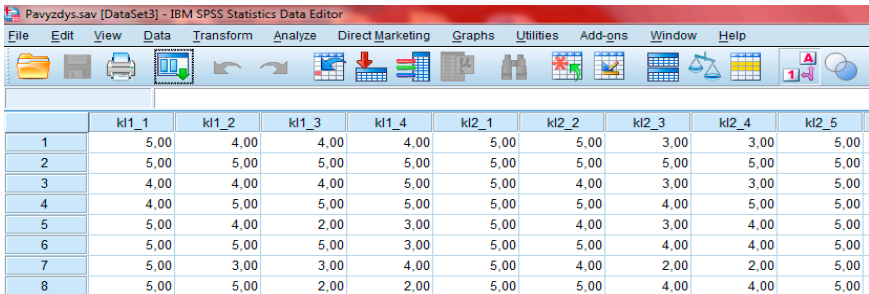
Duomenų redaktoriuje po sąlygos komandos visi neatrinkti atvejai rodomi perbraukti įstrižine linija (o atrinktieji atvejai matomi kaip įprasta):

	kl1_1	kl1_2
<del>1</del>	5,00	4,00
2	5,00	5,00
<del>3</del>	4,00	4,00
<del>4</del>	4,00	5,00
5	5,00	4,00
<del>6</del>	5,00	5,00
7	5,00	3,00
<del>8</del>	5,00	5,00
<del>9</del>	5,00	5,00
10	5,00	5,00
<del>11</del>	3,00	3,00
12	5,00	3,00
<del>13</del>	5,00	4,00
14	5,00	5,00
<del>15</del>	5,00	5,00
16	5,00	3,00
<del>17</del>	5,00	4,00
<del>18</del>	5,00	5,00
19	5,00	4,00
<del>20</del>	5,00	5,00
21	4,00	4,00

4.13 pav. Pagal atvejų pasirinkimo komandą atrinktų ir neatrinktų atvejų atskyrimas duomenų redaktoriaus lape

*Svarbu:* norint atšaukti atvejų pasirinkimo analizei arba duomenų padalinimo į grupes komandas, atitinkamame dialogo lange reikia pažymėti *All cases* (liet. visi atvejai) (žr. 4.11 pav.) arba *Analyze all cases, do not create groups* (liet. analizuoti visus atvejus, neišskirti grupių) (žr. 4.10 pav.).

 Kintamojo reikšmių aprašai (angl. *Value Labels*). Paspaudus mygtuką, duomenų peržiūros lape duomenys matomi kaip reikšmių aprašai, o ne skaitmeniniai kodai. Paspaudus antrą kartą, galima grįžti prie vaizdo kodų pavidalu:



	kl1_1	kl1_2	kl1_3	kl1_4	kl2_1	kl2_2	kl2_3	kl2_4	kl2_5
1	5,00	4,00	4,00	4,00	5,00	5,00	3,00	3,00	5,00
2	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00
3	4,00	4,00	4,00	5,00	5,00	4,00	3,00	3,00	5,00
4	4,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	4,00	5,00	5,00
5	5,00	4,00	2,00	3,00	5,00	4,00	3,00	4,00	5,00
6	5,00	5,00	5,00	3,00	5,00	5,00	4,00	4,00	5,00
7	5,00	3,00	3,00	4,00	5,00	4,00	2,00	2,00	5,00
8	5,00	5,00	2,00	2,00	5,00	5,00	4,00	4,00	5,00

**4.14 pav.** Duomenų redaktoriaus lapas, kai pasirenkama matyti kintamųjų reikšmių kodus (*Values*)

	k17_3	k17_4	k18	k19	k10	k11_1	k11_2	var
1	3,00	4,00	Sunkesnis, nei tik...	Nežinau	Nežinau, g...	iš dalies	iš dalies	
2	5,00	3,00	tokio sunkumo, kai...	Manau, ka...	Nežinau, g...	taip	taip	
3	3,00	3,00	Sunkesnis, nei tik...	Nežinau, n...	taip, pritaik...	taip	taip	
4	3,00	3,00	tokio sunkumo, kai...	Nežinau	taip, pritaik...	taip	ne	
5	3,00	3,00	Sunkesnis, nei tik...	Manau, ka...		iš dalies	taip	
6	3,00	4,00	tokio sunkumo, kai...	Nežinau, n...	taip, pritaik...	taip	taip	
7	5,00	4,00	tokio sunkumo, kai...	Nežinau	taip, pritaik...	iš dalies	taip	
8	3,00	5,00	Sunkesnis, nei tik...	Nežinau				
9	3,00	4,00	lengvesnis nei tikėj...	Nežinau, n...	taip, pritaik...	taip	taip	
10	3,00	5,00	Sunkesnis, nei tik...	Nežinau, n...	taip, pritaik...	taip	iš dalies	
11	2,00	3,00	tokio sunkumo, kai...	Nežinau	taip, pritaik...	ne	iš dalies	
12	.	2,00	tokio sunkumo, kai...	Nežinau	Nežinau	iš dalies	iš dalies	
13	2,00	4,00	Sunkesnis, nei tik...	Nežinau, n...	taip, jau pri...	taip	taip	
14	2,00	3,00	tokio sunkumo, kai...	Nežinau, n...	taip, pritaik...	taip	iš dalies	
15	3,00	4,00	Sunkesnis, nei tik...	Nežinau	taip, pritaik...	iš dalies	iš dalies	
16	4,00	4,00	tokio sunkumo, kai...	Nežinau, n...	Nežinau, g...	iš dalies	taip	
17	3,00	2,00	tokio sunkumo, kai...	Manau, ka...	taip, pritaik...	taip	taip	
18	4,00	1,00	lengvesnis nei tikėj...	Nežinau	ne, neman...	iš dalies	ne	
19	1,00	5,00	Sunkesnis, nei tik...	Manau, ka...	Nežinau, g...	iš dalies	iš dalies	
20	4,00	5,00	Sunkesnis, nei tik...	Nežinau	Nežinau, g...	iš dalies	taip	
21	5,00	3,00	lengvesnis nei tikėj...	Nežinau	taip, jau pri...	taip	taip	
22	3,00	5,00	Sunkesnis, nei tik...	Manau, ner...	ne, neman...	iš dalies	iš dalies	
23	.	.	lengvesnis nei tikėj...	Nežinau	taip, pritaik...	taip	iš dalies	

4.15 pav. Duomenų redaktoriaus lapas, kai pasirinkama matyti kintamųjų reikšmių kodų aprašus (*Value labels*)

Kaip galima pastebėti, įrankių juostoje iškeltos pagrindinės komandos ir parinktys, kurias galima rasti ir meniu juostą sudarančiose parinktyse. Pavyzdžiui, *Data* meniu juostoje apima *Split file* komandą, kuri yra ir įrankių juostoje. Kitaip tariant, įrankių juosta įgalina greitai rasti dažniausiai naudojamą komandas, kurias ir aptarėme.

#### 4.1.2. Kintamųjų redaktorius

Pradedant kurti duomenų rinkmeną, pirmiausia aprašomi kintamieji. Kitaip tariant, apklausos klausimyno klausimai ir atsakymo variantai perkeliama į kintamųjų redaktoriaus lapą. Visą kintamųjų redaktoriuje įvestą informaciją apie kintamuosius vėliau galima matyti tiek įvedant



duomenis duomenų redaktoriaus lape, tiek peržiūrint analizės rezultatus *Output* lange. Norėtume atkreipti dėmesį į tai, kad aprašant kintamuosius neretai vartojami įvairūs sutrumpinimai, kodiniai pavadinimai, daliniai įrašai. Reikėtų nepamiršti, kad visa ši informacija automatiškai naudojama analizuojant duomenis, taigi, ir pateikiant rezultatus. Pavyzdžiui, įvesta klausimyno klausimo formuluotė (ar sutrumpintas jos variantas) automatiškai atsiras SPSS sugeneruotoje rezultatų lentelėje. Todėl reikėtų iš karto nuspręsti, kokių pavidalu visus įrašus tyrėjas norėtų matyti, kad vėliau nereikėtų papildomai redaguoti. SPSS leidžia įvesti tekstą lietuviškais rašmenimis, jie galimi ir *Output* bylose (tiesa, lietuviški rašmenys galimi ne visose ankstesnėse SPSS versijose).

Specialioje kintamųjų redaktoriui skirtoje juostoje (esančioje po meniu ir įrankių juostomis) nurodyta, kokia informacija apie kintamuosius gali būti įrašyta:

#### Kintamųjų aprašymo parametru juosta

	Name	Type	Width	Decimals	Label	Values	Missing	Columns	Align	Measure	Role
1											
2											
3											
4											

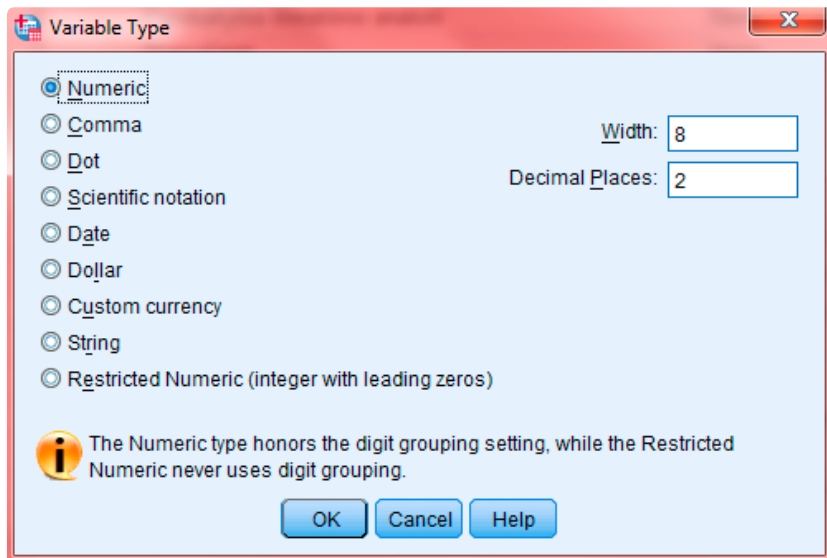
4.16 pav. Kintamųjų aprašymo parametrai kintamųjų redaktoriaus lape

Kaip jau minėta, kintamųjų redaktoriaus lape eilutės yra kintamieji (t. y. užkoduoti klausimyno klausimai), o stulpeliai – kintamojo aprašymo parametrai. Kintamųjų redaktoriaus laukeliuose įrašoma, įvedama ar pasirenkama norima informacija. Įrašai daromi kiekvienam kintamajam atskirai. Atsidarius tuščią kintamųjų redaktoriaus lapą, pirmos eilutės pirmame laukelyje įvedamas pirmojo kintamojo pavadinimas, tuomet aktyvuojasi visa pirma eilutė – atsiranda automatiškai nustatyti kintamojo parametrai. Aptarsime kiekvieną iš kintamojo aprašymo parametru ir automatinius nustatymus.

**Name** – kintamojo pavadinimas. Paprastai tai yra kodinis, sutrumpintas pavadinimas. Patogu kintamųjų pavadinimus formuluoti pagal klausimų eilės numerius klausimyne arba pagal prasmę. Pavyzdžiui,

„kl\_1“, „var1“, „lytis“, „socstat“ ir pan. Yra kai kurie **programos reikalavimai** kintamojo pavadinimui sudaryti. Kintamojo pavadinimas turi prasidėti raide, programa neleidžia pradėti nuo skaičiaus. Rašmenys gali būti lietuviški, po pirmosios raidės gali būti įvedami skaičiai, taip pat leistinas taškas, simboliai \$, @, \_, #. Kintamojo pavadinime negali būti tarpelių, taip pat jis negali baigtis tašku. Programa neleidžia kintamojo pavadinime naudoti simbolių , -, /, ? ir kt. Netinkamai pavadinus kintamąjį ar panaudojus netinkamą simbolį, programa neleidžia išsaugoti pavadinimo (pasirodo apie tai išspėjantis dialogo langas).

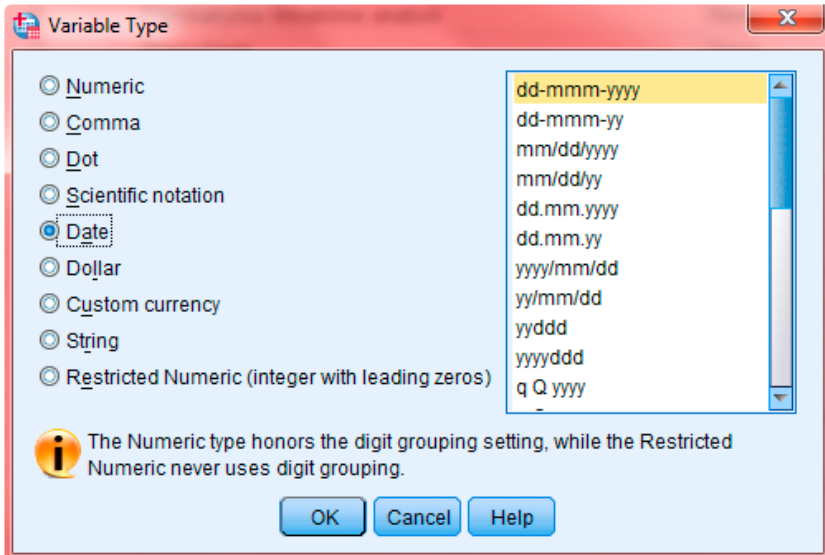
**Type** – duomenų tipas. Automatiškai nustatyta, kad naujai įvedami duomenys bus paprasti skaičiai (angl. *Numeric*) iki aštuonių ženklų (tai parametras **Width** (liet. plotis)) ir dviem ženklais po kablelio (parametras **Decimals** (liet. dešimtainė dalis)). Norint pakeisti kintamojo tipą, kairiu pelės klavišu laukelis aktyvuojamas ir atidarytame dialogo lange *Variable Type* (liet. kintamojo tipas) pasirenkamas norimas kintamojo tipas:



4.17 pav. Kintamojo tipo pasirinkimai

Kadangi dažniausiai kintamųjų reikšmės koduojamos skaičiais, automatinis *Numeric* (liet. skaitmeninis) nustatymas paprastai nekeičiamas. Tai teigiami arba neigiami skaičiai. Prieš neigiamą skaičių rašomas minuso ženklas, prieš teigiamą skaičių pliuso ženklo rašyti nereikia. Skaičiaus dešimtainė dalis atskiriama kableliu (pvz., 3,00). Skaičiaus ženklų kiekį bei ženklų po kablelio kiekį galima keisti tiek iš karto dialogo lange (žr. 4.7 pav.), tiek tiesiai šių parametrų laukeliuose kintamojo aprašymo eilutėje. Kairiu kompiuterio pelės klavišu paspaudus atitinkamą laukelį, dešinėje pusėje atsiranda rodyklių mygtukas, leidžiantis pasirinkti didesnę ar mažesnę ženklų skaičių. Didžiausias galimas skaičiaus ženklų kiekis yra 40, o ženklų po kablelio kiekis – 16.

Kitas dažniau pritaikomas kintamojo tipas yra data (angl. *Date*), kitaip tariant, datos ir / arba laiko reikšmės. Datos įvedimo formatą galima pasirinkti iš sąrašo, kuris atsiranda *Variable Type* dialogo lange pažymėjus *Date*:



4.18 pav. Datos įvedimo formato pasirinkimo galimybės

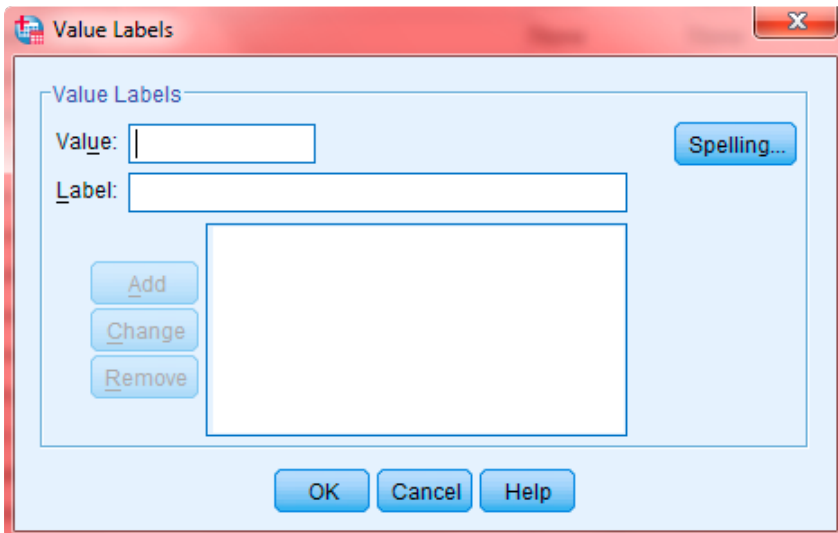
Galima pasirinkti norimą datos įvedimo formatą, pavyzdžiui, metai (žymima *yy*) / mėnuo (*mm*) / diena (*dd*), ar atvirkščiai, diena / mėnuo / metai ir kt.

Naudingas gali būti ir ženklų eilutės (angl. *String*) tipas: galimybė įvesti tekstą, raides, skaitmenis, specialius simbolius. Pavyzdžiui, galima įvesti vardus, atsakymų į atvirus klausimus tekstus ar raktažodžius. Leistiną ženklų skaičių galima įrašyti dialogo lango skiltyje *Characters* (liet. ženklų skaičius). *Svarbu*: su tokio tipo kintamaisiais skaičiavimo operacijų atlikti negalima. Galima tik apskaičiuoti reikšmių kartojimąsi. Pavyzdžiui, respondentų prašėme parašyti, kokie jų vaikų vardai. Vardus įvedus *String* formatu galima apskaičiuoti, kokių vardų yra daugiausia (t. y. kiekvieno vardo pasikartojimo dažnį).

Trumpai galima paminėti likusius kintamojo tipo pasirinkimus. *Comma* (liet. kablelis) – teigiami arba neigiami skaičiai, kur sveikoji ir trupmeninė skaičiaus dalys atskiriamos kableliu, toliau – tašku (pvz., 3,666.00). *Dot* (liet. taškas) – teigiami arba neigiami skaičiai, kur sveikoji ir trupmeninė skaičiaus dalys atskiriamos tašku, toliau – kableliu (pvz., 2.333,55). Eksponentinis formatas (angl. *Scientific notation*) – eksponentinė skaičiaus išraiška (nurodoma raide E arba D bei + ar – ženklų). Pasirinkus *Dollar* (angl. doleris) tipą, įvedus kintamojo reikšmę, t. y. skaičių, kartu rodomas dolerio ženklas (pvz., \$400). Kitos valiutos (angl. *Custom currency*) – pasirinkti kiti valiutų žymėjimai. *Restricted numeric* (liet. ribotas skaitmeninis) tipas reiškia, kad kintamojo reikšmės gali būti tik teigiami (t. y. ne neigiami) sveikieji skaičiai.

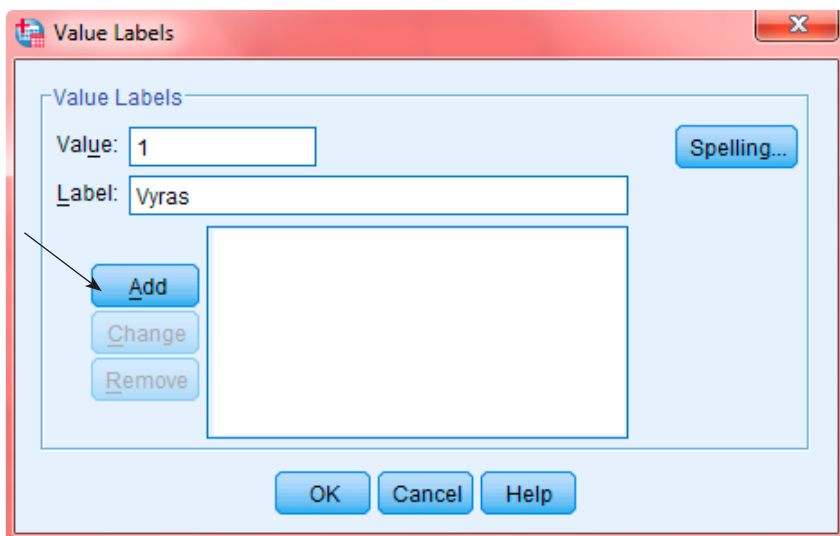
**Kintamojo aprašas** (angl. *Label*). Kintamojo apraše detalai apibūdinamas kintamasis. Kaip minėta, kintamojo pavadinimas paprastai yra kodinis, trumpas kintamojo pavadinimas. Tuo tarpu kintamojo apraše leidžiama išsamiai apibrėžti, ką reiškia kintamasis. Įvedant apklausos duomenis, patogu kaip kintamojo aprašą įvesti visą arba pakoreguotą (tačiau išsamią) kintamąjį atitinkančio klausimo formuluotę. *Svarbu*: kintamojo aprašas matomas rezultatų peržiūros lange, jis pateikiamas prie kiekvienos rezultatų lentelės ar diagramos. Todėl aprašant kintamąjį, reikėtų iš karto pagalvoti, koks aprašas bus reikalingas naudojant gautus rezultatus.

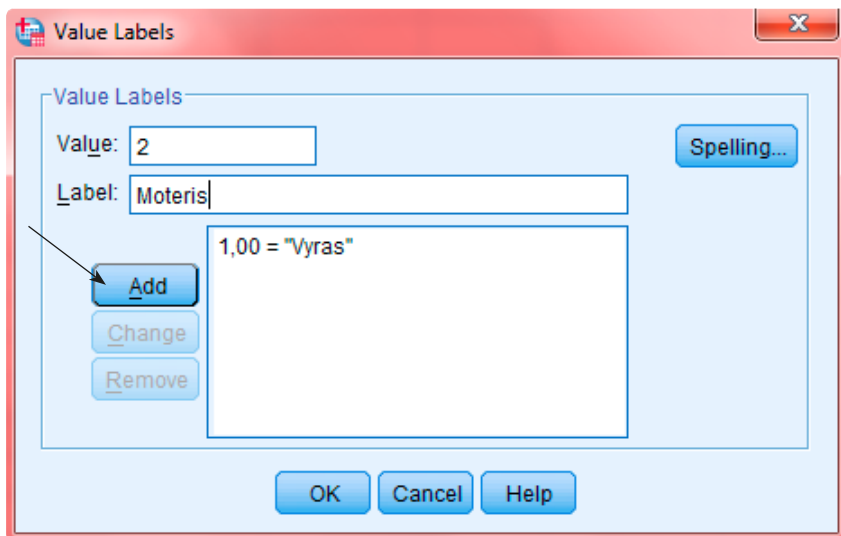
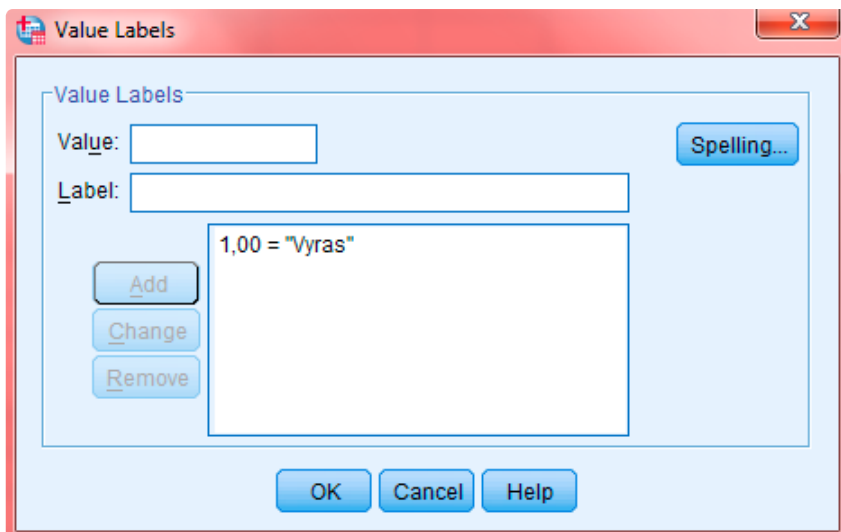
**Kintamojo reikšmės** (angl. *Values*). Šis stulpelis skirtas kintamojo reikšmėms užkoduoti. *Svarbu:* jei kintamasis yra skaitmeninis (pvz., amžius, pajamos, ūgis ir pan.), kintamojo reikšmės įvedamos tiesiai į duomenų redaktorius lapą, papildomai jų koduoti nereikia. Kintamojo reikšmių kodavimas aktualus, kai dirbama su nominaliosios ir rangų skalės kintamaisiais, taip pat kai skaitmeninių kintamųjų reikšmės perkoduojamos jas sugrupuojant. Tokių kintamųjų reikšmėms rekomenduojama suteikti skaitmeninį kodą. Pavyzdžiui, kintamasis „lytis“ turi reikšmes „vyras“ ir „moteris“. Šioms reikšmėms suteikiami skaitmeniniai kodai: „vyras“ = 1, „moteris“ = 2. Kintamojo reikšmėms užkoduoti naudojamas reikšmių aprašymo (angl. *Value Labels*) dialogo langas, kuris atsidaro aktyvavus kintamojo reikšmės laukelį (kol / jei kintamojo reikšmės neaprašytos, *Values* stulpelio laukeliuose automatiškai žymima *None* (liet. be reikšmių aprašymo):

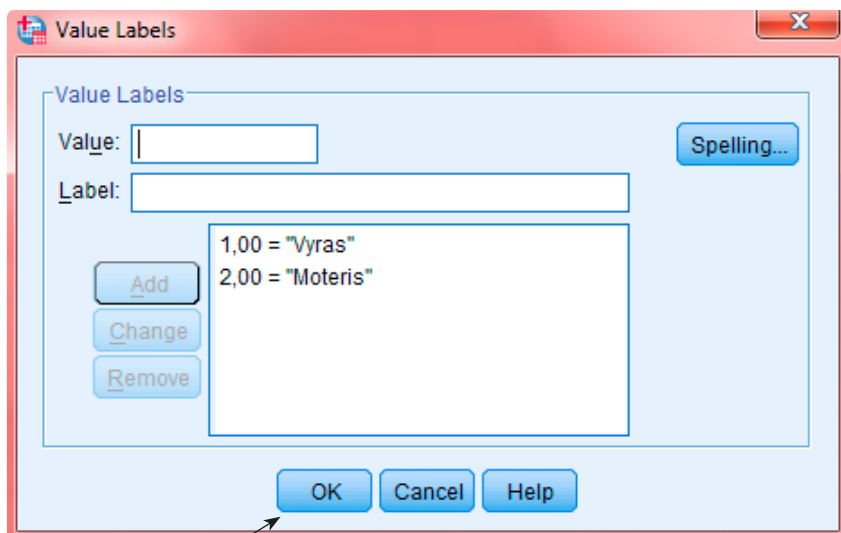


4.19 pav. Kintamojo reikšmių kodavimo langas

SPSS 22.0 versijoje kintamojo reikšmių kodavimo dialogo lange papildomai yra rašybos tikrinimo funkcija (angl. *Spelling*), tačiau, deja, lietuviškos rašybos tikrinimo nėra. Koduojant kintamojo reikšmes, *Value* laukelyje įrašomas kintamojo reikšmės kodas (t. y. skaičius, pvz., 1), *Value Label* laukelyje nurodoma kodą atitinkanti reikšmė (pvz., „vyras“). Paspaudus *Add* (liet. pridėti) mygtuką, aprašyta reikšmė ir jos kodas įvedami į pagrindinį (t. y. didžiausią dialogo lange) laukelį. Tuomet koduojama kita kintamojo reikšmė. Paeiliui po vieną užkoduojamos visos kintamojo reikšmės. Norint redaguoti įvestą aprašą, pasirenkama reikšmė, kurią norima keisti / redaguoti, atliekami pataisymai ir spaudžiamas mygtukas *Change* (liet. pakeisti); norint pašalinti reikšmę spaudžiamas mygtukas *Remove* (liet. pašalinti). Kai pagrindiniame laukelyje matomos teisingos kintamojo reikšmės ir jų kodai, spaudžiamas mygtukas *OK*. Aprašas išsaugomas ir matomas atitinkamame laukelyje kintamųjų peržiūros lape. Reikalui esant, aprašą galima iš naujo redaguoti. Kintamojo „lytis“ reikšmių kodavimo ir aprašymo pavyzdys pateikiamas 4.20 paveiksle:



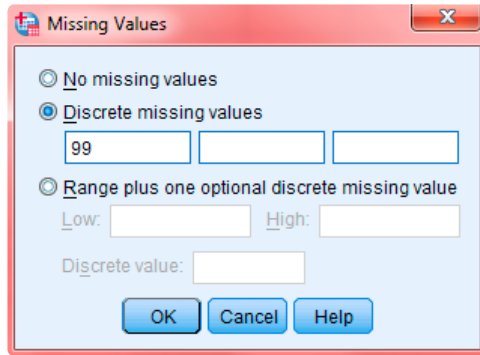




4.20 pav. Kintamojo reikšmių kodavimo proceso pavyzdys

**Trūkstamosios reikšmės** (angl. *Missing*). Įvedant apklausos duomenis, neretai pasitaiko, kad kai kurie respondentai neatsakė į dalį klausimų; pažymėjo atsakymą „nežinau“ ar pan.; filtravimo sistema lėmė, kad jiems nereikėjo atsakyti į tam tikrus klausimus arba dėl kitų priežasčių yra atsakymų, kurių tyrėjas neketina / negali įtraukti analizuodamas atitinkamą kintamąjį. Tokiais atvejais praleistas / trūkstamas / netinkamas reikšmes galima užkoduoti kaip trūkstamąsias reikšmes. Automatiškai nustatyta, kad duomenų redagavimo lape laukeliai su praleistosiomis reikšmėmis (neįvestais duomenimis) žymimi tašku  , o kintamųjų redagavimo lape *Missing* laukeliuose žymima *None* (liet. neapibrėžta). Tačiau tyrėjas gali papildomai nustatyti, kad ne tik praleisti atsakymai, tačiau ir kažkuris kitas atsakymo variantas ar variantai būtų priskiriami trūkstamosioms reikšmėms. Pavyzdžiui, jei respondentas pasirinko atsakymo variantą „nežinau / neturiu nuomonės“, tokiam atsakymui gali būti priskiriamas specialus kodas „99“ (atskiriant jį nuo prasmingų atsakymo variantų), o *Missing* dialogo lange nurodoma, kad reikšmė „99“ turi būti traktuojama kaip trūkstamoji reikšmė:





4.21 pav. Praleistų reikšmių nustatymai

Galima nustatyti iki trijų atskirų trūkstamųjų reikšmių (angl. *Discrete missing values*) arba reikšmių intervalą nuo ... iki ... bei vieną atskirą reikšmę (angl. *Range plus one optional discrete missing value*). Kaip jau minėta, automatiškai programa neapibrėžia trūkstamųjų reikšmių (t. y. *No missing values*). Rezultatų lentelėse visos reikšmės, apibrėžtos kaip trūkstamosios, skaičiuojamos atskiroje eilutėje:

**Statistics**  
Pasitikėjimas politikos institucij

N	Valid	174
	Missing	68

**Pasitikėjimas politikos institucijomis**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Visiškai nepasitikiu	53	21,9	30,5	30,5
	Nepasitikiu	63	26,0	36,2	66,7
	Pasitikiu	29	12,0	16,7	83,3
	Visiškai pasitikiu	29	12,0	16,7	100,0
	Total	174	71,9	100,0	
Missing	Nežinau / neturiu nuomonės	23	9,5		
	System	45	18,6		
	Total	68	28,1		
Total		242	100,0		

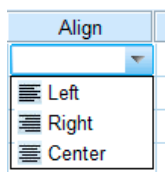
*Tyrėjo apibrėžtos trūkstamosios reikšmės*      *Praleistos trūkstamosios reikšmės*

4.22 pav. Trūkstamosios reikšmės rezultatų lentelėje

Jei klausimas respondentui neskirtas (pvz., pritaikomas klausimas filtras, ir tie, kurie nerūko, neatsakinėjo į klausimus apie rūkymą), trūkstamąją reikšmę taip pat rekomenduojama žymėti specialiu kodu, pavyzdžiui, „netaikoma = 98“ (angl. *not applicable*). Jei klausimas respondentui buvo skirtas, tačiau jis tiesiog nieko nepažymėjo, taip pat reikėtų žymėti specialiu kodu, pavyzdžiui, „neatsakė = 88“. Analizuojant duomenis svarbu atskirti, kokiai daliai respondentų klausimas netaikomas, kokia dalis „nežino“, ką atsakyti, arba „neturi nuomonės“, o kokia dalis tiesiog neatsakė (t. y. prie klausimo niekas nepažymėta).

**Stulpelio plotis** (angl. *Columns*). Galima nustatyti, kokio pločio bus pasirinkto kintamojo stulpelis duomenų redaktoriaus lape (matuojamas ženklų skaičiumi). Kitaip tariant, kokio pločio stulpelis bus matomas. SPSS automatiškai nustato 8 ženklų stulpelio plotį. Taigi, jei mes pasirinkome, kad kintamojo reikšmės ženklų skaičius bus 8 (t. y. *Width*), stulpelio plotis bus lygus 8 ženklams (t. y. *Columns*), ir įvesime kintamojo reikšmę kaip 8 ženklų skaičių (pvz., 30000000), duomenų redaktoriaus lape atitinkamame laukelyje matysis visas skaičius. Tačiau jei nustatysime, kad *Columns* plotis yra 4 ženklai, stulpelis duomenų redaktoriaus lape susiaurės, ir vizualiai matysis tik pusė kintamojo reikšmės (pvz., 3000....). Stulpelio plotį galima pakeisti paspaudžiant atitinkamo kintamojo *Columns* laukelio dešinėje pusėje esantį rodyklių mygtuką arba tiesiog duomenų redaktoriaus lape kairiu kompiuterio pelės klavišu prispaudus stulpelio kraštinę patraukti ją iki norimo stulpelio pločio.

**Lygiavimas** (angl. *Align*). Duomenų redaktoriaus lape įvestos reikšmės laukeliuose gali būti lygiuojamos ties dešine (angl. *Right*) kraštine, kaire (angl. *Left*) kraštine arba per vidurį (angl. *Center*). Automatiškai programa nustato lygiavimą ties dešine kraštine, o *Align* laukelio dešinėje pusėje spustelėjus rodyklės mygtuką galimi pakeitimai:



4.23 pav. Kintamojo reikšmių lygiavimo pasirinkimai

*Pastaba:* tiek *Columns*, tiek *Align* nustatomi parametrai turi reikšmės *tik* vizualiniam duomenų formatui, t. y. kaip atrodys duomenų redaktoriaus lapas.

**Kintamojo matavimo skalė** (angl. *Measure*). Kaip buvo aprašyta 1 skyriaus 1.4 poskyryje, yra keturių lygių kintamųjų matavimo skalės (nominalioji, rangų, intervalų ir santykių), tačiau SPSS programoje galimos trys skalės: nominalioji (angl. *Nominal*), rangų (angl. *Ordinal*) bei skaitmeninė (angl. *Scale*) (apima skaitmeninius intervalų ir santykių skalių kintamuosius). SPSS automatiškai nėra nustatyta matavimo skalė (žymima kaip *Unknown*, t. y. nežinoma). Tyrėjas gali palikti šį nustatymą arba kiekvienam kintamajam priskirti tinkamo matavimo lygmens skalės nustatymą.

**Kintamojo funkcija** (angl. *Role*). Šio nustatymo nėra ankstesnėse SPSS versijose. Kintamojo funkcijos nustatymas reiškia, kad analizės metu kai kurie dialogo langai pagal kintamajam priskirtą funkciją iš karto įves tą kintamąjį į jo funkciją atitinkantį dialogo lango laukelį. Pavyzdžiui, jei analizei reikalinga priskirti, kurie kintamieji bus laikomi priklausomais, o kurie – nepriklausomais, paprastai tyrėjas dialogo lauke rankiniu būdu įveda kintamuosius iš pasirinkimo sąrašo. Tačiau jei funkcija bus priskirta jau aprašant kintamąjį, pavyzdžiui, kintamajam „lytis“ bus priskirta nepriklausomo kintamojo funkcija (angl. *Input*), tai lytis iš karto atsidurs tokio analitinio veiksmo dialogo lango laukelyje, skirtame nepriklausomiems kintamiesiems įvesti. Jei funkcijos kintamajam priskirti nenorima, reikia pasirinkti *None* (liet. funkcija nepriskirta).

Apibendrinant darbą kintamųjų redaktoriuje reikėtų pasakyti, kad neįgudusiam vartotojui pravartu palikti automatinius nustatymus, aprašant tik tuos kintamojo parametrus, kurie yra būtini (kintamojo pavadinimas, kintamojo reikšmių kodai, kintamojo aprašas, jei reikia – trūkstamosios reikšmės). Automatiniai nustatymai atspindi dažniausiai naudojamus ir reikalingiausius parametrus. Todėl apskritai mokantis dirbti SPSS programa ir nenorint pasimesti tarp gausybės galimų pasirinkimų, pradžioje reikėtų dirbti su tomis funkcijomis ir parametrais, kurie yra visiškai aiškūs ir suprantami, vėliau palaipsniui gilinantis į kitus pasirinkimus.

Aprašius visus kintamuosius pagal pasirinktus parametrus, kintamųjų redaktoriaus lapas atrodo taip:

\*Pavyzdys2.sav [DataSet1] - IBM SPSS Statistics Data Editor

	File	Edit	View	Data	Transform	Analyze	Direct	Marketing	Graphs	Utilities	Add-ons	Window	Help
	Name	Type	Width	Decimals	Label	Values	Missing	Columns	Align	Measure	Role		
29	k16_2id	Numeric	8	2	Užduotys semi...	None	None	8	Right	Scale	Input		
30	k16_3id	Numeric	8	2	Diskusijos	None	None	8	Right	Scale	Input		
31	k16_4id	Numeric	8	2	Perskaitytos lit...	None	None	8	Right	Scale	Input		
32	k16_5id	Numeric	8	2	Pranešimai	None	None	8	Right	Scale	Input		
33	k17_1	Numeric	8	2	Aiški, iš ko ruo...	None	None	8	Right	Scale	Input		
34	k17_2	Numeric	8	2	Užduotys atitik...	None	None	8	Right	Scale	Input		
35	k17_3	Numeric	8	2	Buvo įdomus at...	None	None	8	Right	Scale	Input		
36	k17_4	Numeric	8	2	Buvo sudėtinga...	None	None	8	Right	Scale	Input		
37	k18	Numeric	8	2	Egzaminas buv...	{1,00, Sunk...	None	8	Right	Ordinal	Input		
38	k19	Numeric	8	2	Ar rekomenduo...	{1,00, Tikrai...	None	8	Right	Ordinal	Input		
39	k110	Numeric	8	2	Ar naudingos st...	{1,00, taip, j...	None	8	Right	Ordinal	Input		
40	k111_1	Numeric	8	2	Destymu paten...	{1,00, taip}...	None	8	Right	Ordinal	Input		
41	k111_2	Numeric	8	2	Turiniu patenkinti	{1,00, taip}...	None	8	Right	Ordinal	Input		
42	Lytis	Numeric	8	2	Respondento ly...	{1,00, Vyras}...	None	8	Right	Nominal	Input		
43	Amžius	Numeric	8	2	Respondento a...	None	None	8	Right	Scale	Input		
44	k118	Numeric	8	2	Lankomumas	{1,00, 80-10...	None	8	Right	Ordinal	Input		
45	k119	Numeric	8	2	Pasitikėjimas p...	{1,00, Labai}...	None	8	Right	Ordinal	Input		
46	k120	Numeric	8	2	Pasitikėjimas p...	{1,00, Visišk...	99,00	8	Right	Ordinal	Input		
47													

4.24 pav. Užpildytas kintamųjų redaktoriaus lapas

Beje, kintamųjų redaktoriaus lape galimos įprastos kopijavimo, įklijavimo, pašalinimo ir pan. komandos. Pavyzdžiui, jei keletu kintamųjų reikšmės ir kodai yra tokie patys, užpildžius pirmojo kintamojo reikšmių kodavimo laukelį, jo turinys gali būti perkopijuotas į kitų kintamųjų laukelius; taigi, nereikės tokių pačių reikšmių ir kodų aprašinėti iš naujo.

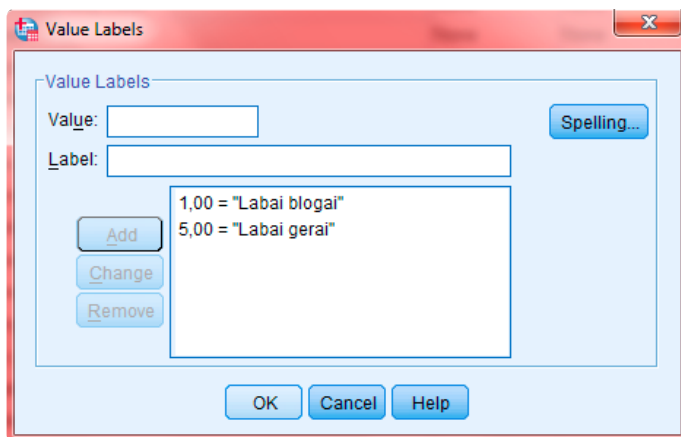
„Verčiant“ apklausos klausimyno klausimus kintamaisiais SPSS programoje, galimi įvairūs kintamųjų aprašymo bei kodavimo būdai, lemiantys ir duomenų įvedimo būdą. Aptarsime dažniausiai pasitaikančias situacijas.

Paprasčiausia įvesti klausimų su vieno galimo atsakymo varianto pasirinkimus. Tokie klausimai įprastai aprašomi kintamųjų redagavimo lape, o duomenų redagavimo lape įvedama respondento pasirinktą atsakymo variantą atitinkančios reikšmės kodas.

Jei klausimą sudaro keli teiginiai, *kiekvienas* teiginys įvedamas kaip *atskiras* kintamasis. Tarkime, jeigu klausime nr. 6 yra pateikti 5 teiginiai, kintamųjų redaktoriaus lape turėsime 5 kintamuosius: kl6\_1 (pirmas teiginys); kl6\_2 ir t. t., o duomenų redaktoriaus lape atitinkamai bus įvedamos prie kiekvieno teiginio respondento pažymėtos vertinimo reikšmės.

Analogiškai tvarkomi klausimai, kuriuose galima pasirinkti daugiau nei vieną atsakymo variantą: kiekvienas atsakymo variantas koduojamas kaip atskiras kintamasis, o jo reikšmės yra „pasirinko“/„nepasirinko“ arba „taip“/„ne“ (t. y. pasirinko arba nepasirinko kintamąjį atitinkantį atsakymo variantą). Pavyzdžiui, klausimo nr. 23 atsakymo variantai yra sporto šakų sąrašas, o respondento buvo prašoma pažymėti visas sporto šakas, kurias jis reguliariai praktikuoja. Kintamųjų redaktoriuje kiekviena sporto šaka bus įvedama kaip atskiras kintamasis: Kl\_23\_1 „futbolas“; Kl\_23\_1 „krepšinis“ ir t. t. Prie kiekvieną sporto šaką atitinkančio kintamojo įvedami kodai „1“ = „taip“ (t. y. jei pažymėjo futbolą) ir „2“ = „ne“ (t. y. jei futbolo nepažymėjo).

Kaip jau minėta, klausimų, kuriuose atsakymo variantai yra skaičiai, papildomai koduoti nereikia. Jei klausime yra panaudota skaitmeninė skalė, kurios kraštinės reikšmės yra apibūdintos žodžiais, šias kraštines reikšmes galima aprašyti kodavimui skirtame lange (žr. 4.25 pav.). Tačiau įvedant duomenis, *visos* skalės reikšmės įvedamos skaičiais.



4.25 pav. Skaitmeninių skalių su žodiniais kraštinių reikšmių apibūdinimais aprašymas

Jei klausimyne buvo atvirų klausimų, atsakymus į šiuos klausimus galima įvesti ženklų eilutės (*String*) formatu arba koduoti kaip įprastus kintamuosius (t. y. atsakymuose esančius raktinius žodžius grupuoti, kintamųjų lape įvedant kiekvienos grupės atsakymo esmę atitinkančią reikšmę ir jos kodą). Pavyzdžiui, atvirus atsakymus „ledai“, „mėgstu saldinius“, „dažniausiai perku šokoladą“ galima sugrupuoti kaip „saldumynai“. Taigi, respondentų klausimynuose rastus atsakymus, kurie atitinka šią kategoriją, iš karto įvedame kaip kintamojo reikšmę „saldumynai“ su kodu, pavyzdžiui, „1“. Atitinkamai sugrupuojami ir užkoduojami visi kiti atsakymai į atvirus klausimus.

Atskira atsakymų kategorija yra atsakymo variantai „nežinau“, „neturiu nuomonės“, „neatsakė“ ir pan. Paprastai aprašant kintamąjį, šios reikšmės koduojamos specialiu žymėjimu, pavyzdžiui, „99“. Tokiu būdu jos atskiriamos nuo prasmingų atsakymų. Kaip minėta, neretai tyrėjai nusprendžia neįtraukti šių atsakymų į analizę, o koduoja juos kaip trūkstamąsias reikšmes (*Missing Values*).

Dar viena savita kategorija – atsakymo variantas „kita“. Nėra nusistovėjusios tvarkos, kaip elgtis su atsakymu „kita“. Jau sudarant klausimyną gali kilti klausimas, ar šį atsakymo variantą palikti su įrašymo galimybe („kita (*įrašyti*)\_\_\_\_\_“), ar tiesiog uždarą pasirinkimą

23 : k1\_1

	k1_1	k1_2	k1_3	k1_4	k2_1	k2_2	k2_3	k2_4	k2_5	k2_6	k2_7	k3	k4_1
1	1												
2													
3													
4													
5													
6													
7													
8													
9													
10													
11													

4.26 pav. Tuščias duomenų redaktoriaus lapas

Pavyzdys2.sav [DataSet1] - IBM SPSS Statistics Data Editor

	k1_1	k1_2	k1_3	k1_4	k2_1	k2_2	k2_3	k2_4	k2_5	k2_6	k2_7	k3	k4_1
1	5,00	4,00	4,00	4,00	5,00	5,00	3,00	3,00	5,00	5,00	4,00	9,00	
2	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	10,00	3,00
3	4,00	4,00	4,00	5,00	5,00	4,00	3,00	3,00	5,00	5,00	4,00	8,00	2,00
4	4,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	4,00	5,00	5,00	5,00	4,00	9,00	3,00
5	5,00	4,00	2,00	3,00	5,00	4,00	3,00	4,00	5,00	5,00	5,00	8,00	2,00
6	5,00	5,00	5,00	3,00	5,00	5,00	4,00	4,00	5,00	5,00	5,00	9,00	3,00
7	5,00	3,00	3,00	4,00	4,00	4,00	2,00	2,00	5,00	5,00	3,00	8,00	-1,00
8	5,00	5,00	2,00	2,00	5,00	5,00	4,00	4,00	5,00	5,00	5,00	8,00	1,00
9	5,00	5,00	4,00	5,00	5,00	3,00	2,00	3,00	5,00	5,00	5,00	8,00	2,00
10	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	3,00	3,00	4,00	5,00	4,00	5,00	9,00	2,00
11	3,00	3,00	5,00	2,00	5,00	3,00	1,00	1,00	5,00	5,00	5,00	6,00	-1,00

4.27 pav. Duomenų redaktoriaus lapas su įvestais duomenimis

„kita“. Iš vienos pusės, respondentai nėra linkę detalizuoti šio pasirinkimo. Iš kitos pusės, jei tema yra aktuali respondentams, jie gali būti linkę gana išsamiai paaiškinti savo atsakymus. Nėra įmanoma iš anksto numatyti, kiek respondentai bus linkę rinktis ir detalizuoti atsakymo variantą „kita“. Manytume, kad klausimyne pravartu atsakymo variantą „kita“ palikti su atsakymo paaiškinimo galimybe, o apdorojant duomenis su šia reikšme elgtis pagal atsakymų pobūdį. Jei paaiškinimų nėra arba jų labai mažai, koduoti kaip paprastą atsakymo reikšmę. Jei įrašų, paaiškinančių šį pasirinkimą, pakankamai daug, galima juos grupuoti ir koduoti kaip naujas reikšmes.

#### 4.1.3. Duomenų redaktorius

Duomenų redaktoriaus lape įvedami apklausos duomenys, t. y. kiekvieno respondento pasirinkti atsakymai į visus klausimyno klausimus. Eilutės atitinka respondentus; vienoje eilutėje įvedami vieno respondento pasirinkti atsakymai į visus klausimyno klausimus. Stulpeliai reiškia kintamuosius. Viename stulpelyje yra visų respondentų atsakymai į kintamąjį atitinkantį klausimyno klausimą, kitaip tariant, kiekvieno respondento pasirinkto atitinkamo kintamojo reikšmės (žr. 4.26 ir 4.27 pav.).

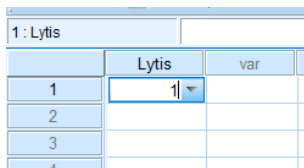
Kol kintamieji nėra aprašyti, duomenų redaktoriaus lape jie žymimi sutrumpinimu *Var* (žr. 4.2 pav.); aprašius kintamuosius matomas kintamojo pavadinimas. Aktyvūs atvejai ir kintamieji nuo neaktyvių skiriasi tamsesne šrifto spalva. Kompiuterio pelės rodyklę pastūmus ant aktyvaus kintamojo pavadinimo (pvz., kl9), parodomas visas kintamojo aprašas (taip, kaip jis aprašytas kintamųjų redaktoriaus lape):

	kl9	kl10	kl11_1	kl11_2
00	3.00	3.00	2.00	2.00
00	2.00	Ar rekomenduotumėte šią knygą draugams?		
00	5.00	2.00	1.00	1.00

4.28 pav. Kintamojo aprašo peržiūra duomenų redaktoriaus lape



Duomenų redaktoriaus laukeliuose įvedami kintamųjų kodai. Viename laukelyje įvedama vienas kodas, atitinkantis tam tikro respondento pasirinkimą iš kintamojo reikšmių. Pavyzdžiui, turime kintamąjį „lytis“, kurio reikšmės užkoduotos „vyras“ = 1 ir „moteris“ = 2. Pirmasis respondentas nurodė, kad jis yra „vyras“. Taigi, atitinkamame laukelyje įvedamas tai atitinkantis reikšmės „vyras“ kodas „1“:



The screenshot shows a data entry window titled "1 : Lytis". It contains a table with two columns: "lytis" and "var". The first row has the value "1" entered in the "lytis" column. The second and third rows are empty.

	lytis	var
1	1	
2		
3		

4.29 pav. Duomenų (kintamojo reikšmių kodų) įvedimo pavyzdys

Įvedus visų respondentų reikšmes aprašytiems kintamiesiems, sukuriami SPSS duomenų rinkmena. Kaip jau minėta, norint, kad duomenų peržiūros lange būtų matomi ne kintamųjų reikšmių kodai (t. y. skaičiai), o reikšmių prasmės (*Value labels*) (žr. 4.15 pav.), reikia pasirinkti komandą [**View** → **Value Labels**] arba atitinkamą mygtuką įrankių juostoje.

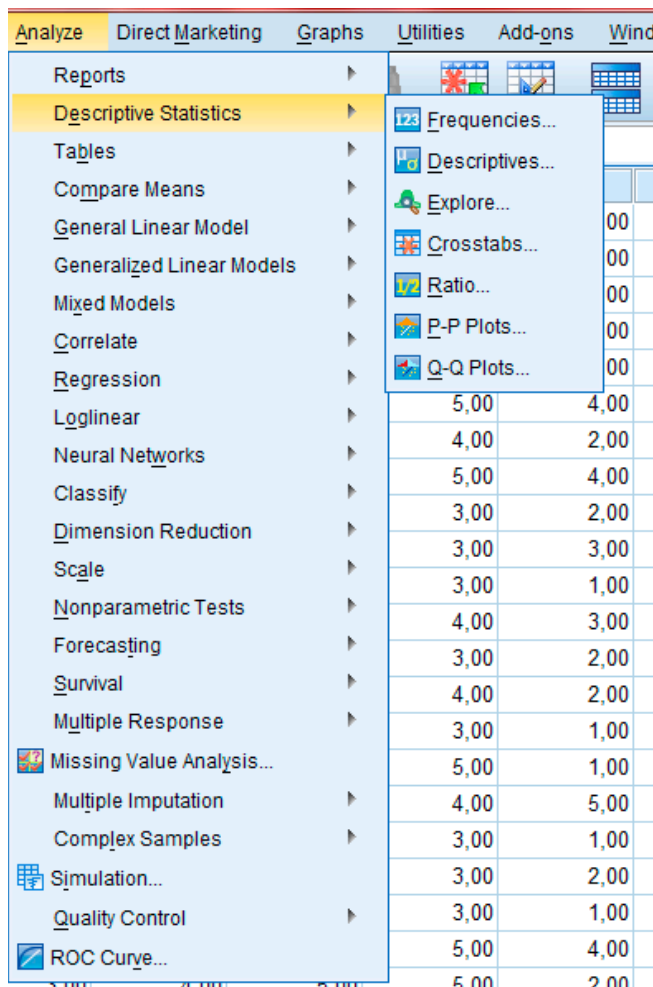
Su įvestais duomenimis galima atlikti įvairias redagavimo funkcijas, būdingas kitoms *Windows* aplinkos programoms: kopijuoti (*Copy*), perkelti (*Paste*), įterpti (*Insert*), trinti (*Cut*, *Delete*) reikšmes (laukelius), kintamuosius (stulpelius) ar atvejus (eilutes).

Kaip ir bet kurioje kitoje programoje, norint išsaugoti sukurtą duomenų bylą, surenkama komanda [**File** → **Save As**]. Atsiradusiame dialogo lange suvedamas norimas duomenų bylos pavadinimas bei vieta, kur ji turi būti išsaugota.

## 4.2. Duomenų analizės funkcijos SPSS programoje: aprašomoji statistika

Aprašius kintamuosius bei suvedus apklausos duomenis, galima pereiti prie duomenų analizės. Šiame skyriuje aptarsime, kaip SPSS programa įvykdyti paprasčiausias ir dažniausiai naudojamas aprašomosios statistikos funkcijas. Aprašomoji statistika yra pirmasis duomenų analizės žingsnis.

Visos pagrindinės aprašomosios statistikos (angl. *Descriptive Statistics*) ir kitos analizės funkcijos pasirenkamos per meniu juostoje esančią komandą *Analyze* (liet. analizuoti):



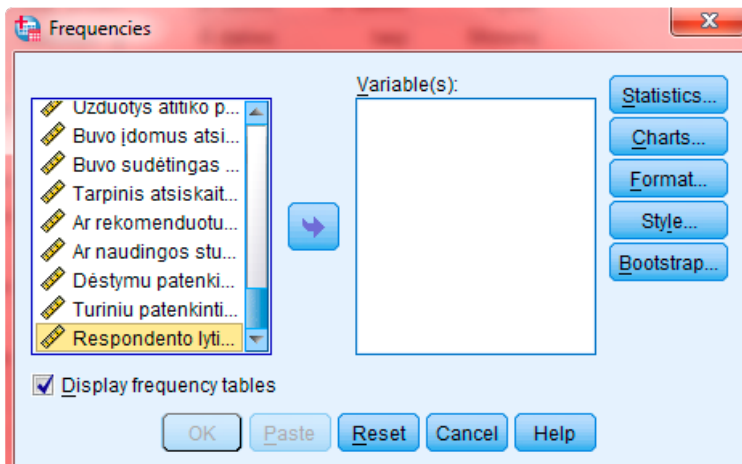
4.30 pav. Aprašomosios statistikos funkcijų pasirinkimas

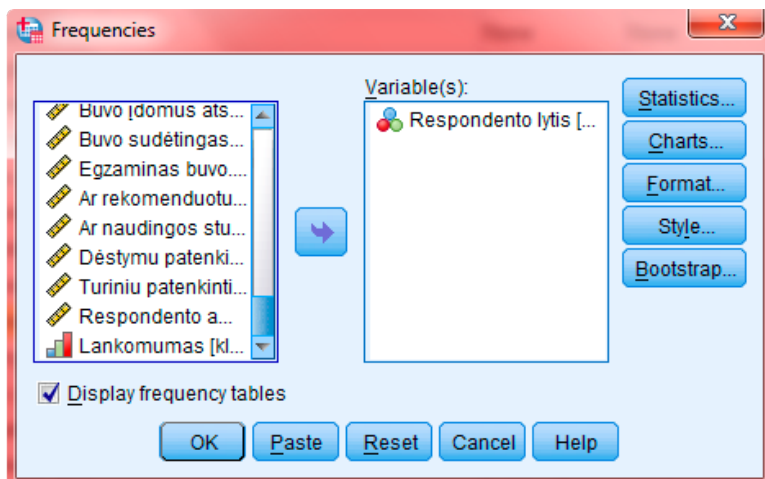
Tam, kad skaitytojai suprastų, kaip veikia analizės funkcijos SPSS, aptarsime dažnių ir procentinių dažnių skaičiavimą, duomenų padėties charakteristikų skaičiavimą (vidurkis, mediana, moda) bei sąsajų (kryžminių) lentelių sudarymą.

#### 4.2.1. Dažnių lentelės

Dažnių (angl. *Frequencies*) lentelės sudaromos norint apskaičiuoti, kiek kartų kintamojo reikšmė pasikartojo statistinėje eilutėje; o procentinis dažnis parodo, kokią statistinės eilutės *dalį procentais* sudaro kintamojo reikšmė. Pavyzdžiui, buvo apklausti 242 studentai. Norime aprašyti šią imtį pagal lyties požymį: apskaičiuoti dažnį absoliučiais skaičiais (kiek tarp apklaustų studentų yra vyrų, kiek moterų) bei dažnį procentais (kokią dalį procentais tarp visų apklaustųjų sudaro vyrai ir moterys).

Dažnių lentelės apskaičiuojamos nurodžius komandą: [*Analyze* → *Descriptive Statistics* → *Frequencies*]. Pasirodo dialogo langas:





4.31 pav. Dažnių apskaičiavimo dialogo langas ir kintamojo pasirinkimas

Kairiajame dialogo lango laukelyje eilės tvarka surašyti visi kintamieji. Kintamąjį arba kintamuosius, kuriuos ketinama aprašyti dažnių charakteristikomis, reikia pažymėti bei dialogo laukelio viduryje esančiu rodyklės mygtuku perkelti į dešinėje pusėje esantį laukelį *Variable(s)*. Galima pasirinkti neribotą skaičių kintamųjų. Rezultatų peržiūros lange *Output* (kuris atsidarys automatiškai, kai komanda bus aktyvuota) kiekvienam kintamajam bus sudaryta atskira dažnių lentelė. Pasirinkus norimus kintamuosius bei patikrinus, ar pažymėtas laukelis *Display frequency tables* (liet. pateikti dažnių lenteles), spaudžiama *OK*:

```
FREQUENCIES VARIABLES=Lytis
/ORDER=ANALYSIS.
```

► **Frequencies**

**Statistics**

Respondento lytis

N	Valid	242
	Missing	0

**Respondento lytis**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Vyras	133	55,0	55,0	55,0
	Moteris	109	45,0	45,0	100,0
	Total	242	100,0	100,0	

4.32 pav. Dažnių lentelės rezultatų peržiūros lange pavyzdys

Atsidariusiame rezultatų peržiūros lange pateikiama ne tik pati dažnių lentelė, tačiau ir su jos sudarymu susijusi informacija. Virš lentelių pateikiama atliktos komandos sintaksė, kurią galima išsaugoti ir vėliau vėl pritaikyti (pakeisti komandą) tiksliai tokią, kokia buvo atlikta (galima nukopijuoti sintaksės tekstą į naują sintaksės failą ir išsaugoti, o kai bus norima paleisti komandą – atsidarius sintaksės failą pasirinkti komandą *Run* (liet. vykdyti). Lentelėje *Statistics* (liet. statistika) pateikiama apibendrinta informacija apie kintamąjį imtyje: *Valid* (liet. galiojantys) nurodo, kiek galiojančių reikšmių buvo įvesta, *Missing* – kiek yra trūkstamųjų reikšmių (šiam pavyzdyje matome, kad iš 242 apklaustų respondentų savo lytį nurodė visi, t. y. *Missing* = 0). Toliau pateikiama pagrindinė dažnių lentelė. Į lentelę įtraukta ši informacija: pirmajame stulpelyje nurodomi kintamojo reikšmių aprašai. Stulpelyje *Frequencies* pateikiamas kiekvienos reikšmės dažnis. Stulpelyje *Percent* (liet. procentai) nurodoma reikšmės dalis procentais. *Valid Percent* (liet. galiojantys procentai) – procentiniai dažniai apskaičiuoti *atsakiusiųjų* į klausimą, t. y. atmetus atvejus su trūkstamomis reikšmėmis. Jei trūkstamųjų reikšmių nėra, stulpelių *Percent* ir *Valid Percent* duomenys sutampa. Stulpelyje *Cumulative Percent* pateikia-

mas sukaupėtasis procentinis dažnis, skaičiuojamas paeiliui sudedant kintamojo reikšmių procentinius dažnius. Jis prasmingas tada, kai kintamąjį sudaro daugiau nei dvi reikšmės:

**Ar rekomenduotumėte šią knygą draugams?**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tikrai rekomenduočiau	128	52,9	52,9	52,9
Manau, kad rekomenduočiau	20	8,3	8,3	61,2
Nežinau	53	21,9	21,9	83,1
Manau, kad nerekomenduočiau	9	3,7	3,7	86,8
Tikrai nerekomenduočiau	32	13,2	13,2	100,0
Total	242	100,0	100,0	

**4.33 pav.** Kintamojo su keliomis reikšmėmis dažnių lentelė

Pavyzdyje 4.33 pav. reikšmę „tikrai rekomenduočiau“ pasirinko 128 respondentai, o tai sudaro 52,9 proc. atsakymus pateikusių respondentų (t. y. *Valid Percent*). Tai yra ir pirmoji reikšmė sukauptojo procentinio dažnio stulpelyje. Antrąją reikšmę (61,2 proc.) sukauptojo dažnio stulpelyje gauname prie 52,9 proc. pridėję 8,3 proc. (t. y. tuos respondentus, kurie pasirinko kitą kintamojo reikšmę „manau, kad rekomenduočiau“) ir t. t. Taigi, galima stebėti, ties kuriomis reikšmėmis sukaupėtasis procentinis dažnis pasiekia 50 proc. ribą ar kitą mus dominančią atsakymų pasiskirstymo ribą.

Dažniai paprastai skaičiuojami nominaliosios ir rangų skalės kintamiesiems. Tam tikrais atvejais (pvz., kai reikšmių nėra daug arba perkodavus skaitmenines reikšmes į reikšmių grupes) dažnius prasminga skaičiuoti ir skaitmeniniams intervalų ar santykių skalės kintamiesiems. Pavyzdžiui, turime kintamąjį „Namų ūkio narių skaičius“. Šiuo atveju prasminga apskaičiuoti, kokia dalis respondentų gyvena namų ūkiuose, sudarytuose iš 1 asmens, 2 asmenų, 3 asmenų ar 10 asmenų (reikšmių skaičius ribotas). Kitas atvejis – jei turime kintamąjį „amžius“, išreikštą metų skaičiumi. Šį kintamąjį galime paversti žemesnio lygio kintamuoju (sudaryti amžiaus grupes, pvz., 20–30 metų) ir apskaičiuoti kiekvienos grupės dažnį.

*Svarbu:* kaip matyti iš ankstesnių pavyzdžių, SPSS rezultatų lentelėse standartiniai įrašai yra anglų kalba. Jei tyrimo ataskaita bus rengiama lietuvių kalba, *privaloma* visus įrašus pakeisti lietuviškais. Nei lentelėse, nei paveiksluose neturi likti įrašų anglų kalba.

#### 4.2.2. Reikšmių padėties charakteristikos

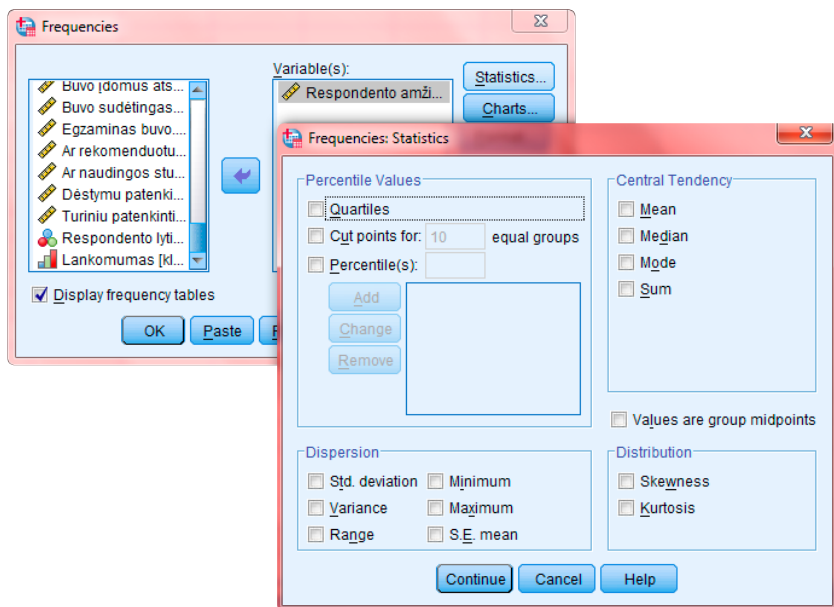
Skaičiuojant reikšmių padėties charakteristikas, svarbu nepamiršti, kokie matai kokiems kintamiesiems tinka. Pagrindinės reikšmių padėties charakteristikos yra šios:

**Vidurkis** (angl. *mean*): vidutinė analizuojamo kintamojo reikšmė. Vidurkį prasminga skaičiuoti tik kiekybiniais kintamiesiems.

**Moda** (angl. *mode*): dažniausiai pasikartojanti kintamojo reikšmė. Galima skaičiuoti visų matavimo lygių kintamiesiems.

**Mediana** (angl. *median*): vidurinioji reikšmė, dalijanti eilutę į dvi lygias dalis (t. y. 50 proc. reikšmių yra didesnės už medianą, o 50 proc. reikšmių yra mažesnės už medianą). Galima skaičiuoti rangų skalės ir kiekybiniais kintamiesiems.

Norint SPSS apskaičiuoti reikšmių padėties charakteristikas, nurodoma komanda: [*Analyze* → *Descriptive Statistics* → *Frequencies*]. Dialogo lange pasirenkamas norimas analizuoti kintamasis ar kintamieji. Tada spaudžiamas mygtukas *Statistics* ir nurodoma, kokie veiksmai turi būti atlikti:



4.34 pav. Duomenų padėties charakteristikų pasirinkimas

Kaip galima pastebėti, ta pačia komanda pasirenkamos ne tik padėties charakteristikos, tačiau taip pat ir sklaidos bei kitos charakteristikos. Galima pasirinkti norimą *procentilių* apskaičiavimo formatą (angl. *Percentile Values*); *sklaidos matus* (angl. *Dispersion*) (standartinį nuokrypį, variacijos koeficientą, didžiausią ir mažiausią reikšmes ir t. t.) bei kitus matus. Šie matai prasmingi tik kiekybiniais kintamiesiems (tiesa, kai kurie matai gali būti tinkami rangų skalės kintamiesiems, tačiau tai priklauso nuo konkretaus kintamojo reikšmių).

Taip pat pasirenkama skaičiuoti tik vieną matą (pvz., tik vidurkį) arba visus galimus matus. Sužymėjus visus norimus atlikti veiksmus, spaudžiamas mygtukas *Continue* (liet. tęsti), tuomet OK ir peržiūrима rezultatų lentelė. Pavyzdžiui, pasirinkome apskaičiuoti *amžiaus* vidurkį, medianą, modą, didžiausią ir mažiausią reikšmę imtyje:



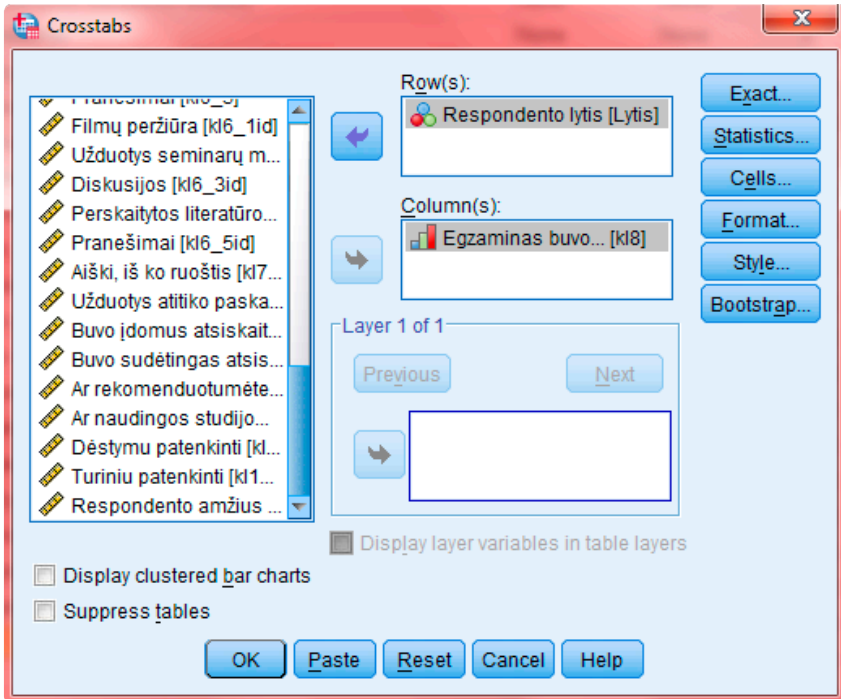
Statistics		
Respondento amžius		
N	Valid	242
	Missing	0
Mean		40,6942
Median		36,0000
Mode		34,00
Minimum		21,00
Maximum		67,00

4.35 pav. Pasirinktų padėties charakteristikų apskaičiavimo lentelė

Gautoje lentelėje matome, kad respondentų amžius svyruoja nuo 21 iki 67 metų; amžiaus vidurkis imtyje yra 41 metai (tiksliai: 40,6942), dažniausiai pasikartojantis respondentų įrašomas metų skaičius yra 34 metai, be to, pusė respondentų yra jaunesni nei 36 metų amžiaus.

#### 4.2.3. Sąsajų lentelės

Neretai dažnių ir padėties charakteristikomis aprašius kintamuosius, toliau keliamas klausimas, kaip kintamieji susiję tarpusavyje? Pirmas žingsnis – vadinamosios sąsajų, arba porinės, dažnių lentelės (kartais vadinamos kryžminėmis verčiant pavadinimą anglų kalba *Crosstabs*). Pavyzdžiui, turime kintamuosius „lytis“ bei „egzamino sunkumo įvertinimas“. Remiantis sąsajų lentelėmis galima nustatyti, ar / kaip skiriasi egzamino sunkumo įvertinimas tarp studentų vyrų ir studentų moterų. *Crosstabs* komanda vykdoma taip: [**Analyze** → **Descriptive Statistics** → **Crosstabs**]. Atidarytame dialogo lange reikia nurodyti, kokių kintamųjų sąsaja bus tiriama ir kokio tipo informaciją norima gauti:



4.36 pav. Sąsajų lentelės sudarymas

Iš kairėje esančio kintamųjų sąrašo pasirenkami kintamieji, kuriuos norima susieti. Vienas kintamasis perkeliamas į laukelį *Row(s)* (liet. eilutės), kitas – į laukelį *Column(s)* (liet. stulpeliai). Eilutės ir stulpeliai nurodo būsimos rezultatų lentelės formatą, t. y. kurio kintamojo reikšmės bus pateiktos rezultatų lentelės eilutėse, o kurio – stulpeliuose. Į eilutėms ir stulpeliams skirtus laukelius galima įvesti daugiau nei vieną kintamąjį. Tuomet kiekvienai eilutės ir stulpelio kintamųjų porai rezultatų peržiūros lange bus pateikta atskira lentelė.

Automatiškai jokie sąsajų lentelės parametrai nėra nustatyti. Jei pasirinkus norimus kintamuosius jokios kitos 4.36 pav. matomos funkcijos nebus redaguojamos, rezultatų peržiūros lange atsiras sąsajų lentelė tik su dažniais:

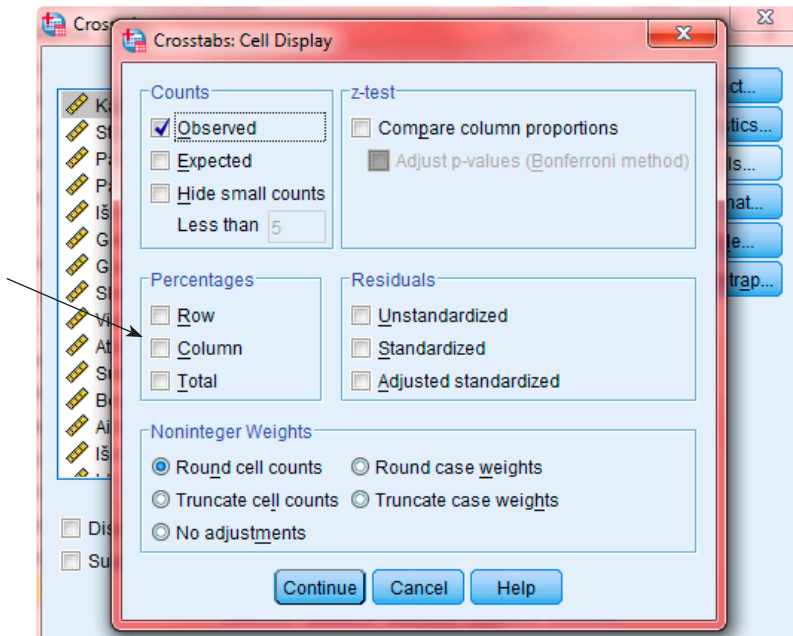
**Respondento lytis \* Egzaminas buvo... Crosstabulation**

Count

		Egzaminas buvo...			Total
		Sunkesnis, nei tikėjau	Lengvesnis, nei tikėjau	Tokio sunkumo kaip tikėjau	
Respondento lytis	Vyras	66	33	38	137
	Moteris	51	15	39	105
Total		117	48	77	242

4.37 pav. Sąsajų lentelės (dažniais) pavyzdys

Norint, kad sąsajų lentelėje būtų rodomi ne tik dažniai, bet ir procentiniai dažniai, *Crosstabs* komandos dialogo lange reikia paspausti mygtuką *Cells* (žr. 36 pav.) ir atsiradusiame *Cell Display* (liet. lentelės laukelių parinktys) dialogo lange pažymėti norimus parametrus. *Percentages* laukelyje reikia pažymėti *Row* ir / arba *Column*. Pasirinkimas aktyvuojamas paspaudus *Continue*:



4.38 pav. Sąsajų lentelės parametų pasirinkimas

			Egzaminas buvo...			Total
			Sunkesnis nei tikėjaisi	Lengvesnis nei tikėjaisi	Tokio sunkumo kaip tikėjaisi	
Respondento lytis	Vyras	Count	66	33	38	137
		% within Respondento lytis	48,2%	24,1%	27,7%	100,0%
		% within Egzaminas buvo...	56,4%	68,8%	49,4%	56,6%
	Moteris	Count	51	15	39	105
		% within Respondento lytis	48,6%	14,3%	37,1%	100,0%
		% within Egzaminas buvo...	43,6%	31,3%	50,6%	43,4%
Total	Count	117	48	77	242	
	% within Respondento lytis	48,3%	19,8%	31,8%	100,0%	
	% within Egzaminas buvo...	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

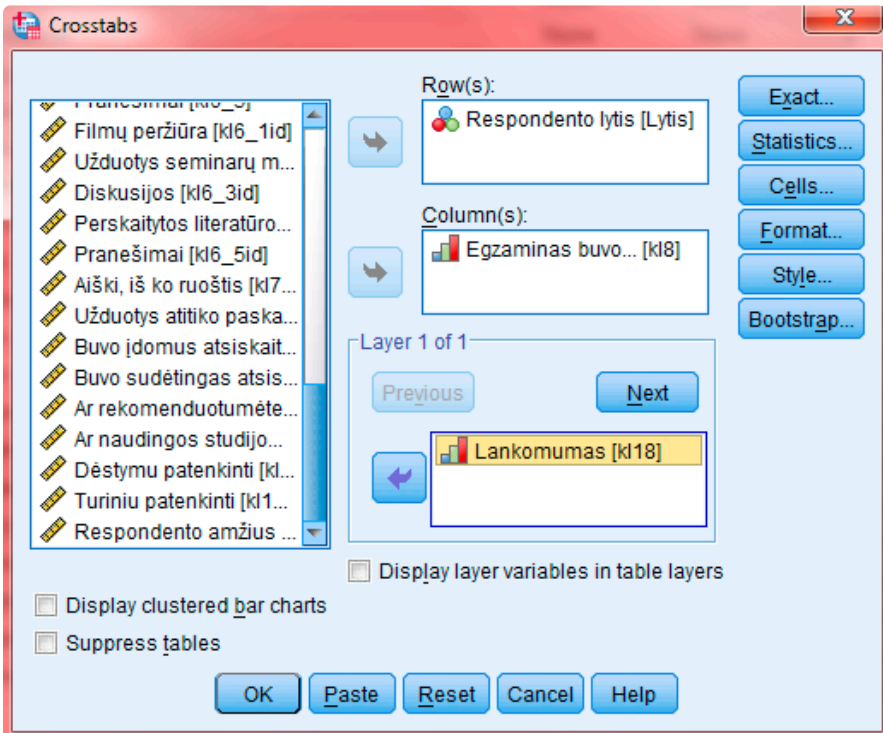
4.39 pav. Sąsajų lentelės (procentiniais dažniais) pavyzdys

Svarbu įsidėmėti, kaip tokiu atveju skaičiuojami ir interpretuojami rezultatai. Pasirinkus *Row* ir *Column*, procentiniai dažniai bus skaičiuojami ir pagal kintamąjį, *Crosstabs* dialogo lange įkeltą į *Row(s)* laukelį (mūsų pavyzdyje „lytis“), ir pagal kintamąjį, įkeltą į *Column(s)* laukelį (mūsų pavyzdyje „egzamino sunkumo įvertinimas“). Procentinių dažnių skaičiavimas *eilutėse* rodytų, kokia dalis iš 100 proc. apklaustų studentų vyrų nurodė, kad egzaminas buvo „sunkesnis, nei tikėjaisi“; „lengvesnis, nei tikėjaisi“ ir „tokio sunkumo, kaip tikėjaisi“ bei kaip tie patys atsakymai pasiskirstė tarp 100 proc. apklaustų moterų. Procentinių dažnių skaičiavimas *stulpeliuose* rodytų, kokią dalį tarp visų (t. y. 100 proc.), kurie nurodė, kad egzaminas buvo „sunkesnis, nei tikėjaisi“, sudaro vyrai, o kokią moterys; kokią dalį tarp visų, kurie nurodė, kad egzaminas buvo „lengvesnis, nei tikėjaisi“ sudaro vyrai, kokią – moterys ir t. t. Rezultatų lentelėje 4.39 pav. matome, kad tiek studentų vyrų, tiek moterų panaši dalis mano, kad egzaminas buvo sunkesnis, nei tikėtasi: šį variantą pasirinko 48,2 proc. visų studentų vyrų ir 48,6 proc. visų studentėlių moterų (tai rezultatas, kai 100 proc. yra eilutėje pagal kintamąjį „lytis“). Analizuojant atsakymus „tokio sunkumo, kaip tikėjaisi“ ir „lengvesnis, nei tikėjaisi“ pastebima, kad kiek didesnė dalis studentėlių moterų (37,1 proc.) nei studentų vyrų (27,7 proc.) mano, kad egzaminas buvo toks, kokio ti-

kėtasi. Tuo tarpu didesnė dalis vyrų (24,1 proc.) nei moterų (14,3 proc.) mano, kad egzaminas buvo lengvesnis nei tikėtasi. Todėl galima formuluoti preliminarią prielaidą, kad lytis turi įtakos egzamino vertinimui (šiai prielaidai patikrinti reikalingi tolesni statistinės analizės veiksmai).

Analogiškai, analizuojant pasiskirstymus pagal stulpelius matoma, kad pasirinkusių atsakymą, kad egzaminas buvo „sunkesnis, nei tikėjaisi“, 56,4 proc. sudaro respondentai vyrai ir 43,6 proc. respondentės moterys ir t. t.

*Crosstabs* komanda leidžia analizuoti ne tik kintamųjų poras, tačiau ir reikšmių pasiskirstymą siejant tris ar daugiau kintamųjų. Norint gauti kelių lygių sąsajų lentelę, *Crosstabs* dialogo langelyje reikia įvesti atitinkamus nurodymus:



4.40 pav. Kelių sluoksnių sąsajų lentelės sudarymas

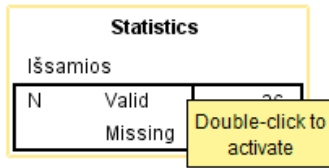
Laukelyje *Layer* (liet. sluoksnis) įvedami papildomi kintamieji, kuriuos norima įtraukti į analizę. Galima įvesti daugiau nei vieną papildomą sluoksnį (spaudžiant mygtuką *Next* (liet. kitas), atsivers naujo sluoksnio laukelis). Pagal pavyzdį, be „lyties“ ir „egzamino sunkumo“ kintamųjų, įvedamas užsiėmimų „lankomumo“ kintamasis. Tai yra norima pažiūrėti, ar skiriasi egzamino sunkumo įvertinimas tų studentų, kurie dažniau lankė užsiėmimus, nei tų, kurie užsiėmimus lankė rečiau, kartu stebint pasiskirstymą pagal lytį. *Svarbu*: reikia atkreipti dėmesį, kad rezultatų lentelės formatui svarbu, kaip *Row*, *Column* ir *Layer* laukeliuose bus išdėstyti kintamieji. Kintamųjų, įkeltų į *Layer* ir *Row* laukelius, reikšmės rezultatų lentelėje bus pateikiamos eilutėse (*Layer* – pirmasis eilutės sluoksnis, *Row* – antrasis eilutės sluoksnis); *Column* kintamojo reikšmės bus pateikiamos stulpelyje. Taip pat reikia atidžiai rinktis santykinių dažnių apskaičiavimo parametrus.

Aptarėme paprasčiausius analizės veiksmus, kurie parankiausi mokantis dirbti SPSS programa bei dažniausiai taikomi pirminiuose analizės etapuose. Kaip minėjome, įgudus dirbti programa, atsiveria labai plačios analizės galimybės.

### 4.3. Rezultatų pateikimas ir redagavimas

#### 4.3.1. Darbas rezultatų peržiūros lange

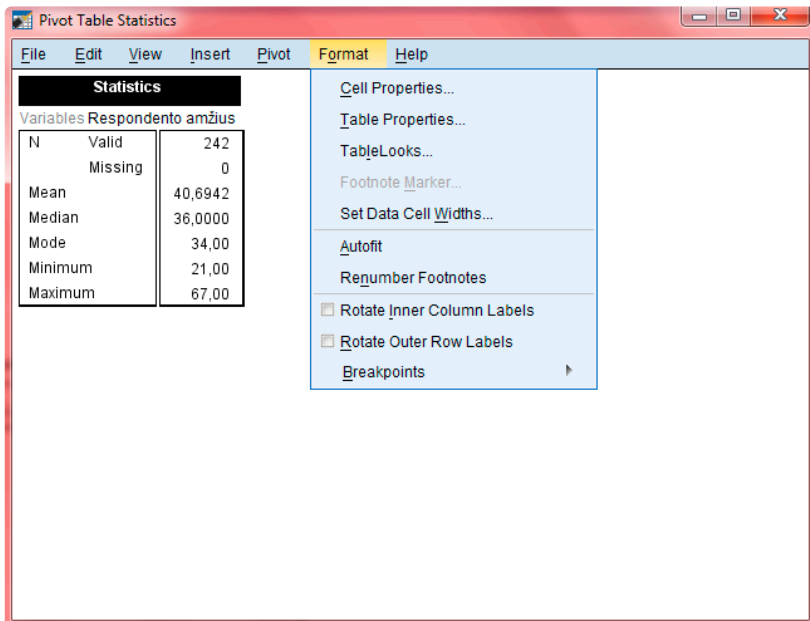
Visomis tyrėjo pasirinktomis komandomis sukurti rezultatai pateikiami atskirame rezultatų peržiūros lange (*Output*). Šiame lange galima ne tik peržiūrėti gautas lenteles, tačiau taip pat fiksuojamos visų atliktų veiksmų sintaksės, galima daryti papildomus įrašus, koreguoti lentelių pavadinimus, keisti formatą ir taip toliau. Kompiuterio pelės rodykle užėjus ant bet kurio įrašo, jis automatiškai išskiriamas rėmeliais, kurių viduje kairiu kompiuterio pelės klavišu spragtelėjus du kartus įrašas aktyvuojamas redaguoti:



4.41 pav. Rezultatų lango įrašų aktyvavimas redaguoti

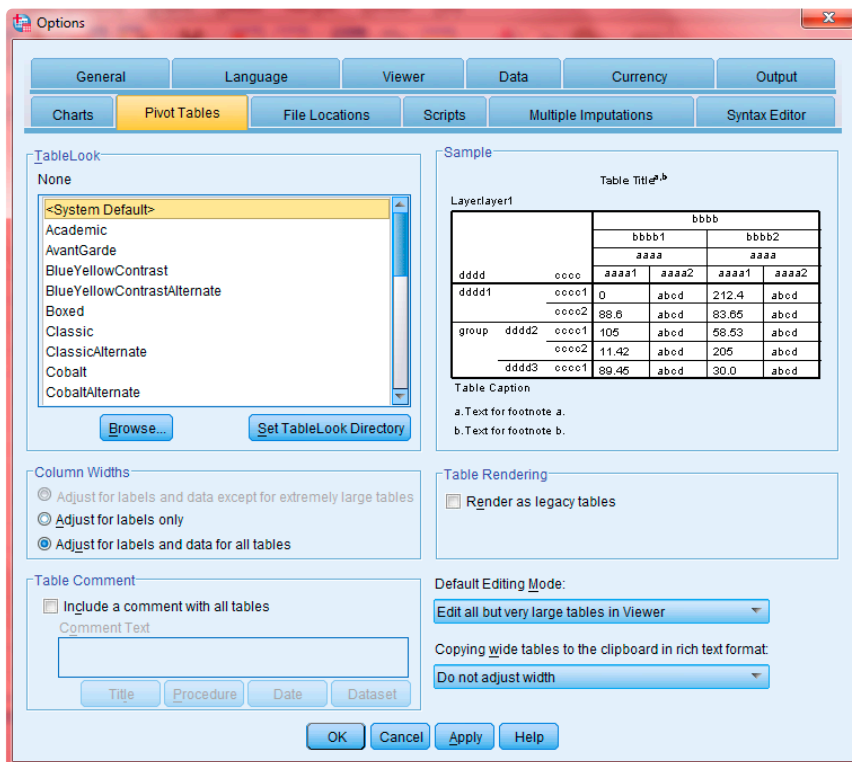
Su bet kuriuo įrašu galimos visos įprastos redagavimo funkcijos: ištrinti tekstą ar skaičius, įrašyti naujus įrašus, įrašus anglų kalba pakeisti įrašais lietuvių kalba, kopijuoti įrašus ir pan.

Visas rezultatų peržiūros lange esančias *lenteles* galima nukopijuoti ir perkelti į kitą programą (pvz. į *Word* ar *Excel*) arba redaguoti tiek lentelių įrašus, tiek formatą tiesiai rezultatų peržiūros lange. Norint pakeisti lentelės formatą, kompiuterio pelės rodykle užėjus ant aktyvuotos lentelės reikia paspausti dešinį pelės klavišą ir pasirinkti [**Edit Content** → **In Separate Window**]. Atskirame lange atsidarys lentelė ir visos galimybės ją formatuoti:



4.42 pav. Lentelės formatavimo langas

Norint, kad *Output* lange iš karto būtų matomas ne standartinis automatiškai nustatytas SPSS rezultatų lentelių formatas, o paties ty-rėjo pasirinktas formatas, reikia bet kuriame SPSS darbo lange spausti [*Edit* → *Options* → *Pivot Tables*] ir pasirinkti norimą / patinkantį len-telės šabloną:



4.43 pav. Ty-rėjo pasirinkto rezultatų lentelių šablono nustatymas

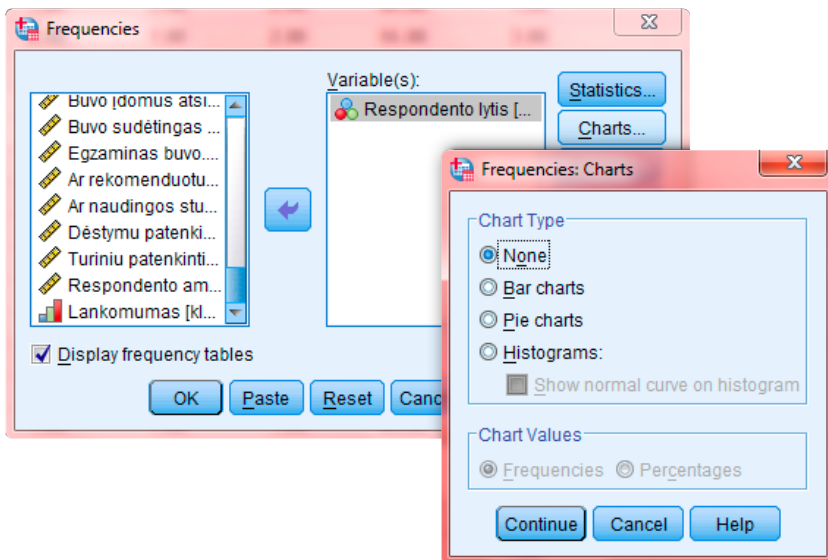
### 4.3.2. Grafinis rezultatų vaizdavimas

Rezultatai gali būti pateikiami ne tik lentelių pavidalu. SPSS progra-moje galima pasirinkti įvairias grafinio vaizdavimo formas: stulpelines (juostines) diagramas (angl. *bar charts*), skritulines diagramas (angl. *pie*



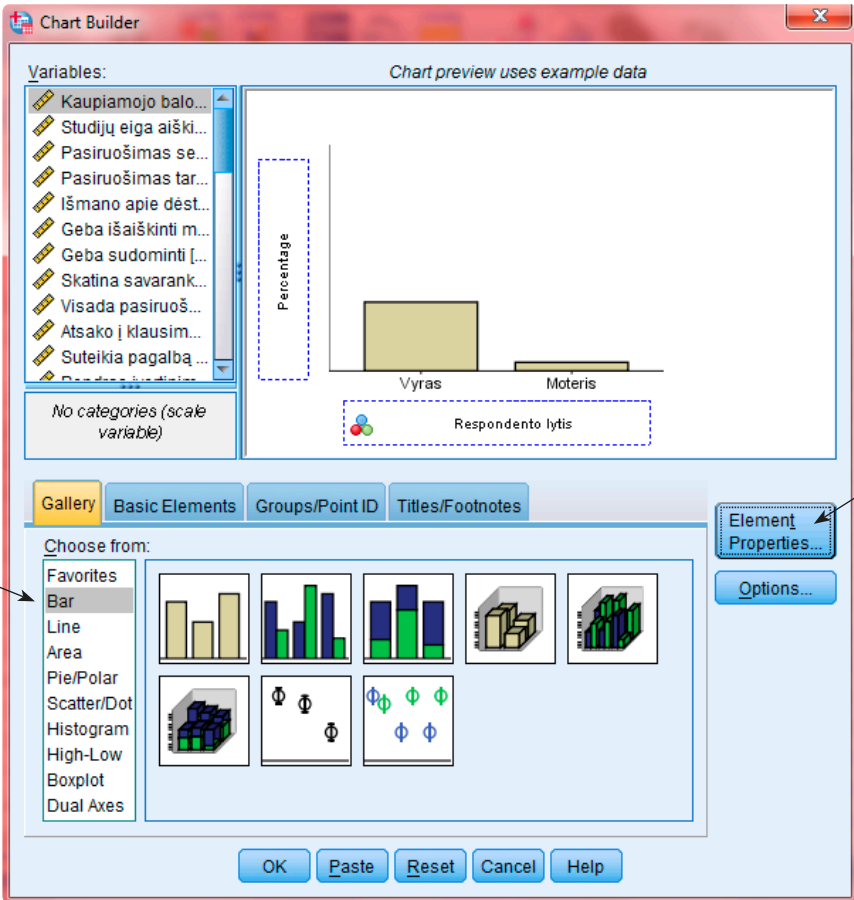
charts), linijines diagramas (angl. *line*) ir pan. Grafinio vaizdavimo komandą galima aktyvuoti bent dviem būdais:

(1) Diagramų komandą *Charts* galima pasirinkti kartu su analizės komanda. Pavyzdžiui, skaičiuojant dažnius, komandos *Frequencies* dialogo lange paspaudus mygtuką *Charts*, atidaromas papildomas dialogo langas, kuriame galima pasirinkti norimą diagramos tipą ir pasirinkti, kokia forma (dažnių ar procentinių dažnių) pateikti duomenis diagramoje:



4.44 pav. Grafinio duomenų pateikimo nustatymo pavyzdys

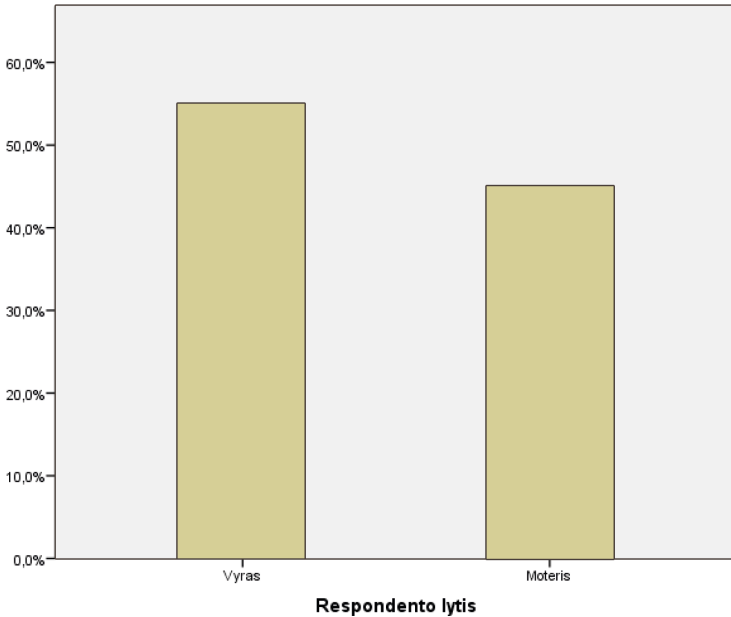
(2) Grafinio vaizdavimo komandą galima pasirinkti tiesiai iš pagrindinio SPSS darbinio lango (duomenų redagavimo ar kintamųjų peržiūros lape), pasinaudojant meniu juostos komanda [*Graphs* → *Chart Builder*]. Paspaudus komandos mygtuką, aktyvuojamas dialogo langas, kuriame galima pasirinkti norimą diagramos tipą bei įvesti kintamąjį ar kintamuosius, pagal kuriuos diagrama bus kuriama:



4.45 pav. Diagramos kūrimo pasirinkimas per meniu juostos funkciją

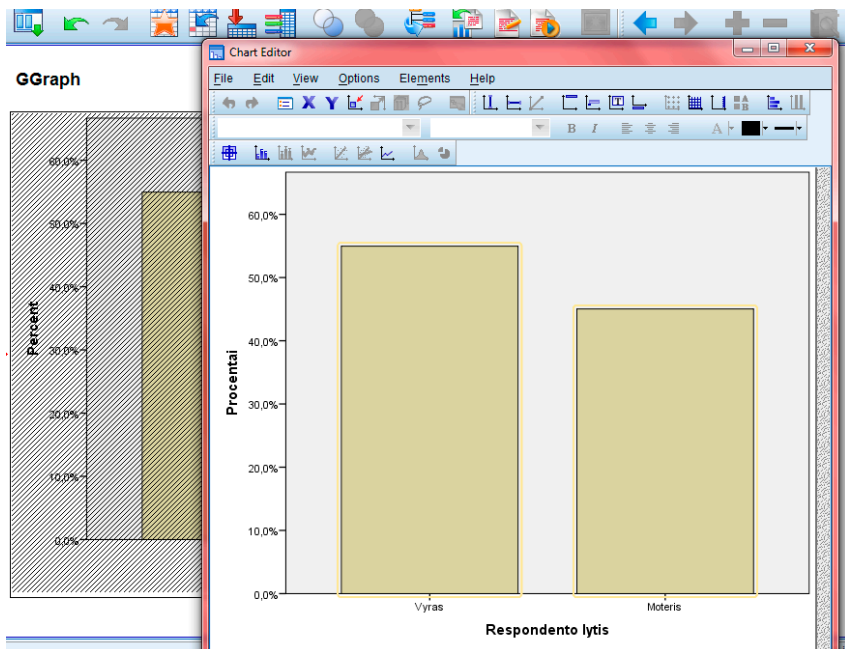
Kairėje pusėje matomas kintamųjų sąrašas. Dešinėje pusėje – diagramos langas. Apačioje – galimų diagramų tipų ir formų pasirinkimas. Norimą kintamąjį reikia kairiu kompiuterio pelės klavišu nuvilkti (angl. *drag*) prie norimos ašies diagramos lange (mūsų pavyzdyje į horizontalios ašies padėtį buvo nuvilktas kintamasis „lytis“). Kadangi automatiškai nustatyta diagramoje rodyti dažnius, pasirinkome [**Element Properties** (liet. elementų savybės) → **Statistics** → **Percentage**] ir pažymė-

jome, kad būtų rodomi procentiniai dažniai. Taip pat parinkome, kad būtų rodoma stulpelinė diagrama. Esant tokioms parinktims, sukuriama diagrama:



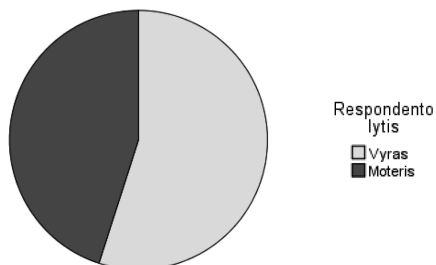
4.46 pav. Diagramos pavyzdys

Kaip matome, automatiškai sukurta diagrama nėra vizualiai labai patraukli. Diagramų redagavimui galioja visi anksčiau minėti redagavimo principai: galima iš anksto nustatyti norimą diagramos šabloną per meniu [*Edit* → *Options* → *Charts*] komandą, arba redaguoti tiesiai rezultatų peržiūros lange. Redaguojant galima keisti diagramos pavadinimą, diagramos ašių pavadinimus, stulpelių spalvą, rėmelių storį, nustatyti, kad diagramoje (pvz., stulpelių viduje) būtų rodomi apskaičiuoti procentiniai dažniai, ir taip toliau. Kairiu pelės mygtuku du kartus spragtelėjus diagramą, aktyvuojamas jos redagavimo dialogo laukas, kuriame ir pasirenkamos redagavimo priemonės:



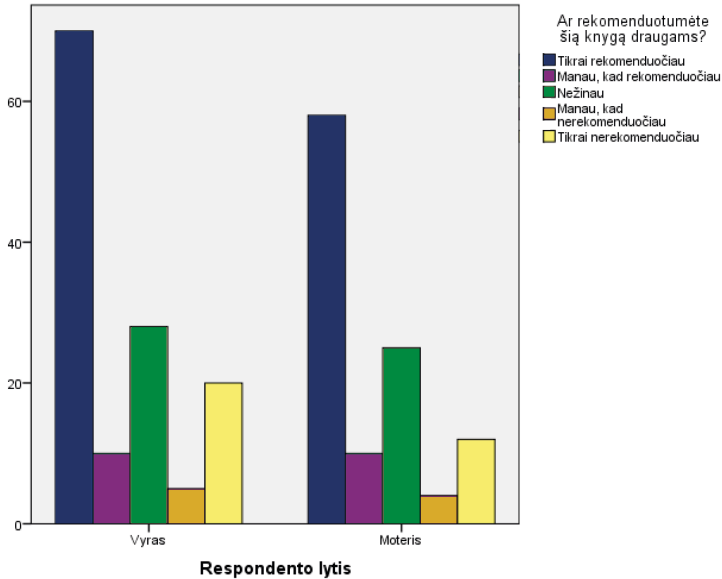
4.47 pav. Diagramos redagavimo langas

Kokios diagramos naudojamos dažniausiai ir kada kurį diagramos tipą tinkamiausia pasirinkti? *Skritulinė diagrama* tinka tada, kai kintamojo reikšmių nėra daug, apie 2–6 reikšmes. Jei reikšmių yra daug, skritulio skyriai tampa labai maži, todėl sunku išžiūrėti reikiamą informaciją arba apskritai pamatyti mažai atvejų apimančias reikšmes. Skritulinės diagramos pavyzdys:



4.48 pav. Skritulinė diagrama

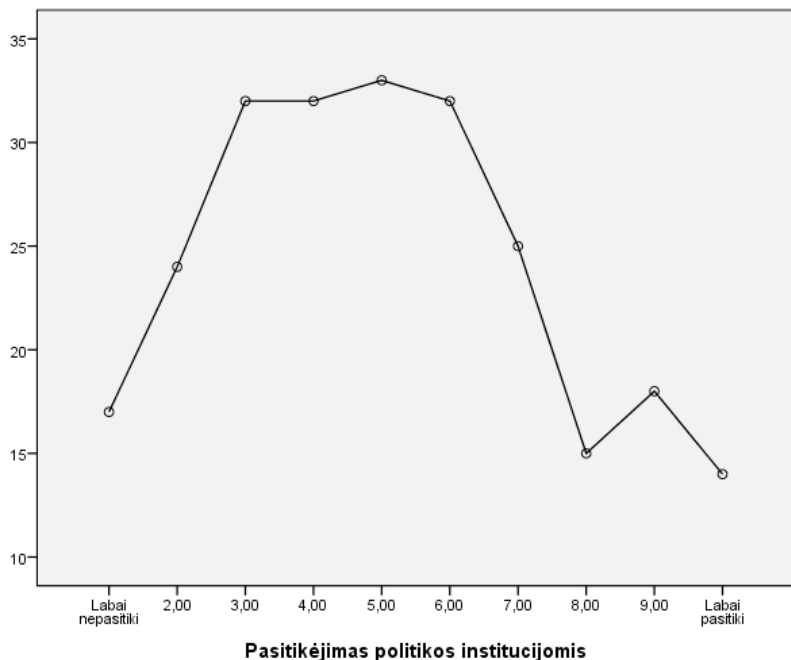
Apklausos duomenis labai patogiu perteikti *stulpelinių diagramų* forma. Stulpeliai gali būti vertikalūs arba horizontalūs (juostos iš kairės į dešinę). Vertikalių stulpelių diagramos parankios ir tada, kai vienoje diagramoje norima pateikti daugiau nei vieno kintamojo duomenis (pvz., vaizduojant sąsajų lentelių duomenis). Čia galima paminėti dar vieną būdą diagramoms sudaryti per *Graph* komandą: tai pasirinkimas *Legacy Dialogs* (liet. standartiniai pasirinkimai), kuriame matomas diagramų tipų sąrašas. Pasirinkus norimą diagramos tipą, atsiranda dialogo langas kintamiesiems pasirinkti, pavyzdžiui, „lytis“ bei „knygos rekomendavimas“:



4.49 pav. Stulpelinė diagrama

Horizontalių stulpelių diagramos tinkamos tada, kai yra ilgesnis kintamojo reikšmių sąrašas – reikšmes atitinkančių juostų eilė gali tęstis žemyn tiek, kiek reikia, kad diagrama tilptų viename puslapyje.

*Linijinės diagramos* parankios tada, kai kintamojo reikšmės kiekybinės. Pavyzdžiui, tokia diagrama galima pavaizduoti respondentų pasitikėjimą politikos institucijomis, kai skalė yra nuo 1 („labai nepasitiki“) iki 10 („labai pasitiki“):



4.50 pav. Linijinė diagrama

Neretai tyrėjai SPSS programą naudoja tik duomenų apdorojimui ir analizei, o lenteles ir diagramas redaguoja / apipavidalina / modifikuoja kitose programose, dažniausiai *Excel* arba *Word*. Tai priklauso nuo to, kokiomis programomis yra įgudęs dirbti tyrėjas, koks yra jo lentelių ir diagramų apipavidalinimo skonis.

#### 4.4. Tyrimo ataskaitos rengimas

Galutinis apklausos tyrimo etapas – tyrimo ataskaitos rengimas. Be abejo, individualių tyrėjų ataskaitos gali skirtis tiek turiniu, tiek forma. Tačiau galima pateikti bendrus apklausos ataskaitos turinį sudarančius elementus:

- Titulinis lapas (viršelis)
- Santrauka

- Turinys
- Terminų (sąvokų, sutrumpinimų ar kt.) žodynas
- Įvadas
- Teorija (literatūros apžvalga)
- Tyrimo metodologija
- Tyrimo rezultatų pristatymas ir interpretacija
- Išvados (rekomendacijos)
- Literatūros sąrašas
- Priedai

**Titulinis lapas (viršelis).** Paprastai čia nurodomas tyrimo pavadinimas, tyrimo vadovo (tyrimą atlikusio tyrėjo) vardas ir pavardė, ataskaitos paskelbimo vieta ir data (pvz., Vilnius, 2014). Jei yra užsakovas, jis nurodomas antraštiniame lape. Jei tyrėjas priklauso institucijai ar organizacijai, nurodomas jos pavadinimas.

**Santrauka.** Ataskaitos santraukos pradžioje dar kartą pateikiami visi ataskaitos identifikavimo duomenys: autorius (-iai), pavadinimas, atsakinga organizacija, paskelbimo data. Santraukoje aiškiai ir informatyviai pateikiamas tyrimo tikslas ir uždaviniai, svarbiausi rezultatai ir išvados. Santraukoje taip pat trumpai pristatomas tyrimo metodas (-dai), nurodoma tyrimui aktuali populiacija, imties tūris ir sudarymo būdas. Daugelio ataskaitų santraukos yra apie 250–500 žodžių. Po santrauka dažnai nurodomos pagrindinės ataskaitos dokumente vartotos sąvokos, reikšminiai žodžiai (apie 5 svarbiausius reikšminius žodžius).

**Turinys.** Nurodomi pagrindiniai ataskaitos skyriai ir poskyriai bei puslapių, kuriuose jie spausdinami, numeriai. Įtraukiamas ir lentelių bei paveikslų sąrašas.

Sutrumpinimų, simbolių, terminų aiškinimo **žodynas**. Jeigu ataskaitoje yra simbolių, ženklų, sutrumpinimų, terminų, kurių skaitytojai galėtų nesuprasti, jie turėtų būti pateikiami ir paaiškinami atskirame žodynėlyje, pateikiamame po turinio.

**Įvadas.** Paprastai įvade paaiškinama, kodėl tyrimas buvo atliktas, kodėl jis yra reikšmingas, kuo aktualus? Tai yra glaustai nusakomas tyrimo temos aktualumą pagrindžiantis kontekstas. Pateikiama trumpa

kitų panašių tyrimų apžvalga, kokie autoriai anksčiau tyrinėjo minėtą temą, tokiu būdu nusakant atlikto tyrimo vietą bei išskirtinumą. Toliau glaustai ir struktūruotai nurodoma tyrimo problema, tyrimo objektas, tikslas bei uždaviniai. Nurodomos tyrimo hipotezės ir / arba tyrimo klausimai. Trumpai aprašomas tyrimo metodas ir procedūros (paprastai turi būti nurodyta, koks apklausos būdas pasirinktas; kokia yra tyrimui aktuali populiacija ir imties charakteristikos; kada, kur ir kiek laiko buvo renkami duomenys; jei tikslinga – trumpai paminimi esminiai etiniai klausimai ar kita svarbi informacija). Įvado pabaigoje gali būti nurodomi pagrindiniai tyrimo ataskaitos skyriai ir glaustai nusakomas jų turinys.

**Teorija (literatūros apžvalga).** Tai gali būti vienas ar keli skyriai, kuriuose aptariamos teorinės prielaidos, kuriomis remiasi atliktas tyrimas.

**Tyrimo metodologija.** Paprastai tyrimo metodologijos klausimai aptariami tyrimo rezultatų pristatymui skirto skyriaus poskyryje. Šiame poskyryje turėtų būti detaliai aprašyta tyrimo metodologija, metodika, instrumentas ir duomenų rinkimo procedūros. Būtina ne tik nurodyti, kas ir kaip buvo atlikta, tačiau taip pat pagrįsti, kodėl buvo priimti tokie sprendimai. Pavyzdžiui, nepakanka paminėti, kad apklausa buvo atlikta tiesioginio interviu būdu. Prasminga pagrįsti, kodėl šiam tyrimui buvo pasirinktas būtent šis apklausos būdas. Taip pat turi būti paaiškinta bei pagrįsta, kaip buvo sudarytas apklausos klausimynas, koks imties tūris ir kokių būdu imtis sudaryta, kiek klausimynų buvo išdalinta ir koks buvo atsakymų grįžtamumo laipsnis, kaip vyko duomenų rinkimo darbai ir t. t. Detalus tyrimo metodologijos aprašymas leidžia tyrėjui atskleisti, o skaitantiesiems tyrimo ataskaitą – įvertinti tyrimo pagrįstumą ir patikimumą.

**Tyrimo rezultatų pristatymas ir interpretacija.** Tyrimo rezultatus galima pateikti sujungiant juos į teminius poskyrius. Kiekvieną poskyrį patartina pradėti trumpu įvadu ir užbaigti išvadamis. Pateikiant tyrimo rezultatus ir jų analizę, turi būti akcentuojami naujumo aspektai, rezultatai iliustruojami grafinėmis rezultatų vaizdavimo priemonėmis (lentelėmis, paveikslais, diagramomis ir kt.), juos būtina komentuoti ir pateikti interpretacijas. Gana dažnai (ypač tai būdinga studentams) apsiribojama perpasakoti tai, kokie duomenys matomi lentelėse ir diagramose. Tai nėra tinkamas rezultatų aptarimas. Aptariant apklausos duomenis,



reikėtų paaiškinti, ką reiškia matomi skaičiai, kiti rezultatai, kaip juos galima interpretuoti, kaip jie siejasi su tyrimo teorinėmis prielaidomis bei ankstesnių tyrimų rezultatais ir pan.

Lentelės, diagramos, paveikslai ir pan., kuriuose pateikiami rezultatai, turi būti numeruojami; privalo turėti pavadinimą; privalo būti aiškios (t. y. įvardintos) visos sudedamosios lentelių grafos, diagramų ašys, reikšmės ir pan. Kaip jau minėta, visos lentelės ir paveikslai, gauti taikant specialias duomenų apdorojimo ir analizės programas (pvz., SPSS), turi būti sutvarkyti pagal ataskaitai keliamus reikalavimus, pavyzdžiui, jei ataskaita yra lietuvių kalba, visi įrašai lentelėse ir paveiksluose taip pat turi būti lietuvių kalba.

**Išvados ir rekomendacijos.** Išvados daromos išnagrinėjus tyrimo metu surinktus duomenis ir apibendrinus gautus rezultatus. Išvados turi būti konkrečios, atsakančios į tyrimo tikslą ir uždavinius. Paranku išvadas formuluoti ir struktūruoti pagal tyrimo uždavinius. Jei buvo keliamos hipotezės, išvadose nurodomi hipotezių tikrinimo rezultatai. Po išvadų (arba kartu su išvadomis) gali būti pateikiamos rekomendacijos. Jose paprastai nurodoma, kokie yra galimi problemos sprendimo būdai; kokie tolesni tyrimai galėtų būti atlikti gilinantis į tyrimo temą ar naujus, nepaaiškintus aspektus, kurie išryškėjo tyrimo metu.

**Literatūros sąrašas.** Ataskaitos pabaigoje nurodomas visų naudotų literatūros šaltinių sąrašas. Sąrašė pateikiami literatūros šaltiniai privalo būti minimi ar cituojami ataskaitos tekste. Literatūros sąrašas sudaromas remiantis nustatytais standartais (yra galimi keletas skirtingų variantų, pavyzdžiui, *Harvardo* stilius, todėl tyrėjas turėtų arba pasirinkti vieną iš galimų variantų, arba vadovautis jo institucijoje galiojančiu standartu).

**Priedai.** Prieduose pateikiama įvairi medžiaga. Paprastai yra reikalaujama, kad prieduose būtų pateikiama tyrimo priemonė (t. y. galutinis klausimyno variantas). Taip pat prieduose gali būti pateikiama dalis duomenų analizės rezultatų, jei dėl formato ar kitų priežasčių jie nebuvo pateikti ataskaitos tekste, tačiau yra būtini duomenų pristatymo nuoseklumui. Prieduose gali būti ir kita informacija, kuri, tyrėjo manymu, būtina pagrindžiant tyrimą ar jo rezultatus bei gali būti naudinga ataskaitos skaitytojams.

**Kiti galimi ataskaitos elementai.** Kartais ataskaitose gali būti ir kokių nors specialių elementų, susijusių konkrečiai su atliktu tyrimu, tyrėju ar pan. Pavyzdžiui, padėka už suteiktą pagalbą atliekant tyrimą ar pan.

## **Ketvirtojo skyriaus studijų priemonės**

### **Pagrindinės sąvokos**

Aprašomoji statistika  
Dažniai  
Sąsajų lentelė  
Duomenų analizė  
Duomenų apdorojimas  
Duomenų įvedimas  
Duomenų redaktorius  
Duomenų rinkmena  
Grafinis rezultatų vaizdavimas  
Kintamojo aprašas  
Kintamųjų redaktorius  
Kintamojo reikšmės ir kodai  
Linijinė diagrama  
Moda  
Mediana  
Procentiniai dažniai  
Skritulinė diagrama  
SPSS  
Stulpelinė diagrama  
Tyrimo ataskaita  
Trūkstamosios reikšmės  
Vidurkis

### **Užduotys savarankiškam darbui**

1. Jei jau esate sukūręs (-usi) klausimyną bei atlikęs (-usi) apklausą, sukurkite savo apklausos duomenų rinkmeną SPSS programa.

- Pirmiausia aprašykite kintamuosius kintamųjų redaktoriaus lape. Tada įveskite apklausos duomenis duomenų redaktoriaus lape. Jei klausimyno neturite – susikurkite klausimyną; atlikite apklausą (žr. užduotį nr. 1 prie 3 skyriaus „Užduočių savarankiškam darbui“) ir tuomet sukurkite duomenų rinkmeną SPSS programa.
2. Sukūrę duomenų rinkmeną, atlikite visus 4 skyriuje aprašomus analizės veiksmus (apskaičiuokite dažnius ir procentinius dažnius; medianą; modą; vidurkį; sudarykite sąsajų lentelę), tinkamai juos parinkdami pagal kintamųjų tipą ir matavimo skalės lygmenį.
  3. Gautiems rezultatams pavaizduoti sukurkite lenteles ir diagramas SPSS programa. Sukurkite bent po vieną skritulinę, stulpelinę ir linijinę diagramą. Jei neturite tam tinkamų kintamųjų – mokymosi tikslams sukurkite dirbtinį kintamąjį ir duomenis.
  4. Sukurtą stulpelinę diagramą rezultatų peržiūros lange suformuokite pagal savo skonį: parinkite norimas stulpelių spalvas, norimą pavadinimo šriftą ir pan.
  5. Naudodamiesi *Graph* komandos galimybėmis, nustatykite, kad rezultatų peržiūros lange būtų pateikiamas Jūsų pasirinktas rezultatų lentelės formatas (šablonas).

## Rekomenduojama literatūra

### *Pagrindinė literatūra*

- Alreck, Pamela L.; Settle, Robert B. 1995. *The Survey Research Handbook*. Irvin: McGraw-Hill [žr. 12 skyrių apie tyrimo ataskaitos rengimo principus].
- Berkman, Elliot T. 2012. *A Conceptual Guide to Statistics Using SPSS*. Los Angeles (Calif.): Sage Publications.
- Bilevičienė, Tatjana; Jonušauskas, Steponas. 2011. *Statistiniai metodai rinkos tyrimuose*. Vadovėlis. Vilnius: Mykolo Romerio universitetas.
- Čekanavičius, Vydas; Murauskas, Gediminas. 2006. *Statistika ir jos taikymai I*. Vilnius: TEV.
- Čekanavičius, Vydas; Murauskas, Gediminas. 2008. *Statistika ir jos taikymai II*. Vilnius: TEV.
- Greasley, Pete. *Quantitative Data Analysis Using SPSS. An Introduction for Health and Social Science*. 2008. Maidenhead: Open University Press.

- Vaitkevičius, Raimundas; Saudargienė, Aušra. 2006. *Statistika su SPSS psichologiniuose tyrimuose*. Kaunas: Vytauto Didžiojo universiteto leidykla.
- Valackienė, Asta; Mikėnė, Svajonė. 2010. *Sociologinis tyrimas: metodologija ir atlikimo metodika*. Vadovėlis. Kaunas: Technologija [žr. 17 skyrių apie tyrimo ataskaitos rengimą].

### *Papildoma literatūra*

- Ahlberg, Mauri K.; Wheeldon, Johannes. 2012. *Visualizing Social Science Research: Maps, Methods and Meaning*. Thousand Oaks: Sage Publications.
- Bryman, Alan. 2008. *Social research methods* (3rd ed). Oxford: Oxford University Press [žr. 15 skyrių apie darbą SPSS programa].
- Cleophas, Ton J.; Zwinderman, Aeilko H. 2010. *SPSS for Starters*. New York, London: Springer.
- Elliott, Barbara J.; Marsh, Catherine. 2008. *Exploring Data: an Introduction to Data Analysis for Social Scientists*. (2nd ed.). Cambridge, Malden: Polity Press.
- Griffith, Arthur. 2010. *SPSS for Dummies*. (2nd ed.). Indianapolis: Wiley Publishing, Inc.
- Leonavičienė, Teresė. 2006. *SPSS programų paketo taikymas statistiniuose tyrimuose*: [mokomoji knyga]. Vilnius: Vilniaus pedagoginio universiteto leidykla.
- McKnight, Patrick E.; McKnight, Katherine M.; Sidani, Souraya; Figueredo, Aurelio J. 2007. *Missing Data: A Gentle Introduction*. New York, London: The Guilford Press.
- Morgan, George A.; Leech, Nancy A.; Gloeckner, Gene W.; Barrett, Karen C. 2011. *IBM SPSS for Introductory Statistics. Use and Interpretation*. (4th ed.). Routledge: Taylor and Francis Group.
- Treiman, Donald J. 2009. *Quantitative Data Analysis: Doing Social Research to Test Ideas*. San Francisco: Jossey-Bass.

### **Naudingi šaltiniai internete**

- Duomenų analizės ir tyrimo ataskaitos rengimo rekomendacijos (lietuvių k.)*
- Morkevičius, Vaidas (red.). 2008. *Pavyzdinis metodologinis mokomasis studijų paketas. Statistinė duomenų analizė su SPSS ir STATA*. Kaunas: KTU, LiDA. [www.lidata.eu/files/mokymai/stat/Statistika\\_galutine\\_redakcija.pdf](http://www.lidata.eu/files/mokymai/stat/Statistika_galutine_redakcija.pdf)
- Merkys, Gediminas; Vaitkevičius, Sigitas; Urbonaitė-Šlyžiuviūtė, Daiva. 2004. *Užsakomųjų tyrimų ataskaitos rengimas: švietimo ir mokslo ministerijos rekomendacijos tyrėjams*. Vilnius-Kaunas, Švietimo ir mokslo ministerija. <http://www.smm.lt/web/lt/kiti-tyrimai-archyvas> [žr. 2004 m. sąrašą].

*SPSS programai skirti tinklalapiai*

IBM SPSS oficialus tinklapis. [www.insol.lt/redirect/apie/](http://www.insol.lt/redirect/apie/)

SPSS Tutorials. <http://www.spsstools.net/spss.htm>

IBM Download SPSS Demos and Tutorials. <http://www-01.ibm.com/software/analytics/spss/downloads/demos.html>

*Patarimai rengiantiems tyrimo ataskaitas (anglų. k.)*

<http://www.esurveyspro.com/article-reporting-survey-results.aspx>

## LITERATŪRA

---

1. Alastalo, Marja. 2008. The History of Social Research Methods. Iš Alasuutari, Peter; Bickman, Leonard; Brannen, Julia (red). *The SAGE Handbook of Social Research Methods*. London: Sage Publications, p. 26–42.
2. Alreck, Pamela L.; Settle, Robert B. 1995. *The Survey Research Handbook*. Irvin/McGraw-Hill.
3. Andres, Lesley. 2012. *Designing and Doing Survey Research*. London: Sage Publications.
4. Babbie, Earl. 2007. *The Practice of Social Research*. Belmont: Thomson Wadsworth.
5. Bailar, Barbara; Bailey, Leroy; Joyce Stevens. 1977. Measures of Interviewer Bias and Variance. *Journal of Marketing Research*, Vol. 14, No. 3. American Marketing Association, p. 337–343.
6. Birck, J. Michael. 2008. Random-Digit Dialing (RDD). *Encyclopedia of Survey Research Methods*. London: Sage Publications, p. 676–679.
7. Bryman, Alan. 2008. *Social research methods* (3rd ed). Oxford : Oxford University Press.
8. Callegaro, Mario. 2008. Social Desirability. Iš Lavrakas, Paul J. (red.) *Encyclopedia of Survey Research Methods*. London: Sage Publications, p. 826–827.
9. Campanelli, Pamela, 2008. Testing survey questions. Iš De Leeuw, Edith D., Hox, Joop J., Dillman, Don A. (red.) *International Handbook of Survey Methodology*. New York, London: Taylor and Francis Group, p. 176–200.
10. Cargan, Leonard. 2007. *Doing Social Research*. Lanham: Rowman&Littlefield Publishers.
11. Creswell, John W. 2009. *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. Thousand Oaks (Calif.), London: Sage Publications.
12. Čekanavičius, Vydas; Murauskas, Gediminas. 2006. *Statistika ir jos taikymai I*. Vilnius: TEV.
13. Čekanavičius, Vydas; Murauskas, Gediminas. 2008. *Statistika ir jos taikymai II*. Vilnius: TEV.
14. Davies, Martin Brett. 2007. *Doing a Successful Research Project*. London: Palgrave Macmillan.
15. De Leeuw, Edith D. 2008. Choosing the method of data collection. Iš De Leeuw, Edith D., Hox, Joop J.; Dillman, Don A. (red.) *International Handbook of Survey Methodology*. New York, London: Taylor and Francis Group, p. 113–135.
16. De Leeuw, Edith D.; Hox, Joop J. 2008. Self-administered questionnaires: mails surveys and other applications. Iš De Leeuw, Edith D., Hox, Joop J.,

- Dillman, Don A. (red.) *International Handbook of Survey Methodology*. New York, London: Taylor and Francis Group, p. 239-263.
17. Dench, Sally; Iphofen, Ron; Huws, Ursulla. 2004. *An EU Code of Ethics for Socio-Economic Research*. <http://www.respectproject.org/ethics/412ethics.pdf> [žiūrėta 2013-11-17].
  18. De Vaus, David A. 2002. *Surveys in Social Research*. (5th ed.). London, New York: Routledge.
  19. Eurobarometras 74. Visuomenės nuomonė Europos Sąjungoje. 2010 ruduo. Šalies ataskaita: Lietuva. [http://ec.europa.eu/public\\_opinion/archives/eb/eb74/eb74\\_lt\\_lt\\_nat.pdf](http://ec.europa.eu/public_opinion/archives/eb/eb74/eb74_lt_lt_nat.pdf) [žiūrėta 2013-11-17].
  20. Europos socialinio tyrimo (ESS) 2010/11 m. bangos klausimynas (lietuviškai). [http://www.europeansocialsurvey.org/docs/round5/fieldwork/lithuania/lithuanian/ESS5\\_main\\_questionnaire\\_LT\\_lit.pdf](http://www.europeansocialsurvey.org/docs/round5/fieldwork/lithuania/lithuanian/ESS5_main_questionnaire_LT_lit.pdf) [žiūrėta 2013-11-17].
  21. Europos gyvenimo kokybės tyrimo (EQLS) 2007 m. bangos klausimynas (lietuviškai). [http://www.eurofound.europa.eu/docs/areas/qualityoflife/translated\\_version\\_eqls2007/lithuania.pdf](http://www.eurofound.europa.eu/docs/areas/qualityoflife/translated_version_eqls2007/lithuania.pdf) [žiūrėta 2013-11-17].
  22. Europos gyvenimo kokybės tyrimo (EQLS) 2011 m. bangos klausimynas (lietuviškai). <http://www.eurofound.europa.eu/surveys/eqls/2011/documents/lithuania.pdf> [žiūrėta 2013-11-17].
  23. Flash Eurobarometer 228. „The European Emergency Number 112“. <http://www.gesis.org/en/eurobarometer-data-service//survey-series/flash-eb/study-overview/> [žiūrėta 2013-11-17].
  24. Fowler, Floyd J. Jr. 2009. *Survey Research Methods*. Los Angeles, London: Sage Publications.
  25. Fowler, Floyd J. Jr.; Cosenza, Carol. 2008. Writing effective questions. Iš De Leeuw, Edith D., Hox, Joop J., Dillman, Don A. (red.) *International Handbook of Survey Methodology*. New York, London: Taylor and Francis Group, p. 136-160.
  26. Gaidys, Vladas; Tureikytė, Danutė. 1997. Visuomenės nuomonės tyrimai. *Sociologija: Mintis ir veiksmai*, (1). Klaipėda: Klaipėdos universiteto leidykla, p. 115-124.
  27. Gaidys, Vladas. 1999. *Visuomenės nuomonės ir rinkos tyrimai*: [mokomoji knyga]. Vilnius: Žara.
  28. Jacob Betty M., Ostrowski, Krzysztof; Teune, Henry. 1993. *Democracy and Local Governance*. Ten Empirical Studies. Honolulu: Matsunaga Institute for Peace.
  29. Kardelis, Kęstutis, 2007. *Mokslinių tyrimų metodologija ir metodai*. Šiauliai: Lucilijus.
  30. Kanopienė, Vida; Mikulionienė, Sarmitė; Česnuitytė, Vida. 2013. *Šeima ir socialiniai tinklai: tarpgeneracinė perspektyva*. Vilnius: Mykolo Romerio universitetas.

31. Kreuter, Frauke. 2008. Interviewer effects. Iš Lavrakas, Paul J. (red.) *Encyclopedia of Survey Research Methods*. London: Sage Publications, p. 370-372.
32. Lavrakas, Paul J. (red.). 2008. *Encyclopedia of Survey Research Methods*. London: Sage Publications.
33. Lensvelt-Mulders, Gerty. 2008. Surveying sensitive topics. Iš De Leeuw, Edith D., Hox, Joop J., Dillman, Don A. (red.) *International Handbook of Survey Methodology*. New York, London: Taylor and Francis Group, p. 461-478
34. Lynn, Peter. 2008. The problem of nonresponse. Iš De Leeuw, Edith D., Hox, Joop J., Dillman, Don A. (red.) *International Handbook of Survey Methodology*. New York, London: Taylor and Francis Group, p. 35-55.
35. Loosveldt, Geert. 2008. Face-to-face interviews. Iš De Leeuw, Edith D., Hox, Joop J., Dillman, Don A. (red.) *International Handbook of Survey Methodology*. New York, London: Taylor and Francis Group, p. 201-220.
36. Lozar Manfreda, Katja; Vehovar, Vasja. 2008. Internet Surveys. Iš De Leeuw, Edith D., Hox, Joop J., Dillman, Don A. (red.) *International Handbook of Survey Methodology*. New York, London: Taylor and Francis Group, p. 264-284.
37. Marsden, Peter V.; Wright, James D. 2010. Survey Research and Social Science: History, Current Practice, and Future Prospects. Iš Marsden, Peter V.; Wright, James D. (red.) *Handbook of Survey Research*. Bingley, UK: Emerald Publishing Group Ltd, p. 3-26.
38. Maslauskaitė, Aušra. 2008. *Mokslo tiriamojo darbo metodologiniai pagrindai* [mokomoji knyga]. Vilnius: Generolo Jono Žemaičio Lietuvos karo akademija. [www.lka.lt/download/1308/metodologiniai\\_pagrindai.pdf](http://www.lka.lt/download/1308/metodologiniai_pagrindai.pdf) [žiūrėta 2013-12-04].
39. Mikėnė, Svajonė; Gaižauskaitė, Inga; Valavičienė, Natalija. 2013. Qualitative interviewing: field-work realities. *Socialinis darbas*, 12 (1), p. 49-62.
40. Nardi, Peter M. 2006. *Doing Survey Research: A Guide to Quantitative Methods*. Boston: Pearson Education.
41. Norman, Geoff. 2010. Likert Scales, Levels of Measurement and the „Laws“ of Statistics. *Advances in Health Sciences Education*, Vol. 15, Issue 5. Netherlands: Springer, p. 652-632.
42. Ornstein, Michael. 2013. *A Companion to Survey Research*. London: Sage Publications.
43. Remler, Dahlia K.; Van Ryzin, Gregg G. 2011. *Research Methods in Practice*. Los Angeles, London: Sage Publications.
44. Ruane, Janet M. 2007. *Essentials of Research Methods: A Guide to Social Science Research*. Malden: Blackwell Publishing.
45. Steeh, Charlotte. 2008. Telephone surveys. Iš De Leeuw, Edith D., Hox, Joop J., Dillman, Don A. (red.) *International Handbook of Survey Methodology*. New York, London: Taylor and Francis Group, p. 221-238.



46. Strzyzewska, Marianna. 2008. Formulating a Research Proposal. Iš Strzyzewska, Marianna (red.). *Selected Methodological Issue for Doctoral Student*. Warsaw: Warsaw School of Economics, p. 9-28.
47. Trobia, Alberto. 2008a. Cronbach's Alpha. Iš Lavrakas, Paul J. (red.) *Encyclopedia of Survey Research Methods*. London: Sage Publications, p. 169-171.
48. Trobia, Alberto. 2008b. Questionnaire. Iš Lavrakas, Paul J. (red.) *Encyclopedia of Survey Research Methods*. London: Sage Publications, p. 653-656.
49. Tureikytė, Danutė. 2004. Sociologinių tyrimų metodologija ir metodai. Iš Leonavičius, Vylius (sud). *Sociologija: [vadovėlis]*. Kaunas: Vytauto Didžiojo universiteto leidykla, p. 20-40.
50. Warnecke, Richard B.; Johnson, Timothy P.; Chavez, Noel; Sudman, Seymour; O'Rourke, Diane P.; Lacey, Loretta; Jorm, John. 1997. Improving question wording in surveys of cultural diverse populations. *Annals of Epidemiology*, Vol. 7, Issue 5, July 1997, p. 334-342.
51. Apie SPSS. [www.insol.lt/redirect/apie/](http://www.insol.lt/redirect/apie/) [žiūrėta 2013-11-17].
52. 100 Lietuvos ekonomistų apklausa. *Valstybė*, 2008 m. rugsėjis, Nr. 8 (17), p. 15-17.

## Papildomi šaltiniai

- Ahlberg, Mauri K.; Wheeldon, Johannes. 2012. *Visualizing Social Science Research: Maps, Methods and Meaning*. Thousand Oaks: Sage Publications.
- Berkman, Elliot T. 2012. *A Conceptual Guide to Statistics Using SPSS*. Los Angeles (Calif.): Sage Publications.
- Bilevičienė, Tatjana; Jonušauskas, Steponas. 2011. *Statistiniai metodai rinkos tyrimuose: [vadovėlis]*. Vilnius: Mykolo Romerio universitetas.
- Cleophas, Ton J.; Zwinderman, Aeilko H. 2010. *SPSS for Starters*. New York, London: Springer.
- Elliott, Barbara J.; Marsh, Catherine. 2008. *Exploring Data: an Introduction to Data Analysis for Social Scientists*. (2nd ed.). Cambridge, Malden: Polity Press.
- Greasley, Pete. *Quantitative Data Analysis Using SPSS. An Introduction for Health and Social Science*. 2008. Maidenhead: Open University Press.
- Griffith, Arthur. 2010. *SPSS for Dummies*. (2nd ed.). Indianapolis: Wiley Publishing, Inc.
- Leonavičienė, Teresė. 2006. *SPSS programų paketo taikymas statistiniuose tyrimuose: [mokomoji knyga]*. Vilnius: Vilniaus pedagoginio universiteto leidykla.
- McKnight, Patrick E.; McKnight, Katherine M.; Sidani, Souraya; Figueredo, Aurelio J. 2007. *Missing Data: A Gentle Introduction*. New York, London: The Guilford Press.
- Merkys, Gediminas; Vaitkevičius, Sigitas; Urbonaitė-Šlyžiuvietė, Daiva. 2004. *Užsakomųjų tyrimų ataskaitos rengimas: Švietimo ir mokslo ministerijos*

*rekomendacijos tyrėjams*. Vilnius-Kaunas, Švietimo ir mokslo ministerija. <http://www.smm.lt/web/lt/kiti-tyrimai-archyvas> [žr. 2004 m. sąrašą] [žiūrėta 2013-11-17].

Morgan, George A.; Leech, Nancy A.; Gloeckner, Gene W.; Barrett, Karen C. 2011. *IBM SPSS for Introductory Statistics. Use and Interpretation*. (4th ed.). Routledge: Taylor and Francis Group.

Morkevičius, Vaidas (red.). 2008. *Pavyzdinis metodologinis mokomasis studijų paketas. Statistinė duomenų analizė su SPSS ir STATA*. Kaunas: KTU, LiDA. [www.lidata.eu/files/mokymai/stat/Statistika\\_galutine\\_redakcija.pdf](http://www.lidata.eu/files/mokymai/stat/Statistika_galutine_redakcija.pdf) [žiūrėta 2013-11-17].

Random Digit Dialing – Our Standard Method. Pew Research Center for the People and the Press. [www.people-press.org/methodology/sampling/random-digit-dialing-our-standard-method](http://www.people-press.org/methodology/sampling/random-digit-dialing-our-standard-method) [žiūrėta 2013-11-17].

Treiman, Donald J. 2009. *Quantitative Data Analysis: Doing Social Research to Test Ideas*. San Francisco: Jossey-Bass.

Valackienė, Asta; Mikėnė, Svajonė. 2010. *Sociologinis tyrimas: metodologija ir atlikimo metodika*. Vadovėlis. Kaunas: Technologija.

Vaitkevičius, Raimundas; Saudargienė, Aušra. 2006. *Statistika su SPSS psichologiniuose tyrimuose*. Kaunas: VDU leidykla.

## **Etikos kodeksai**

American Sociological Association: Code of Ethics. <http://www.asanet.org/about/ethics.cfm> [žiūrėta 2013-11-17].

An EU Code of Ethics for Socio-Economic Research. <http://www.respectproject.org/ethics/412ethics.pdf> [žiūrėta 2013-11-17].

International Sociological Association: Code of Ethics. [http://www.isa-sociology.org/about/isa\\_code\\_of\\_ethics.htm](http://www.isa-sociology.org/about/isa_code_of_ethics.htm) [žiūrėta 2013-11-17].

Social and Economic Research Group: Research Ethics. [http://www.forestry.gov.uk/pdf/SERG\\_Statement\\_of\\_Research\\_Ethics\\_SEPT\\_2010.pdf/\\$file/SERG\\_Statement\\_of\\_Research\\_Ethics\\_SEPT\\_2010.pdf](http://www.forestry.gov.uk/pdf/SERG_Statement_of_Research_Ethics_SEPT_2010.pdf/$file/SERG_Statement_of_Research_Ethics_SEPT_2010.pdf) [žiūrėta 2013-11-17].

## **Papildomi tinklalapiai**

### *SPSS pagalbos tinklalapiai*

IBM SPSS oficialus tinklalapis. [www.insol.lt/redirect/apie/](http://www.insol.lt/redirect/apie/)

SPSS Tutorials. <http://www.spsstools.net/spss.htm>

IBM Download SPSS Demos and Tutorials. <http://www-01.ibm.com/software/analytics/spss/downloads/demos.html>

### *Europos ir pasaulio tyrimų svetainės*

- Europos gyvenimo kokybės tyrimas, angl. *European Quality of Life Survey* (EQLS). [http://www.eurofound.europa.eu/surveys/index\\_lt.htm](http://www.eurofound.europa.eu/surveys/index_lt.htm)
- Europos įmonių tyrimas, angl. *European Company Survey* (ECS). <http://www.eurofound.europa.eu/surveys/ecs/index.htm>
- Europos socialinis tyrimas, angl. *European Social Survey* (ESS). <http://www.europeansocialsurvey.org/>
- Eurobarometro tyrimai, angl. *Eurobarometer* (EB). [http://ec.europa.eu/public\\_opinion/index\\_en.htm](http://ec.europa.eu/public_opinion/index_en.htm)
- Europos vertybių studija, angl. *European Values Study* (EVS). <http://www.europeanvaluesstudy.eu/>
- Pasaulio vertybių tyrimas, angl. *World Values Survey* (WVS). <http://www.worldvaluessurvey.org/>
- Europos įmonių tyrimo (ECS) 2013 m. bangos klausimynas (lietuviškai). <http://www.eurofound.europa.eu/surveys/ecs/2013/documents/lithuaniamm.pdf>
- Europos vertybių studijos (EVS) 1999 m. bangos klausimynas (lietuviškai). <http://www.europeanvaluesstudy.eu/evs/surveys/survey-1999-2000/participatingcountries/>
- Pasaulio vertybių tyrimo (WVS) 2005 m. klausimynas (anglų k.). [http://www.worldvaluessurvey.org/wvs/articles/folder\\_published/survey\\_2005/files/WVSQuest\\_RootVers.pdf](http://www.worldvaluessurvey.org/wvs/articles/folder_published/survey_2005/files/WVSQuest_RootVers.pdf)

### **Įvairios pagalbos priemonės internete**

#### *Imties dydžio skaičiuoklės*

- <http://www.surveysystem.com/sscalc.htm>  
<http://www.apklausa.lt/imties-dydis>

#### *Patarimai rengiantiems tyrimo ataskaitą*

- <http://www.esurveyspro.com/article-reporting-survey-results.aspx>

#### *Atsitiktinių skaičių generatoriai*

- <http://www.random.org>  
<http://stattrek.com/statistics/random-number-generator.aspx>  
<http://randomnumbergenerator.intemodino.com/en>

## DALYKINĖ RODYKLĖ

---

### Apklausa 7-15

Apklausa grupės aplinkoje 46, 71-75, 77-78, 80, 89, 92, 97, 103-105, 107-109, 118

Apklausa internetu 71, 78, 84-89, 102, 105, 107-109, 119, 131

Apklausa paštu 71, 80, 104, 119-120, 126, 129-130, 139, 144, 205

Apklausa raštu 57, 60, 71-73, 80, 82, 98, 106-107, 192, 204

Apklausa žodžiu 57, 59-60, 76, 116, 189

Individuali apklausa 71-73, 78-80, 89, 103, 109, 118

Apklausos tyrimas 11, 13-17, 19-21, 24, 30-31, 45, 107, 145, 197, 211, 263

Apklausos vykdytojas 43-44, 57, 59, 66, 71-79, 81, 86, 89-92, 95, 97, 100, 102

Atranka 10-11, 30-36, 38-39, 43, 61, 85, 112, 116, 118-119, 157

Tikimybinė atranka 32, 36, 38-40, 42-43, 60, 85-86, 88, 198

Paprastoji atsitiktinė atranka 32-35

Sisteminė atranka 32-35

Stratifikuoti (sluoksninė) atranka 32, 34-35, 38

(Daugiapakopė) klasterinė (lizdinė) atranka 32, 35-36

Netikimybinė atranka 32, 36, 38-39, 88

Patogioji atranka 38

Tikslinė atranka 38

Sniego gniūžtės atranka 38

Kvotinė atranka 10, 38

Atrankos paklaida 40

Atrankos pagrindas 31, 33-35, 44, 61, 67, 79, 85, 121

Atsakymų grįžtamumo laipsnis 60-61, 70, 73, 77, 79, 82-84, 86, 95, 102-103, 116, 118-119

Bandomasis tyrimas / bandomoji apklausa 36, 38, 55, 88, 124, 197-199

Bendrojo dizaino metodas 82

Duomenų analizė 16, 18, 26, 28, 174, 209-210, 216, 241, 266, 269, 274

Aprašomoji statistika 28, 210-211, 218, 241-242

Dažniai 178, 210, 218, 243-246, 249-252, 254, 257-259

- Dažnių lentelės 243-246, 249
- Procentiniai dažniai 243, 245-246, 251-252, 257, 259
- Reikšmių padėties charakteristikos 247
  - Mediana 210, 243, 247-248
  - Moda 210, 243, 247-248
  - Vidurkis 26, 28, 210, 243, 247-249
- Sąsajų lentelės 210, 243, 249-253, 261
  - Kelių sluoksnių sąsajų lentelės 253
- Duomenų apdorojimas 8, 15-16, 21, 45, 55, 136-138, 143, 208-210, 262, 265
- Duomenų įvedimas 85, 210-211, 213, 237
- Duomenų redaktorius / duomenų redaktoriaus lapas 213-215, 222-225, 229, 234-235, 237, 239-241
- Duomenų rinkmena 87, 210-212, 214, 216, 224, 241
- Etika 8, 16, 45, 47, 49-50, 54, 65, 125, 206, 274
  - Anonimiškumas 45, 47-49, 70-71, 83, 88, 91, 97, 101, 116, 119, 121, 127, 128-129, 138, 192, 204, 206
  - Informuotas sutikimas 46, 47, 49
  - Konfidencialumas 45, 48-49, 76-78, 88, 91, 101, 128-129, 192, 205-206
  - Savanoriškumas 44-46, 77, 128, 204
  - Etikos kodeksas 45, 49-50, 54, 274
- Filtravimas 61, 72, 82, 85, 87, 89, 111, 117, 119, 134, 140-142, 144, 146, 163-164, 199, 206, 232, 234
- Hipotetinė dedukcija 13-14
- Hipotetinė indukcija 13-14
- Hipotezė 14, 16, 19-21, 264-265
- Imtis 31-43, 62-63, 67, 70, 73, 80, 83, 85-86, 89-91, 95, 102-104, 108-109, 112, 116, 119, 121, 127, 129-130, 143-144, 186, 197-199, 209, 243, 263-264, 275
  - Imties tūris / dydis 16, 31-34, 38-43, 54, 263-264
- Indeksas 22, 175
- Indikatoriai 21, 23-25, 158, 188

Interviu 10, 16, 24, 33, 57, 59-74, 81, 89-91, 95-107, 109-110, 112, 116-117, 119-120, 123, 128-131, 133, 139, 141, 143, 162-163, 167, 170, 192, 198, 201, 204, 264

Interviu telefonu 60, 67-69, 71, 102, 104-106, 110, 112, 117, 129-130

Tiesioginis interviu 10, 16, 33, 60-63, 66-70, 72, 74, 81, 89, 97-99, 102-104, 106-110, 112, 116-119, 128, 130-131, 143, 204, 264

Interviuotojas 36, 45-47, 49-50, 57, 59-73, 79-80, 85, 89-112, 116-117, 121, 125, 128-135, 141-142, 144, 147-148, 153, 161-163, 166, 192, 198-199, 201, 204

Interviuotojo efektas 42, 69, 79-80, 96-97, 99, 105-106, 116-117

Kiekybinė socialinių tyrimų metodologija 13

Kintamasis 12, 21-22, 24-30, 45, 137, 146, 175, 186, 198, 210-211, 213-219, 221-230, 232-239, 241, 243-250, 252-254, 257-258, 260-262

Kintamųjų matavimo lygmenys ir matavimo skalės 25-26, 28-29

Intervalų skalė 26-29, 235, 246

Nominalioji skalė 26-29, 146, 229, 235, 246

Rangų skalė 26-29

Santykių skalė 26-29, 235, 246

Kintamųjų redaktorius / kintamųjų redaktoriaus lapas 213-215, 218, 224-225, 235-237, 239, 267

Kintamojo aprašas 218, 228, 235, 239

Kintamojo funkcija 235

Kintamojo reikšmės ir kodai 25-27, 29-30, 186, 215, 221, 223, 228-230, 232, 234-235, 237-239, 241, 243, 245-248, 250, 253-254, 260, 262

Trūkstamosios reikšmės 232-235, 238, 245

Klausimynas 7-8, 10-16, 21-22, 24, 26-28, 31, 45-49, 55, 57-61, 64, 66, 71-112, 116-150, 153-154, 158-159, 161-167, 170, 179, 181, 185-186, 189-190, 192-193, 197-199, 202-207, 209-210, 224-225, 237-239, 264-265, 275

Atviri klausimai 66, 71-72, 76, 93-95, 105, 107, 110-111, 117, 121, 132, 135, 151, 165-167, 172, 189-190, 198, 228, 238

Elektroninis klausimynas 141

Klausimyno ilgis 82, 89, 102, 107, 124, 130-131, 207

- Klausimų patikimumas 145-147
- Klausimų validumas 145-148
- Lydraštis 47, 65, 75, 81-83, 103, 125-129, 192, 203
- Pusiau uždari klausimai 111, 165-166, 169, 188
- Struktūruotas klausimynas 123
- Uždari klausimai 93-94, 111, 132, 160, 165-167, 169, 188, 194, 198, 238
- Konceptualizacija 14, 16, 21-22, 24, 123, 146, 158
- Matavimo priemonės padalinimo metodas 146
- Operacionalizacija 14, 16, 21-22, 24, 123, 146, 158
- Pasikliautinasis intervalas 40
- Patikimumas (reliabilumas) 29
  - Patikimumo lygmuo 40-43
- Validumas 29-30, 123, 145-147
- Populiacija 10, 13, 19, 24, 30-36, 38-44, 59, 60-61, 67-68, 71, 74, 83, 85, 88-89, 96, 102, 104, 107, 112, 116-119, 121, 123, 147, 153, 157, 173, 185, 188, 194, 207, 263-264
  - Populiacijos homogeniškumas / heterogeniškumas 41-42
- Reprezentatyvumas 31-32, 34-36, 39, 41, 43, 61, 67, 85, 109, 121
- Respondentas 11
  - Šavoka 14, 16-17, 20-25, 30, 93, 123, 146, 150, 157-158, 189, 211, 263
- Šavokos dimensijos 23, 25, 158, 187
- Socialiai priimtino atsakymo efektas 97-98, 191, 193
- Studento pasiskirstymas 41-42
- SPSS programa 25, 143, 209-216, 225, 230, 234-235, 237, 241, 243, 247, 254, 256-257, 262, 265, 268-229, 273-274
- Teorija 13-14, 17, 263-264
- Tyrimo tema 8, 11, 16-19, 21, 44, 55, 62, 90, 102, 112, 121, 123, 130, 136, 192, 206, 264-265
- Tyrimo objektas 20, 58, 198, 264
- Tyrimo problema 16, 19-21, 264
- Tyrimo tikslas 16, 20, 24, 65, 78, 81, 89-90, 101, 126-128, 130-132, 149, 152, 159, 173, 204, 206-207, 263-265

- Tyrimo uždaviniai 16, 20, 207, 263-265
- Tyrimo procesas 8, 11, 13-17, 21, 30, 48, 50, 91
- Tyrimo ataskaita 16, 55, 204, 211, 247, 263-266, 268-269, 275
- Vertinimo skalės 169, 175-176, 179-180, 183, 185
  - Likerto skalė 29, 159, 175-176, 178-179, 185-186
  - Daugiadimensinė vertinimo skalė 185
  - Verbalinių dažnių skalė 178
  - Skaitmeninės vertinimo skalės 180
  - Semantinio diferencialo skalė 182-183
  - Semantinės distancijos skalė 183
  - Vertinimo balai 183-184
  - Vertikalūs vertinimo laipteliai 184
  - Neverbalinė skalė 185
- Palyginimo skalės 187-188
  - Porinių palyginimų skalė 187-188
- Rangavimas 186
- Rezultatų pateikimas 209-210, 254
  - Rezultatų peržiūra / rezultatų peržiūros langas 228, 244-245, 250, 254-255, 259, 268
  - Grafinis rezultatų vaizdavimas 256, 265
  - Diagrama 210-211, 215, 228, 256-262, 265
  - Linijinė diagrama 257, 262
  - Stulpelinė diagrama 256, 259, 261-262
  - Skritulinė diagrama 256, 260-261



# VARTOJAMŲ TERMINŲ ANGLŲ-LIETUVIŲ KALBŲ ŽODYNĖLIS

## Bendrosios metodologijos terminai

<i>Availability sampling</i>	Patogioji / proginė atranka
<i>Call-center; interviewing center</i>	Telefonizuotas apklausos centras
<i>Case</i>	Atvejis
<i>CASI – computer-assisted self interview</i>	Kompiuterinio klausimyno formatas
<i>Closed-ended questions</i>	Uždari klausimai
<i>Confidence interval</i>	Pasikliautinis intervalas
<i>Confidence level</i>	Patikimumo lygmuo
<i>Converted refusals</i>	Respondentai, kurie pirminį atsisakymą dalyvauti apklausoje pakeitė sutikimu dalyvauti apklausoje
<i>Descriptive research</i>	Aprašomasis tyrimas
<i>Disk by Mail</i>	Klausimynas, siunčiamas elektroninėje laikmenoje paštu
<i>Evaluation research</i>	Vertinimo tyrimas
<i>Explanatory research</i>	Aiškinamasis tyrimas
<i>Face-to-face interview</i>	Tiesioginis interviu
<i>Feedback</i>	Grižtamasis ryšys
<i>General population</i>	Populiacija
<i>Horizontal rating scale</i>	Horizontali vertinimo skalė
<i>Informed consent</i>	Informuotas sutikimas
<i>Interval scale</i>	Intervalų skalė
<i>Interviewer bias</i>	Klaidos, kurias sukuria bendras visų interviuotojų poveikis atsakymams
<i>Interviewer effects</i>	Interviuotojo efektas
<i>Interviewer variance</i>	Atskirų interviuotojų darbo skirtumų sukeltas poveikis atsakymams
<i>Linear / horizontal numeric scale</i>	Skaitmeninė vertinimo skalė
<i>Market research</i>	Rinkos tyrimai
<i>Measurement error</i>	Matavimo paklaida
<i>Multiple-rating matrix</i>	Daugiadimensinė vertinimo skalė
<i>Multistage cluster sampling</i>	(Daugiapakopė) klasterinė (lizdinė) atranka
<i>Nominal scale</i>	Nominalioji (pavadinimų) skalė
<i>Non-verbal scale</i>	Neverbalinė skalė
<i>Obtrusive data collection methods</i>	Reaguojantys duomenų rinkimo metodai
<i>Open-ended questions</i>	Atviri klausimai

<i>Ordinal scale</i>	Rangų (tvarkos) skalė
<i>PAPI – Paper and pencil interview</i>	Klausimynas, atspausdintas ant popieriaus
<i>Probing</i>	Respondentų skatinimas atsakyti į klausimus
<i>Public opinion polls</i>	Visuomenės nuomonės apklausa
<i>Purposive / judgemental sampling</i>	Tikslinė atranka
<i>Random selection</i>	Atsitiktinė atranka
<i>Random digit dialing</i>	Atsitiktinių telefono numerių generavimo sistema
<i>Ranking</i>	Rangavimas
<i>Rating scales</i>	Vertinimo skalės
<i>Ratio scale</i>	Santykių skalė
<i>Reliable</i>	Patikimas
<i>Response rate</i>	Atsakymų grįžtamumo laipsnis
<i>Sample</i>	Imtis
<i>Sample size</i>	Imties tūris (dydis, didumas)
<i>Sampling</i>	Atranka
<i>Sampling error</i>	Imties paklaida
<i>Sampling frame</i>	Atrankos pagrindas
<i>Scale of comparisons</i>	Palyginimo skalės
<i>Scale of paired comparisons</i>	Porinių palyginimų skalė
<i>Scores</i>	Vertinimo balai
<i>Self-administered; paper-and-pencil; self-completed survey</i>	Apklausa raštu / apklausa pildant klausimyną savarankiškai
<i>Semantic differential scale</i>	Semantinio diferencialo skalė
<i>Semantic distance scale</i>	Semantinės distancijos skalė
<i>Semi-closed-ended questions</i>	Pusiau uždari klausimai
<i>Simple random sampling</i>	Paprastoji atsitiktinė atranka
<i>Systematic sampling</i>	Sisteminė (sistemingoji) atranka
<i>Snowball sampling</i>	Sniego gniūžtės atranka
<i>Social desirability bias</i>	„Socialiai priimtino“ atsakymo efektas
<i>Split-half method</i>	Matavimo instrumento padalinimo metodas patikimumui įvertinti
<i>Stratified sampling</i>	Stratifikuota (sluoksniinė) atranka
<i>Survey in group settings</i>	Apklausa grupės aplinkoje
<i>Survey interviewing; survey interview</i>	Apklausa žodžiu / apklausos interviu
<i>Survey research</i>	Apklausos tyrimas
<i>Table of random numbers</i>	Atsitiktinių skaičių lentelė
<i>Total design method, TDM</i>	Bendrojo dizaino metodas
<i>Unobtrusive data collection methods</i>	Nereaguojantys duomenų rinkimo metodai
<i>Valid</i>	Validus

<i>Variable</i>	Kintamasis
<i>Verbal frequencies scale</i>	Verbalinių dažnių skalė
<i>Vertical rating ladder</i>	Vertikalūs vertinimo laipteliai
<i>Voluntary participation</i>	Savanoriškas dalyvavimas

## Darbo su SPSS programa terminai

<i>Bar charts</i>	Stulpelinės (juostinės) diagramos
<i>Characters</i>	Ženklų skaičius
<i>Comma</i>	Kablelis
<i>Crosstabs</i>	Sąsajų / porinės / kryžminės dažnių lentelės
<i>Cumulative percent</i>	Sukauptasis procentinis dažnis
<i>Custom currency</i>	Kitos valiutos
<i>Data file</i>	Duomenų byla
<i>Data view</i>	Duomenų redaktorius
<i>Define sets</i>	Duomenų grupių kūrimas
<i>Descriptive statistics</i>	Aprašomoji statistika
<i>Dispersion</i>	Sklandos matai
<i>Dollar</i>	Dolerio ženklas
<i>Dot</i>	Taškas
<i>Frequencies</i>	Dažniai
<i>Go to Case</i>	Reikiamos eilutės pasirinkimas
<i>Go to Variable</i>	Reikiamo kintamojo pasirinkimas
<i>Insert cases</i>	Įterpti naują atvejį (eilutę)
<i>Insert variable</i>	Įterpti kintamąjį
<i>Label</i>	Kintamojo aprašas
<i>Line chart</i>	Linijinės diagramos
<i>Mean</i>	Vidurkis
<i>Median</i>	Mediana
<i>Merge files</i>	Sujungti dvi duomenų bylas
<i>Missing values</i>	Trūkstamosios reikšmės
<i>Mode</i>	Moda
<i>Nominal</i>	Nominalioji skalė
<i>Ordinal</i>	Rangų skalė
<i>Output</i>	Rezultatų peržiūros langas
<i>Percent</i>	Procentinis dažnis
<i>Percentile values</i>	Procentiliai
<i>Pie charts</i>	Skritulinės diagramos
<i>Restricted numeric</i>	Ribotas skaitmeninis kintamojo tipas

<i>Role</i>	Kintamojo funkcija
<i>Scale</i>	Skaitmeninė skalė
<i>Scientific notation</i>	Eksponentinis kintamojo tipas
<i>Select cases</i>	Pasirinkti atvejus
<i>Syntax</i>	Sintaksė
<i>Split file</i>	Padalinti bylą grupėms palyginti
<i>SPSS</i>	Statistinės analizės programų paketas
<i>String</i>	Ženklių eilutė
<i>Valid percent</i>	Galiojantys procentai
<i>Value label</i>	Kintamojo reikšmės kodo aprašas
<i>Values</i>	Kintamojo reikšmės kodas
<i>Variable type</i>	Kintamojo tipas
<i>Variable view</i>	Kintamųjų redaktorius
<i>Weight cases</i>	Duomenų svėrimas

**Gaižauskaitė I., Mikėnė S.**

Ga-183      SOCIALINIŲ TYRIMŲ METODAI: APKLAUSA. Vadovėlis. – Vilnius: Mykolo Romerio universitetas, 2014. 285 p.

Bibliogr. 53–54, 114–115, 201–203, 268–269, 270–275 p.

ISBN 978-9955-19-642-6 (spausdinta versija)

ISBN 978-9955-19-641-9 (elektroninė versija)

*Vadovėlio „Socialinių tyrimų metodai: apklausa“ tikslas – apibendrinti svarbiausias apklausos metodo prielaidas bei pagrindinius tyrimo proceso elementus, pradedant tyrimo temos pasirinkimu ir baigiant duomenų apdorojimu, analize bei tyrimo ataskaitos rengimu. Vadovėlyje daug dėmesio skiriama praktiniams apklausos atlikimo aspektams: klausimyno sudarymo principų aptarimui, skirtingų apklausos būdų taikymo privalumų bei trūkumų analizei ir kt. Vadovėlyje gausu pavyzdžių iš tyrėjų praktikos, socialinių tyrimų metodologijos literatūros ir skirtingų socialinių tyrimų, kurie atskleidžia apklausos metodo taikymo galimybių įvairovę, galimus sunkumus bei jų sprendimo būdus. Vadovėlyje pateikiama papildomos priemonės savarankiškomis studijoms bei naudingos praktinės pagalbinės priemonės, sąvokų žodynelis lietuvių ir anglų kalbomis, dalykinė rodyklė. Vadovėlis skirtas aukštųjų mokyklų studentams (nepriklausomai nuo studijų programos krypties), kurie studijuoja socialinių tyrimų metodologijos dalykus, planuoja atlikti tyrimą rengdami kursinį ar baigiamąjį darbą arba norėtų pritaikyti apklausos metodą kitiems studijų tikslams. Šis vadovėlis bus parankus visiems, kam reikalingos esminės teorinės ir praktinės žinios apie apklausos metodo taikymą socialiniuose tyrimuose.*

UDK 303(075.8)

Inga Gaižauskaitė, Svajonė Mikėnė

## **SOCIALINIŲ TYRIMŲ METODAI: APKLAUSA**

Vadovėlis

Redagavo *Stasė Simutytė*  
Maketavo *Daiva Šepetauskaitė*

SL 585. 13,11 leidyb. apsk. l.  
Tiražas 300 egz. Užsakymas 21 461  
Mykolo Romerio universitetas  
Ateities g. 20, Vilnius  
Puslapis internete [www.mruni.eu](http://www.mruni.eu)  
El. paštas [leidyba@mruni.eu](mailto:leidyba@mruni.eu)

Parengė spaudai UAB „Baltijos kopija“  
Kareivių g. 13B, Vilnius  
Puslapis internete [www.kopija.lt](http://www.kopija.lt)  
El. paštas [info@kopija.lt](mailto:info@kopija.lt)  
Spausdino UAB „Vitaie Litera“  
Kurpių g. 5-3, Kaunas  
Puslapis internete [www.bpg.lt](http://www.bpg.lt)  
El. paštas [info@bpg.lt](mailto:info@bpg.lt)