

METODOLOGIJA ZNANSTVENOG ISTRAŽIVANJA

Vedran Milojica, mag. oec., predavač



**Kvantitativna
metodologija**

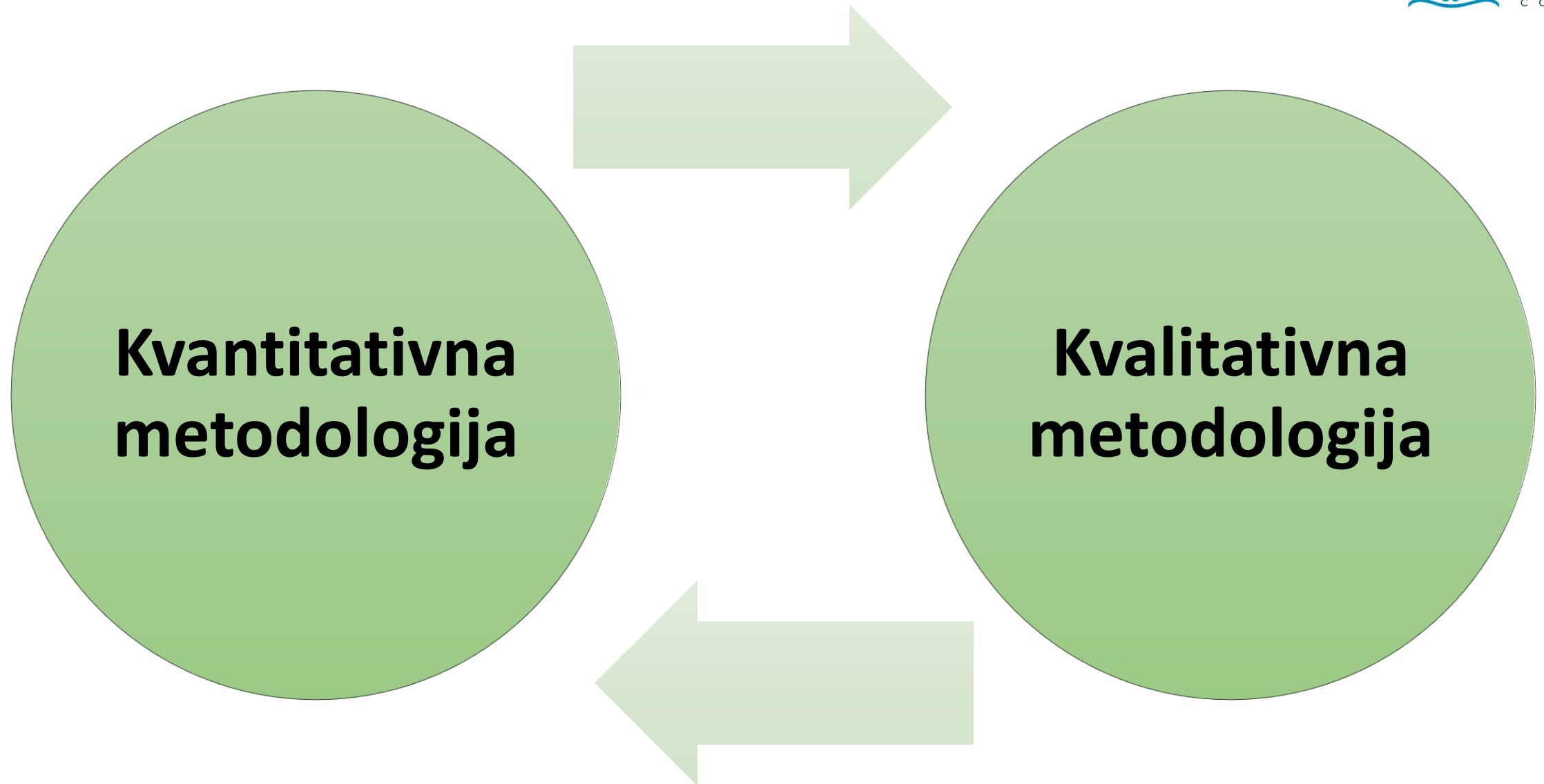


**Zašto nam ona
služi? Kakve
koristi od toga?**

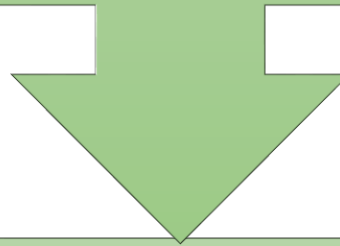


**Kako je
praktično
primijeniti?**





Kvantitativna i kvalitativna metodologija istraživanja razlikuju se u filozofskom pristupu koji se nalazi u njihovoj osnovi, kao i u metodama, modelima i korištenim procedurama koje se u sklopu ovih pristupa primjenjuju.



Proces istraživanja u osnovi isti bez obzira na tip korištene metodologije-ova se dva pristupa razlikuju s obzirom na način prikupljanja podataka, postupke obrade i analize podataka i stil opisa dobivenih rezultata.



Kvantitativno istraživanje-sustavno empirijsko istraživanje opažljivih fenomena pomoću statističkih, matematičkih ili računalnih tehnika.

Cilj kvantitativnih istraživanja-razviti i upotrijebiti matematičke modele, teorije i/ili hipoteze povezane s društvenim fenomenima.

Središnji proces kvantitativnih istraživanja-proces mjerenja jer omogućava povezivanje empirijskih opažanja i matematičkog iskaza kvantitativnih odnosa. Najčešće se vrše na uzorku, s nadom da se rezultati mogu poopćiti na populaciju



Mjerenje i mjerni instrumenti

- Mjerenje-dodjeljivanje brojeva prema određenim pravilima, tj. kvantifikaciju objekata ili događaja, odnosno njihovih atributa.
- Drukčije rečeno, objekti istraživanja – u društveno-humanističkim znanostima su najčešće ljudi ili društvene grupe – imaju određena obilježja kojima se mogu pridružiti brojevi. Mjerenjem se znanstvena spoznaja čini preciznijom, a time najčešće i praktično korisnijom.
- Mjerenje može biti provođeno na nekoliko razina, pa se i varijable na osnovi tih razina dijele na:
 - **Nominalne;**
 - **Ordinalne;**
 - **Intervalne;**
 - **Omjerne.**



- **NOMINALNE VARIJABLE**-odnose se na klasifikaciju objekata koji imaju ili nemaju neko obilježje, pri čemu tim obilježjima nije moguće dodijeliti numeričku vrijednost. Takve su varijable npr. spol, etnička pripadnost, mjesto u kojemu pojedinac živi i sl.
- U svim tim slučajevima ispitanika je moguće svrstati u neku kategoriju, ali nije moguće uspostaviti odnose „većeg i manjeg“ između tih kategorija.
- Primjer: pojedinac se prema spolu može svrstati u kategorije muškaraca i žena, no nije moguće reći koliko „spola“ pojedinac ima.
- Kad je riječ o nominalnim varijablama, moguće je samo odrediti broj objekata u pojedinim kategorijama, a brojevi u tim varijablama služe samo kao oznake, a ne kao pokazatelj količine tog obilježja.
- Primjerice, označimo li žene brojkom „1“, a muškarce brojkom „2“, ovdje brojevi zapravo služe kao brojke, tj. služe za razlikovanje pojedinih kategorija varijable spola.



- **ORDINALNA VARIJABLA**-u njima ispitanike možemo svrstati u pojedine kategorije, ali možemo i utvrditi koja kategorija ima veći stupanj određenog obilježja, tj. mogući su odnosi „više i manje“ između tih obilježja.
- U ordinalnim varijablama ne možemo biti sigurni jesu li razlike između pojedinih kategorija podjednake.
- PRIMJER: ispitanike prema stupnju obrazovanja možemo svrstati u one s osnovnom, srednjom školom i fakultetom, pri čemu svaka pojedina kategorija označava viši stupanj obrazovanja.
- Pri tome razlike između tih kategorija nisu jednake, pa tako ne možemo reći da je pojedinac sa srednjom školom upravo toliko više obrazovan od onoga s osnovnom školom, koliko je i manje obrazovan od onoga s fakultetom.



Mjerne skale

Mjerne skale sastoje se od niza čestica (pitanja) kojima se nastoji izmjeriti neki konstrukt (apstraktna ideja).

Mjernim skalama obično se naziva niz čestica/pitanja s jasnom strukturom, a može ih se podijeliti na komparativne i nekomparativne.

Najčešće komparativne skale: skale rangiranja, skale uspoređivanja u parovima i skale konstantne sume.

Nekomparativne skale mogu se podijeliti na kontinuirane ljestvice procjene i višečestične skale procjene: Stapelove, Likertove, Thurtstoneove i Guttmanove skale te semantički diferencijal.

Skale rangiranja

- Od ispitanika zahtijevaju da niz ponuđenih opcija rangiraju na osnovi nekog kriterija. Primjerice, gornje pitanje o filmskim preferencijama u formi ranga postavilo bi se na sljedeći način:
- Rangirajte filmske žanrove na osnovi toga koliko Vam se sviđaju, pri čemu žanru koji Vam se najviše sviđa dodijelite rang „1“, a onome koji Vam se najmanje sviđa rang „5“.

Komedija

Drama

Triler

Akcijski film

SF



- Dobivanje ukupne ljestvice preferencija filmskih žanrova zbrojem rezultata rangiranja za sve ispitanike koji su sudjelovali u istraživanju.
- Rangiranje obično vrlo zahtjevno za ispitanike-smatra se da se pri rangiranju ne bi trebalo nuditi više od pet opcija. Ako ima više opcija, tada se preporučuje da se ispitanicima kaže da izaberu pet stvari i rangiraju ih na skali od „1“ do „5“.
- Zbog mentalne zahtjevnosti rangiranja, prilikom terenskog anketiranja poželjno sudionicima istraživanja vizualno predložiti objekte koji se rangiraju, odnosno dati im kartice na kojima su navedeni objekti.
- Skale rangiranja, kao i druge komparativne skale, dobro je upotrijebiti onda kada pretpostavljamo da će stav prema svim objektima biti vrlo pozitivan ili vrlo negativan, a mi ipak želimo utvrditi razlike među njima.
- Primjerice, za pretpostaviti je da će ispitanici u istraživanju reći da su im sva ili gotovo sva obilježja nekog proizvoda važna (cijena, kvaliteta, jednostavnost upotrebe i sl.), no neka od tih obilježja ipak su važnija od drugih.



Semantički diferencijal

- mjeri se konotativno (novo, prošireno) značenje pojmova (osjećaji i doživljaji vezani uz pojam). Skala se obično sastoji od niza parova suprotnih pridjeva, kojima je pridružena numerička ljestvica procjene od (obično) 7 stupnjeva.
- Skala nije jednodimenzionalna, nego se sastoji od tri faktora (sub-skala):
- Evaluativni faktor (dobro-loše),
- Faktor snage (jako-slabo),
- Faktor aktivnosti (aktivan-pasivan).
- Ako bismo semantičkim diferencijalom ispitivali odnos ljudi prema nekom političaru, vidjeli bismo kako ga ispitanici procjenjuju na tim dimenzijama (dobar-loš, jak-slab, aktivan-pasivan).
- Valja napomenuti da se semantičkim diferencijalom najpouzdanije mjeri evaluativna komponenta stava.



	7	6	5	4	3	2	1	
Dobar								Loš
Čist								Prljav
Aktivan								Pasivan
Brz								Spor
Jak								Slab
Velik								Malen



- Skala semantičkog diferencijala se ne mora sastojati isključivo od navedenih atributa ili dimenzija, iako je originalno tako zamišljena.
- Istraživači u skalu stavljaju attribute koje žele ispitati, iako nužno ne spadaju u te tri dimenzije (npr. tradicionalan/moderan, blizak/udaljen i sl.).
- Bodovanje semantičkog diferencijala samorazumljivo je, a obično se izračunavaju i rezultati za pojedine sub-skale te pokušava utvrditi jesu li rezultati na njima povezani.
- Velika prednost skale semantičkog diferencijala-relativno lako ju je konstruirati. Moguće preuzimanje gotovih atributa s neke od postojećih skala ili relativno lako osmišljavanje vlastitih atributa koji nas zanimaju u konkretnom slučaju.
- Prednost semantičkog diferencijala u odnosu na Likertovu skalu-nepostojanje problema slaganja ispitanika sa svim česticama.
- **Skala semantičkog diferencijala sastoji se od evaluativnog faktora, faktora snage i faktora aktivnosti, a svaki je zastupljen nizom suprotnih pridjeva.**



LIKERTOVA SKALA

- Uključuje niz tvrdnji (obično 20 do 30), pri čemu se od ispitanika traži da izraze svoj stupanj slaganja s njima.
- Ovom skalom mjerimo smjer (pozitivan ili negativan) i intenzitet stava prema nekom objektu stava (osobi, organizaciji, ideji, ...).
- Obično se koristi skala od pet stupnjeva (od „uopće se ne slažem“ do „potpuno se slažem“), iako može biti i od sedam stupnjeva.
- Više stupnjeva donosi i veću osjetljivost skale, odnosno mogućnost da izmjeri sitnije razlike u prisutnosti mjerenog obilježja.
- S druge strane, ispitanicima je skala s pet stupnjeva kognitivno lakša, a kod nje je pojedinim stupnjevima moguće dodijeliti i tekstualne oznake, što dodatno pridonosi lakoći odgovaranja.



	Uopće se ne slažem	Ne slažem se	Niti se slažem niti se ne slažem	Slažem se	Potpuno se slažem
Rukovodeća mjesta u poslovnom svijetu trebaju biti u rukama muškaraca	1	2	3	4	5
Muškarac treba imati glavnu riječ u obitelji	1	2	3	4	5
Žene se ne trebaju miješati u politiku	1	2	3	4	5
Najvažnija vrlina svake žene jest da bude dobra majka i supruga	1	2	3	4	5



- Prilikom konstrukcije, Likertova se skala često „uravnotežuje“.
- Polovica čestica formulira se pozitivno, tj. pitanja se pišu tako da viši stupanj slaganja znači pozitivniji stav prema onome što se mjeri u istraživanju, a polovica negativno, tj. pitanja se pišu tako da viši stupanj slaganja s tim tvrdnjama znači negativniji stav prema objektu mjerenja.
- Takav postupak predstavlja pokušaj kontrole tzv. pristranosti slaganja, tj. tendencije ispitanika da češće izražava slaganje nego neslaganje s ponuđenim tvrdnjama.
- U ekstremnim slučajevima riječ je o ispitanicima koji bez pozornog čitanja odgovaraju kako se slažu sa svim tvrdnjama. Tada obrtanje čestica skale omogućava identificiranje takvih sudionika istraživanja i isključivanje njihovih rezultata iz daljnje analize.
- Primjer: ispitanik koji se istovremeno složi i s tvrdnjom „proizvod XY manje je kvalitetan od većine sličnih proizvoda“ i s tvrdnjom „proizvod XY kvalitetniji je od većine sličnih proizvoda“ vjerojatno nije ozbiljno shvatio sâmo istraživanje ili nije uložio dovoljan trud u razumijevanje pitanja. U slučajevima kada postoji blaža tendencija slaganja, odnosno kada ispitanici pažljivo čitaju pitanja, ali imaju blagu sklonost izražavanja stupnja slaganja koji je veći od stvarnog (npr. biraju odgovor „potpuno se slažem“ iako je njihov stupanj slaganja sukladan odgovoru „slažem se“), negativno definiranje pitanja omogućit će ublažavanje ove pogreške.

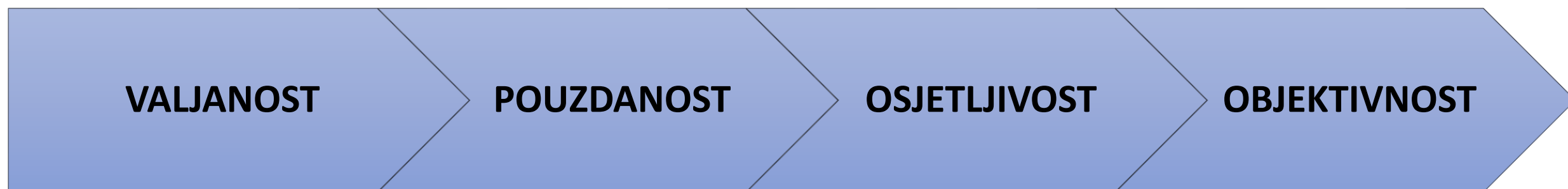


- Konstruiranje Likertove skale često počinje većim brojem tvrdnji koje ispitanici procjenjuju u pretestiranju (pilot istraživanju). Nakon toga se izbacuju one tvrdnje koje nisu visoko korelirane s ostalima, a preostale čine čestice skale.
- Ukupni rezultat na skali najčešće se dobije zbrajanjem rezultata na pojedinim česticama, pri čemu se na petostupanjskoj skali odgovoru „uopće se ne slažem“ dodjeljuje broj 1, a odgovoru „potpuno se slažem“ broj 5.
- Velika prednost Likertove skale-relativno ju je lako konstruirati jer nužno ne zahtijeva panel stručnjaka, odnosno može je konstruirati sâm istraživač.



Mjerne karakteristike instrumenata

- Mjerne (metrijske) karakteristike instrumenata odnose se na određene standarde koje mora ispunjavati svaki instrument kako bi se smatrao kvalitetnim i upotrebljivim.
- U tom smislu, postoje četiri osnovne mjerne karakteristike:



- **VALJANOST**

- Mjerni instrument valjan ako mjeri upravo ono što treba mjeriti.
- Valjanost-podudaranje konceptualne (teorijske) i operacionalizirane definicije nekog konstrukta.
- Ako smo neki konstrukt operacionalizirali na način da dobro pokriva ono što smo teorijskom definicijom uključili u sadržaj nekog konstrukta, tada možemo govoriti o valjanom mjerenju toga konstrukta.
- Kako utvrditi je li instrument valjan? Odgovor se krije u tri osnovne vrste valjanosti:
 - Sadržajna,
 - Konstruktna,
 - Kriterijska.



- **Sadržajna valjanost**-utvrđuje se sustavnom analizom čestica mjernog instrumenta. Pri tome se vodi računa da su u instrumentu zastupljeni svi relevantni aspekti onoga što se ispituje.
- Npr., instrumentom kojim bismo mjerili u kojoj mjeri ispitanici pohađaju određene kulturne događaje, sadržajna valjanost bi značila da smo pokrili sve relevantne kulturne događaje koje ispitanici mogu pohađati i koji su u interesu našeg istraživanja.
- Pri utvrđivanju sadržajne valjanosti ponekad se koriste i statističke tehnike. Tako npr. faktorskom analizom možemo otkriti da instrument pohađanja kulturnih događaja mjeri dvije međusobno neovisne stvari – pohađanja događaja koje vezujemo uz elitnu i onih koje povezujemo uz popularnu kulturu.



- **Konstruktna valjanost**-utvrđuje se usporedbom instrumenta s drugim sličnim instrumentima, odnosno instrumentima koji mjere konstrukte koji bi trebali biti povezani ili nepovezani s konstruktom koji mjerimo.
- **Kriterijska valjanost**-odnosi se na povezanost rezultata na mjernom instrumentu u prognozi nekih drugih važnih varijabli (tzv. kriterijskih varijabli) koje su teorijski povezane s tim rezultatom (prediktorskom varijablom).
- Klasični slučaj visoke kriterijske valjanosti bio bi klasifikacijski ispit na fakultetu koji dobro prognozira budući uspjeh na studiju (viši rezultat na ispitu znači bolji uspjeh na studiju).



- **POUZDANOST**

- Pouzdanost instrumenta odnosi se na njegovu stabilnost, odnosno na dobivanje konzistentnih rezultata tijekom više uzastopnih mjerenja, pod uvjetom da se sâmo obilježje, tj. stvarni mjerni rezultat nisu promijenili.
- Pouzdano mjerenje ne mora nužno biti i valjano mjerenje, dok je valjano mjerenje uvijek i pouzdano.
- Drukčije rečeno, pouzdanost je nužan, ali ne i dovoljan uvjet da bi neko mjerenje bilo valjano. Jednostavan primjer s mjerenjem težine pomoću vage može ilustrirati taj odnos. Uzmimo da neka vaga zbog pogreške stalno pokazuje 5 kilograma više u odnosu na stvarnu težinu osobe koja se važe. U tom bi slučaju u više uzastopnih mjerenja bila dobivena ista težina, no ta bi težina uvijek bila pogrešna. Stoga bi takva vaga bila pouzdana, ali ne bi bila valjana.
- **Mjerni instrument pouzdan je ako u više uzastopnih mjerenja daje iste rezultate.**



- **OSJETLJIVOST (DISKRIMINATIVNOST)**

- odnosi se na mogućnost instrumenta da utvrdi i najmanje razlike među ispitanicima.
- Instrument je osjetljiv ako su odgovori na pojedine čestice (pitanja) raznoliki, tj. otprilike normalno (gaussovski) distribuirani.
- Čestice instrumenta u kojima svi ispitanici daju iste ili vrlo slične odgovore nisu diskriminativne i treba ih isključiti iz instrumenta. Slično tome, pitanja iz testova znanja ili sposobnosti na koja svi ispitanici ili nijedan od njih ne nudi točne odgovore nisu diskriminativna i treba ih isključiti iz testa.
- Mjerni instrument osjetljiv je ako se njime mogu utvrditi i najmanje razlike među sudionicima istraživanja u onome što se mjeri.



• **OBJEKTIVNOST INSTRUMENTA**

- znači da bi rezultat trebao ovisiti o objektivnim obilježjima koja se mjere, a ne o subjektivnim obilježjima istraživača. Drukčije rečeno, rezultat na nekom mjernom instrumentu ne bi trebao ovisiti o tome tko ga je primijenio niti tko je izračunao rezultat nakon njegove primjene.
- Objektivnost instrumenta povećava se standardizacijom njegove primjene odnosno ujednačavanjem okolnosti u kojima se neki instrument primjenjuje.
- Primjerice, za rješavanje nekog testa ličnosti ili testa inteligencije svaki bi istraživač sudionicima trebao dati jednaku količinu vremena. Također, bodovanje bi trebalo napraviti pomoću jasno definiranih kriterija koji ne bi smjeli biti podložni subjektivnim procjenama i odlukama.



TIPOVI ISTRAŽIVAČKIH NACRTA

- Nacrt istraživanja-općeniti pristup u traženju odgovora na postavljeno istraživačko pitanje (hipoteze).
- U širem smislu u nacrtu se istraživanja detaljno opisuje definirati što će se istraživati i na koji način, odnosno nacrt istraživanja može sadržavati i plan uzorkovanja, vremenski plan rada, resurse potrebne za provođenje istraživanja, način financiranja i slično.
- U užem smislu, istraživački se nacrt odnosi na način dokazivanja postavljenih hipoteza ili istraživačkih pitanja, odnosno na logičku i epistemološku strukturu samoga istraživanja (epistemologija-spoznaja znanja).
- Pri tome se može reći da se najbolje potvrđenim teorijama mogu smatrati one koje su testirane različitim tipovima istraživačkih nacrti.



- Svaki od nacрта ima svoje manjkavosti, no ako svi oni upućuju na sličan zaključak, odnosno potvrđuju ili ne potvrđuju neku teoriju, tada se taj zaključak može smatrati valjanim. Na taj se način teorija dokazuje pomoću konvergentne validnosti pojedinih nalaza koji ju potvrđuju.
- Konvergentna valjanost – stupanj do kojeg je mjera korelirana s onim mjerama s kojima bi, prema teoriji, trebala biti korelirana, tj. mjerama sličnog koncepta.
- Ovakav multimetodološki pristup naziva se i triangulacija, a može se provoditi i unutar pojedinih istraživačkih nacрта.
- Primjerice, testiranje neke teorije može se provesti primjenom različitih eksperimentalnih nacрта. Unutar korelacijskog nacрта mogu se provesti anketno istraživanje, istraživanje sekundarnih podataka, intervjui, studije slučaja i sl.

Kauzalnost pojava, što je krajnji cilj znanstvenog istraživanja, obično se pokušava dokazati pomoću tri tipa istraživačkih nacрта:

Korelacijski,

Longitudinalni,

Eksperimentalni.

- **LONGITUDINALNI NACRT**

- Longitudinalna istraživanja-istraživanja koja imaju vremensku dimenziju, a svojom vremenskom dimenzijom ponekad mogu osvijetliti uzročno-posljedične odnose bolje nego korelacijska.
- Longitudinalno istraživanje uključuje ponavljano mjerenje na istim osobama, ili uzorcima iz iste populacije.
- Njegov osnovni cilj je istražiti početak, tijek razvoja i prevalenciju (nadmoćnost) nekog fenomena u različitim dobnim skupinama, odnosno kako se fenomen razvija, započinje i prestaje.
- Longitudinalna istraživanja također se koriste i za proučavanje odnosa između ranijih i kasnijih životnih događaja, učinka određenih životnih iskustava na tijek razvoja i prijenos određenih osobina i ponašanja (kriminaliteta) s jedne generacije na drugu.



- Obično se razlikuju tri vrste longitudinalnih istraživanja:
 - Kohortna istraživanja,
 - Panel istraživanja,
 - Ponovljena korelacijska istraživanja.
-
- **Kohortna istraživanja**-sastoje se od praćenja skupine ljudi – tzv. kohorte, koji su rođeni u isto vrijeme ili ih veže neki drugi životni događaj (npr. počeli su raditi iste godine), a osobito su pogodna upravo za utvrđivanje utjecaja pojedinih događaja na životne situacije ljudi.
 - Pretpostavimo, primjerice, da proučavamo koliko dugotrajna nezaposlenost tijekom životnog ciklusa utječe na vjerojatnost da će se osoba razvesti. U tom slučaju praćenje jedne kohorte ispitanika tijekom duljeg vremena osigurava uravnoteženje drugih varijabli jer su svi članovi kohorte rođeni u isto vrijeme i proživjeli iste sociokulturne promjene.
 - **Problem kohortnih istraživanja njihova dugotrajnost, a što izrazito utječe i na cijenu istraživanja.**



- **Panel istraživanja**-odnose se na proučavanje iste skupine ljudi (tzv. panela) tijekom duljeg vremena, no ovi ljudi ne predstavljaju kohortu, nego obično presjek opće populacije.
- Primjerice, pomoću tzv. panela kućanstava marketinške agencije promatraju promjene do kojih dolazi u potrošačkim navikama pod utjecajem različitih pojava (npr. smanjenja dohotka, rođenje djeteta i sl.). Veliki je nedostatak panel istraživanja, kao i kohortnih istraživanja, odustajanje mnogih sudionika tijekom istraživanja, što može utjecati na valjanost istraživanja i dobivenih rezultata.
- **Ponovljena korelacijska istraživanja**-sastoje se od ponavljanja istog istraživanja u više vremenskih točaka na nekom uzorku populacije, pri čemu je svaki put riječ o drugom uzorku, tj. drugim ljudima. Pri tome je važno da su uzorci na kojima se vrše ponovljena korelacijska istraživanja međusobno usporedivi.
- **Primjer TOMAS 2019:** <http://www.iztztg.hr/files/file/RADOVI/KNJIGE/TOMAS-Hrvatska-2019.pdf>



ANKETNA ISTRAŽIVANJA

- odnose se na postavljanje određenog broja pitanja unaprijed ispitanicima pomoću anketnog upitnika.
- Pri tome važno naglasiti da se pitanja moraju postavljati na standardiziran način, odnosno moraju imati uvijek istu formulaciju i ponuđene opcije, pri čemu se dodatna pojašnjenja mogu u pravilu dati samo onda kada to zatraži sâm ispitanik, a pojašnjenje također mora biti standardizirano i unaprijed određeno.
- U nekim anketnim istraživanjima, ili u dijelovima pojedinih istraživanja (u pojedinim anketnim pitanjima) može odstupiti od potpune standardizacije upotrebom tzv. razgovornog anketiranja. Njime se anketarima omogućuje da daju dodatna pojašnjenja kada to sami smatraju potrebnim, i to na način na koji smatraju najboljim.
- Drugim riječima, u razgovornom anketiranju nastoji se kvalitetno prenijeti smisao pitanja, pri čemu se dobro obučenom anketaru dopusti prosudba o tome kako to najbolje učiniti s pojedinim sudionikom istraživanja.
- Dosadašnja iskustva pokazuju da razgovorno anketiranje može biti korisno kad je riječ o pitanjima čiji smisao nije lako prenijeti na posve standardiziran način, odnosno pitanja koja će, prema našim očekivanjima ispitanici teško shvatiti ili shvatiti na različite načine. U slučajevima jasnih pitanja ovaj tip anketiranja samo dodatno produljio proces anketiranja i unio moguću pogrešku mjerenja.



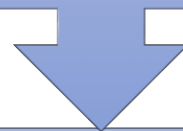
- Prema stupnju strukturiranosti anketni upitnici mogu biti:
- **Strukturirani upitnici**-u potpunosti ili gotovo u potpunosti sadrže zatvorena pitanja.
- **Polustrukturirani upitnici**-sadrže i nešto veći broj otvorenih pitanja, tj. pitanja u kojima ispitanicima nisu unaprijed ponuđene opcije odgovora nego se traže slobodni odgovori.
- Otvorena pitanja ponekad mogu dovesti do dubljih uvida nego što je to slučaj sa zatvorenim pitanjima jer se među opcijama odgovora u zatvorenom pitanju možda ne nalaze sve važne mogućnosti izbora.
- U slučaju kada su opcije odgovora posve jasne i nedvojbeno iscrpne, nepotrebno je postaviti otvoreno pitanje jer je ono zamornije za ispitanika, a čak može umanjiti i kvalitetu odgovora jer ispitanik možda ne očekuje da treba ponuditi detaljniji odgovor na pitanje.
- Primjerice, na pitanje otvorenog tipa kojim se od ispitanika tražilo da navede vlastiti bračni status dobiveno manje odgovora „razveden/a“, „udovac/ica“ i „rastavljen“ u usporedbi sa zatvorenim pitanjem koje je ponudilo ove opcije. U otvorenom pitanju ispitanici su vjerojatno smatrali da je dovoljno navesti samo „oženjen/udana“ i „neoženjen/neudana“.



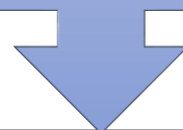
- Praktično pravilo kaže da su stupanj strukturiranosti upitnika i njegova veličina u proporcionalnom odnosu, a slično vrijedi i za veličinu uzorka i stupanj strukturiranosti.
- Veliki upitnici ne smiju sadržavati veći broj otvorenih pitanja jer dovode do velikog zamora ispitanika, slabije kvalitete odgovora i/ili odustajanja od istraživanja.
- S druge strane, u anketnim istraživanjima rađenim na velikim uzorcima također se ne preporučuje uključivanje velikog broja otvorenih pitanja jer ona pred istraživače stavljaju velike napore u pogledu obrade podataka (otvorena pitanja teže je obraditi i protumačiti).
- Oba ova pravila važe u većini situacija, ali nisu nepromjenjiva. Primjerice, ako istraživači imaju na raspolaganju veliku količinu vremena i ljudskih resursa, tada će i istraživanje na većem uzorku moći sadržavati veći broj otvorenih pitanja, tj. upitnik će moći biti manje strukturiran.
- Slično tome, ako su ispitanici posebno motivirani za sudjelovanje u nekom istraživanju, tada će i veliki upitnik moći biti nešto slabije strukturiran jer otvorena pitanje neće u tolikoj mjeri zamarati ispitanike.



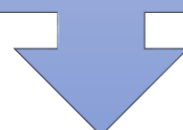
Prije početka pisanja anketnog upitnika istraživač bi trebao definirati dvije osnovne stvari:



Koja se vrsta informacije želi dobiti upitnikom i na koji je način povezana s mjerenim konstruktom;



Tko su ispitanici i mogu li odgovoriti na postavljena pitanja;



Pitanja iz upitnika moraju biti povezana s konstruktom koji se mjeri, odnosno treba predstavljati njegovu dobru operacionalizaciju.



- Primjer: u istraživanju u kojemu bi, kao dio mjerenja konstrukta odnosa prema radu i socijalnoj državi, htjeli izmjeriti stav ispitanika prema zakonskom povećanju minimalne plaće, ne bi bilo dobro postaviti sljedeće pitanje: “Smatrate li da bi u Hrvatskoj minimalna plaća trebala biti povećana, smanjena ili bi treba ostati ista?”
- Naime, ispitanik može smatrati da minimalna plaća treba biti veća, ali se ne mora složiti da bi država trebala zakonskom regulativom određivati njezin iznos. Ispitanik može smatrati da bi povećanje trebalo proizlaziti iz kolektivnih pregovora sindikata i poslodavaca ili iz „dobre volje“ poslodavaca.
- Iz navedenog proizlazi i da upitnik treba sadržavati samo one informacije koje su potrebne kako bi se ostvarili ciljevi istraživanja. Ne treba postavljati pitanja koja se „čine zanimljivima“ jer se na taj način upitnik čini nepotrebno dugačkim (zamara ispitanika), a prikupljeni podatci najčešće su neupotrebljivi jer nisu u vezi s postavljenim ciljevima i hipotezama istraživanja. Drukčije rečeno, prije nego što se neko pitanje uključi u upitnik, mora biti posve jasno čemu to pitanje služi i kako će se odgovori analizirati.

- Istraživač uvijek treba imati na umu tko su ispitanici, kako bi pitanja mogao postaviti jezikom koji im je razumljiv i kako bi od njih tražio samo one informacije koje oni mogu pružiti.
- Podrazumijeva se i da sva pitanja trebaju biti postavljena što jednostavnijim rječnikom, odnosno da ne treba upotrebljavati riječi koje su dio znanstvenog diskursa i s kojima neki sudionici istraživanja nisu upoznati.
- Potpuna valjanost mjerenja bit će osigurana jedino ako svi sudionici istraživanja sva pitanja razumiju na isti način, odnosno ako odgovori na pitanja odražavaju prisutnost istog konstrukta u svijesti sudionika istraživanja.



VRSTE ANKETNIH PITANJA

- Anketna se pitanja mogu podijeliti na osnovi kriterija forme i sadržaja. Prva podjela odnosi se na to kako je pitanje postavljeno (forma), dok se druga podjela odnosi na ono što se pitanjem ispituje, tj. želi dobiti (sadržaj).
- Prema formalnom kriteriju anketna je pitanja moguće podijeliti na:
 - Mjerne skale (ljestvice procjene),
 - Dihotomna pitanja,
 - Pitanja višestrukog izbora.



- **Mjerne skale** (Likertova, Thurstoneova, Gutmannova i semantički diferencijal) predstavljaju prema većini kriterija najbolji način postavljanja anketnih pitanja.
- Skale se obično nalaze na najvišim razinama mjerenja (intervalna i omjerna), a obično imaju i mjerna obilježja koja se mogu utvrditi i, u slučaju da nisu zadovoljavajuća, popraviti.
- Mjerne skale u upitnicima treba upotrebljavati kad god je to moguće, tj. kad god je u upitniku riječ o mjerenju stavova. Osim u navedenom smislu, ljestvicama procjene često se smatraju sva ona pitanja koja nude višestruke opcije odgovora, odnosno koja stvaraju podatke ordinalnog ili intervalnog tipa.
- Primjerice, ako ispitanika pitamo koliko mu se sviđa neki televizijski program, s opcijama odgovora „jako“, „donekle“ i „uopće ne“, tada se također može govoriti o ljestvici procjene, iako nije riječ o mjernoj skali u uobičajenom smislu riječi (nema više pitanja, najčešće nije moguće utvrditi mjerna obilježja...).



- Dihotomna pitanja
- U njima se ispitanicima nudi izbor između dvije opcije, obično „da“ i „ne“. Ako ispitanika pitamo – „volite li klasičnu glazbu“ – i ponudimo mu opcije – „da“ i „ne“ –, tada je riječ o dihotomnom pitanju.

Volite li klasičnu glazbu?

☐ Da.

☐ Ne.



- **Prednost dihotomnih pitanja** može biti u tome da ispitanika tjera na izjašnjavanje u pitanjima koja su kontroverzna.
- **Nedostatak je dihotomnih pitanja** činjenica da se nalaze na nižoj razini mjerenja, tj. da pojednostavljaju odgovore zbog čega se gubi informativnost i kvaliteta podataka.
- Primjerice, prethodno smo pitanje mogli postaviti u obliku ljestvice procjene i pitati ispitanike koliko su knjiga pročitali u posljednjih mjesec dana (nijednu, jednu, dvije, tri...), a tako postavljeno pitanje donijelo bi podatke na najvišoj razini mjerenja. Stoga, i dihotomna pitanja treba izbjegavati, osim u slučajevima kada su odgovori prirodno dihotomni (npr. spol).



- **Pitanja višestrukog izbora (multiple choice)**
- odnose se na postavljanje pitanja u kojima se nudi više od dvije opcije odgovora, a pri tome nije riječ o ljestvicama procjene niti o rangiranju.
- Primjerice, ako od ispitanika tražimo da zaokruži sve vrste filmskih žanrova koji mu se sviđaju i pri tome navedemo komediju, dramu, triler, akcijski film i znanstvenu fantastiku, tada je riječ o pitanju višestrukog izbora.

Koje sve filmske žanrove volite?

- ☐ Komedija ☐ Triler ☐ Znanstvena fantastika (SF-film)
- ☐ Drama ☐ Akcijski film



- Pri postavljanju takvih pitanja ispitanicima je moguće ponuditi zaokruživanje svih odgovora ili se od njih može zatražiti da izaberu jedan ili nekoliko odgovora.
- Pitanja višestrukog izbora zapravo se mogu svesti na dihotomna pitanja ili pitanja koja uključuju rangiranje. Naime, pitanje višestrukog izbora moguće je postaviti kao niz dihotomnih pitanja, tj. zapravo je riječ o sažimanju niza dihotomnih pitanja. Primjerice, gornje je pitanje moguće postaviti kao niz dihotomnih pitanja:

Volite li komediju?

☐ Da ☐ Ne

Volite li dramu?

☐ Da ☐ Ne

Volite li triler?

☐ Da ☐ Ne

Volite li akcijski film?

☐ Da ☐ Ne

Volite li SF-film?

☐ Da ☐ Ne



- U slučaju da se ispitanicima nudi samo nekoliko opcija, tada je riječ o posebnom slučaju rangiranja u kojemu se ispitanicima nudi niz objekata od kojih trebaju rangirati samo nekoliko. Primjerice, ako bi u gornjem slučaju od ispitanika tražili da navedu samo dva omiljena žanra, zapravo bi bila riječ o rangiranju.
- S druge strane, prema sadržaju anketna pitanja mogu biti:
 - pitanja o ponašanju,
 - pitanja o stavovima,
 - pitanja o znanju,
 - demografska pitanja.



NAJČEŠĆE POGREŠKE U FORMULACIJI ANKETNIH PITANJA

- **Pogreške koje uključuju pristranost u mjerenju konstrukta**
- **Sugestivna pitanja**
- Pitanja koja ispitaniku sugeriraju poželjan i „ispravan“ odgovor.
- Primjer: „Većina ljudi smatra da se u Hrvatskoj premalo ulaže u kulturu. Dijelite li i Vi to mišljenje?“
- Pitanje je očigledno sugestivno jer ispitaniku sugerira da je mišljenje većine već stvoreno, a time na neki način i ispravno.
- Takvo korištenje socijalnog pritiska ne donosi valjane rezultate i da bi ga trebalo izbjegavati.
- Primjeri sugestivnih pitanja najčešće susreću u političkim i medijskim „istraživanjima“ u kojima provoditelji istraživanja žele postići rezultat koji odgovara njihovim željama i interesima.
- Sugestivna pitanja ne moraju nužno biti rezultat svjesne namjere, nego mogu biti posljedica nepromišljenosti, a njihova sugestivnost ne mora biti posve očita.



- **Neuravnotežena pitanja**

- ona pitanja u kojima u opcijama odgovora nisu navedene sve alternative.
- Primjer: pitanje – „Ulaže li se u Hrvatskoj premalo u kulturu?“ – nije uravnoteženo, dok je pitanje – „Ulaže li se u Hrvatskoj premalo, previše ili sasvim dovoljno u kulturu?“ – uravnoteženo.
- Iako je u neuravnoteženim pitanjima riječ o blažem obliku sugestivnosti, a eksperimentalna istraživanja pokazuju da neuravnoteženost ne dovodi do većih pogrešaka u rezultatima, pitanja bi ipak trebalo postavljati u uravnoteženom obliku.
- Znatno teži oblik neuravnoteženosti pojavljuje se ako se u jednoj opciji odgovora navode, a u drugoj ne navode dodatni argumenti.
- U usporedbi s uravnoteženom tvrdnjom – „Slažete li se ili ne slažete s ograničavanjem radnog vremena diskoteka?“ – neuravnotežena tvrdnja s dodatnim argumentima bila bi – „Slažete li se s ograničavanjem radnog vremena diskoteka ili smatrate da bi to nepotrebno osiromašilo život mladih?“
- Pri takvoj neuravnoteženosti ispitanici češće biraju one opcije u kojima su navedeni dodatni argumenti.



- **Pogreške koje proizlaze iz nekonzistentnog razumijevanja pitanja**
- U ovu vrstu pogrešaka mogu se ubrojiti sve one situacije koje dovode do toga da jedan ispitanik pitanje shvati na jedan, a drugi na drugi način. To su i one situacije u kojima će jedan ispitanik u više navrata možda isto pitanje shvatiti na različite načine, čime će se u dva navrata zapravo mjeriti donekle slična, ali ipak različita obilježja (konstrukti).
- **Dvostruko pitanje (eng. double-barreled question)**
- Pogrešno je unutar jednog pitanja postaviti zapravo dva odvojena pitanja, odnosno mjeriti dvije različite stvari, jer će odgovori biti neupotrebljivi.
- Npr., pitanje – „Sviđa li Vam se režija i scenarij ovoga filma?“ – predstavlja dvostruko pitanje zbog toga što niti odgovor „da“ niti odgovor „ne“ ne pružaju jasnu informaciju.
- Naime, nismo sigurni sviđa li se ispitaniku režija, scenarij ili oboje. U nekim situacijama dvostruka pitanja nisu tako očita, a najčešće je riječ o tome da se u pitanju nalaze prešutno prihvaćene pretpostavke koje nisu provjerene.



- **Pitanja koja uključuju negaciju ili dvostruku negaciju**

- Problematična iz dvaju razloga: ponekad nisu jasna i nedvosmislena, a ponekad su jasna, no ispitanicima treba više vremena da shvate njihovo značenje. Primjerice, odgovori na pitanje – „Ne smatrate li da su društvene nejednakosti u Hrvatskoj prevelike?“ – „Ne smatrate li da društvene nejednakosti u Hrvatskoj nisu prevelike?“ – ne nude jasnu i nedvosmislenu informaciju.
- Osnovni razlog zbog kojeg pitanja koja uključuju negaciju izazivaju je činjenica da smo u svakodnevnom iskustvu naviknuti na činjenicu da se obično slažemo s ili ne slažemo s afirmativnom tvrdnjom, a mnogo se rjeđe od nas traži da potvrdimo ili negiramo tvrdnju koja je i sam izražena u formi negacije nečega (stava, pojave i sl.).
- Pitanja koja uključuju dvostruku negaciju nekada su očita i istraživač neće lako počinuti grešku njihova postavljanja. No nekada se jedna negacija krije u samom pitanju, a druga u opcijama odgovora i tada je mogućnost greške nešto veća.



- **Nejasna ili dvosmislena pitanja**

- Pitanje – „Jeste li ekološki osviješteni?“ – vjerojatno je previše nejasno jer nije definiran sâm pojam ekološke osviještenosti.
- Pitanje – „Koliko iznosi Vaš mjesečni dohodak?“ – dvosmisleno je jer će neki ispitanici imati na umu individualni, a neki obiteljski dohodak.
- Dvosmislenost se ponekad krije i u nedovoljno preciznom određenju pitanja, odnosno u situacijama kada ispitaniku nije jasno koliki se stupanj preciznosti od njega očekuje, odnosno koji je od mogućih formata odgovora očekivan istraživaču.
- Primjer pitanja: „Kada ste se doselili u London?“ Ovo je pitanje samo naizgled jasno i nedvosmisleno, no problematično je što očekivani format/preciznost odgovora nije postavljen. Primjerice, na ovo je pitanje moguće odgovoriti s „prije desetak godina“, „nakon dovršenja studija“, „kada sam imala 25 godina“ i sl.
- Potrebno jasno naglasiti da se od ispitanika očekuje točna godina doseljenja: „Koje ste se godine doselili u London?“





Kako bi se osigurala razumljivost pitanja, odnosno smanjile moguće nejasnoće i dvosmislenosti, preporučuje se da se kognitivni napor potreban za odgovaranje na pitanje svede na minimum.



Poželjno da pitanja budu što je moguće kraća, da gramatička struktura bude što jednostavnija (izbjegavanje pasiva, ponavljanje imenica umjesto korištenja zamjenica i sl.), kao i to da se složena pitanja „razbiju“ na niz jednostavnijih specifičnih pitanja.



REDOSLIJED PITANJA U UPITNIKU

- Redoslijed pitanja u upitniku važan je iz dvaju razloga:
- Odvijanje samog procesa anketiranja,
- Pouzdanosti rezultata.
- **Psihološka strategija**-odnosi se na uspostavljanje povoljnog odnosa s ispitanikom što ranije tijekom procesa anketiranja kako bi se osigurala daljnja suradnja te kvaliteta prikupljenih podataka.
- Prema psihološkoj strategiji treba postavljati prvo lakša pa teža pitanja, upitnik treba započeti sa zanimljivim i nekonfliktnim pitanjima, osjetljiva pitanja treba postaviti na samom kraju upitnika kako bi se spriječila blokada ispitanika i sl.



- **Logička strategija**-odnosi se na smisleno grupiranje pitanja, tako da se dijelovi upitnika slažu u smislene cjeline.
- Na taj način ispitanik ima osjećaj da se anketiranje odvija na logičan i predvidljiv način. Te dvije strategije često mogu biti u koliziji.
- Primjerice, osjetljivo pitanje može logički spadati u skupinu pitanja koja se postavlja na početku upitnika, ali osjetljiva pitanja bi u psihološkom smislu bilo bolje postaviti na kraju upitnika.
- Zbog toga se te dvije strategije kombiniraju, a izbor strategije ovisi o svakom pojedinačnom upitniku (istraživanju) i njegovim specifičnostima.
- **Redoslijed pitanja u upitniku važan je i zbog utjecaja na način odgovaranja sudionika istraživanja i zbog što kvalitetnijeg odvijanja procesa anketiranja.**



- **Kombiniranjem psihološke i logičke strategije moguće je doći do nekoliko iskustvenih pravila o redoslijedu pitanja u upitniku:**
- Pitanja u upitniku trebaju biti grupirana u logične cjeline – ne treba skakati s teme na temu.
- Na prijelazu između pojedinih logičnih cjelina korisno je eksplicitno objasniti ispitanicima – najčešće se koriste izrazi poput „sada ćemo preći na pitanja o...” ili „u ovom dijelu upitnika zanima nas Vaše mišljenje o...”
- Upitnik je potrebno započeti s lakšim i zanimljivijim pitanjima kako bi se ispitanika potaknulo na sudjelovanje i stvorila dobra atmosfera.
- Upitnik treba započeti s neutralnim pitanjima o ponašanju na koje je lako dati odgovor (npr. „Jeste li jučer koristili javni prijevoz?“).
- Pitanja koja uključuje stavove postaviti što kasnije.
- Sva pitanja koja se smatraju osjetljivim po mogućnosti ostaviti za kraj upitnika.
- Demografska pitanja (obrazovanje, dohodak, mjesto stanovanja i sl.) ostaviti za kraj upitnika jer nisu previše zanimljiva, a ispitanici ih ponekad mogu smatrati i osjetljivim.
- Pitanja otvorenog tipa bolje je postaviti naknadno u upitniku jer obično uključuju veći napor od ispitanika, pa ih treba postaviti poslije kada je odnos s ispitanikom već izgrađen i kad je ispitanik već dovoljno upućen u temu istraživanja.



- Redoslijed pitanja u upitniku utječe i na pouzdanost rezultata s obzirom na to da odgovori na neko pitanje mogu biti pod utjecajem prethodno postavljeneog pitanja.
- Utjecaj na rezultate može imati i činjenica je li u upitniku prvo postavljeno općenito pa nakon toga specifična pitanja, ili su prvo postavljena specifična pitanja, a nakon toga općenito pitanje.
- Drukčije rečeno, upotreba lijevka (prvo općenito pitanje) ili obrnutog lijevka (prvo specifična pitanja) može znatno utjecati na rezultate. Najčešće se preporučuje korištenje strategije lijevka jer specifična pitanja mogu utjecati na naknadno zauzimanje općenitog stava, a obrnuti utjecaj nije izrazito jak.
- Slično tome, ponekad se odgovori na pitanja sličnoga smisla mogu biti pod utjecajem redoslijeda kojim su postavljena zato što ispitanik na pitanje koje je postavljeno poslije može dodati nove informacije, odnosno spriječiti davanje istih informacija.



- Demografska pitanja
- odnose se na opća obilježja ispitanika poput dobi, dohotka, stupnja obrazovanja, zanimanja i slično.
- U većini je slučajeva način postavljanja tih pitanja jednostavan i samorazumljiv, no i tu je ponekad potrebno napraviti izbor između različitih mogućnosti koje stoje na raspolaganju istraživaču.
- Ovakva se pitanja obično stavljaju na kraj upitnika, ponajviše zbog socijalne osjetljivosti.
- Spol, dob, zanimanje, mjesečna primanja, itd...



Načini prikupljanja podataka pomoću upitnika

Postoji pet osnovnih vrsta prikupljanja podataka pomoću upitnika:

Terenske ankete prikupljene individualnim anketiranjem,

Terenske ankete sa skupnim anketiranjem,

Telefonske ankete,

Online ankete,

Poštanske ankete.



Prednosti i nedostaci načina prikupljanja anketnih podataka

Način prikupljanja podataka	Prednosti	Nedostatci
Terenske ankete prikupljene individualnim anketiranjem	Velika količina skupljenih podataka Reprezentativni uzorak Postoji interakcija s ispitanikom	Visoka cijena Dugo trajanje istraživanja Nepostojanje anonimnosti (loše za ankete s puno osjetljivih pitanja)
Terenske ankete prikupljene skupnim anketiranjem	Umjerena cijena Umjereno trajanje istraživanja Postoji interakcija s ispitanikom Anonimnost	Nije ju moguće uvijek provesti (ispitanici se moraju nalaziti na istom mjestu – npr. škole, fakulteti, poduzeća i sl.) Reprezentativnost nije uvijek savršena (npr. anketiraju se studenti koji dođu na nastavu)
Telefonske ankete	Niska cijena Veliki geografski obuhvat Brzina istraživanja	Niska anonimnost Reprezentativnost nije savršena (neki ljudi nemaju telefone, neki ih imaju više od jednog) Nemogućnost korištenja vizualnih pomagala (slika, grafičkih skala itd.)

Način prikupljanja podataka	Prednosti	Nedostatci
Online ankete	Vrlo niska cijena Mogućnost korištenja vizualnih pomagala Kratko trajanje istraživanja Doseg specifičnih skupina	Upitna reprezentativnost (niska dostupnost interneta i autoselekcija) Nepostojanje izravnog kontakta s ispitanikom
Poštanske ankete	Umjerena cijena Mogućnost korištenja vizualnih pomagala Ispitanici mogu ispuniti anketu kada im odgovara Anonimnost	Mali odaziv (upitna reprezentativnost) Zahtijeva veći napor od ispitanika

- Različiti načini prikupljanja podataka imaju svoje prednosti i nedostatke, a odluka o tome koji ćemo način upotrijebiti prije svega ovisi o dopuštenom trošku i trajanju istraživanja, kao i o tome koji je način najbolje prilagođen specifičnim sudionicima istraživanja.



- Danas se, zbog sve veće upotrebe interneta, sve više upotrebljavaju online ankete.
- S obzirom na to da je riječ o samostalnom popunjavanju upitnika koji se nalazi na internetu ili općenito na nekoj vrsti online izvora, za ove se ankete upotrebljava i naziv CAWI (computer-assisted web interviewing).
- Postoje tri osnovne vrste online anketa:
- Ankete na internetskim stranicama,
- E-mail i druge pozivne ankete,
- Online paneli.



- **Ankete na internetskim stranicama** služe za ispitivanje mišljenja posjetitelja te stranice i najčešće nisu reprezentativne u odnosu na cijelu populaciju.
- Iako se ponekad može osigurati da jedna osoba upitnik ne popuni više puta, element samoselekcije ispitanika izrazito je velik te je u ovom slučaju riječ o prigodnom uzorku, a procjene dobivene pomoću njega najčešće nisu nepristrane upravo zbog nepoznate vjerojatnosti ulaska u uzorak.
- **E-mail ankete** koriste se na način da se ispitanicima e-mailom ili drugim putem (npr. pomoću društvenih mreža) dostavi anketni upitnik ili im se dostavi poveznica na kojoj mogu popuniti upitnik.
- Za kreiranje upitnika koji se koriste u ovakvim anketama koriste se ili programi za obradu teksta (npr. forme unutar MS Worda) ili, što je danas mnogo češći slučaj, specijalizirani softveri za izradu e-mail upitnika.
- Ovakve ankete najčešće se koriste u slučaju manjeg uzorka ljudi koje poznajemo i čije su nam e-mail adrese dostupne ili u slučaju kada želimo provesti istraživanje a svjesni smo da će ono uključivati visok stupanj samoselekcije sudionika istraživanja.



- **Online paneli** odnose se na ispitanike koji su pristali na sudjelovanje u anketnim istraživanjima i koji su najčešće za to i financijski nagrađeni. Ispitanici povremeno e-mailom dobivaju pozive za popunjavanjem anketnog upitnika ako ispunjavaju demografske ili druge kriterije za sudjelovanje u istraživanju. Općenito se može reći da je velika prednost online anketa njihova brzina provođenja i vrlo niska cijena, no reprezentativnost uzorka najčešće je vrlo upitna.
- Neki autori (Kleck i Roberts, 2012) sugeriraju i da online ankete daju dobre rezultate pri istraživanju socijalno osjetljivih tema jer su sudionici istraživanja rjeđe daju socijalno poželjne odgovore ako imaju osjećaj da odgovore daju računalu, a ne osobi. Velika je prednost online anketa i mogućnost dosezanja specifičnih skupina, odnosno ciljnih skupina do kojih je teško doći na ekonomičan način drugim metodama anketiranja. Tako se na internetskim stranicama, Facebook grupama, internetskim forumima i drugim mjestima na internetu, uz suglasnost njihovih administratora, može na jednostavan način doći do ljudi sa specifičnim obilježjima i interesima (npr., manjinske vjerske skupine, pratitelji nekoga sporta, oboljeli od rijetkih bolesti, osobe određenih političkih uvjerenja i sl.).



- **Poštanske ankete**

- provode se tako da se ispitanicima poštom pošalje upitnik u kojemu je priložena omotnica s plaćenim povratnim odgovorom.
- Najveća prednost poštanske ankete-mogućnost da ispitanik upitnik ispuni u trenutku kada mu/joj to najviše odgovara, kao i da upitnik ispunjava svojim tempom i da prikupi podatke koji se traže u istraživanju.
- Poštanske ankete nisu izrazito skupe, a uključuju i mogućnost korištenja vizualnih pomagala. Primjerice, u marketinškom istraživanju, kojim se želi istražiti koja je od etiketa nekog proizvoda ispitanicima najzanimljivija, u poštanski se anketni upitnik mogu uvrstiti grafički prikazi tih etiketa.
- Najveći je nedostatak poštanskih anketa upitna reprezentativnost jer je stopa odaziva često vrlo mala (oko 10%), osim kada su u pitanju ankete koje provode državne institucije.



KVALITATIVNE METODE

- Kvalitativno (lat. riječ „qualitas”, odnosno kakvoća, svojstvo, vrsnoća neke stvari, vrednota, odlika, značajka, sposobnost...)
- Kvalitativno istraživanje (ponekada nazivano i motivacijsko i tehnološko istraživanje) je takvo istraživanje koje se odnosi na proučavanje, ispitivanje, određivanje... svojstava, osobitosti, vrednote, relevantnih značajki, obilježja... nekih pojava, predmeta, odnosa.
- Takva istraživanja pokušavaju odgovoriti na pitanja: kakvo je nešto? Kakav je netko? Zašto? Kada? Kuda? Čime? Gdje?...
- Između kvalitativnih i kvantitativnih istraživanja postoji čvrsta interakcijska sprega jer se one međusobno isprepliću, nadopunjavaju, ali pri čemu kvantitativna istraživanja nastoje odgovoriti na pitanje: koliko?



- Jedna od temeljnih odlika znanstvenih istraživanja jest prikupljanje podataka na valjan i pouzdan način te njihova kritička interpretacija u kontekstu dotadašnjih spoznaja.
- Kvalitativna metodologija tom zahtjevu odgovara, kao i drugi istraživački pristupi, ukoliko se istraživači drže postavljenih standarda.
- Ipak se u kvalitativnim istraživanjima umjesto izraza valjanost često koristi vjerodostojnost kako bi se naglasile specifičnosti.
- Posebnost je kvalitativne metodologije što je njen glavni instrument za prikupljanje podataka čovjek koji se, zbog izravnog kontakta s materijalom i interakcija sa sudionicima istraživanja neizbježno mijenja, što utječe na daljnje prikupljanje podataka i njihovu interpretaciju.
- To je glavni uzrok skepticizma spram kvalitativne metodologije s pozicije pozitivističkog razumijevanja objektivne stvarnosti.



- Kvalitativna metodologija će se odabrati kad je cilj detaljno upoznavanje procesa ili iskustva, kad je potrebno više informacija kako bi se utvrdila točna narav pojave koja se istražuje ili kad su informacije ne-brojčanog oblika.
- U ovakvim istraživanjima se obično prikupljaju iscrpne informacije od namjerno odabranog relativno malog broja izvora informacija, a uključuju interpretiranje slabije nestrukturiranog materijala.
- Ovisno o istraživačkom pitanju, izvor podataka mogu biti pojedinci koji će tijekom intervjua ili fokusne grupe izreći neki dio svojeg iskustva, znanja, stavova, mišljenja ili osjećaja.
- Opažanje pojedinaca ili grupa, bilo ono prikriveno ili otvoreno, dat će podatke o njihovom ponašanju. No izvor podataka mogu biti dokumenti s informacijama koje će u analizi sadržaja poprimiti status rezultata.



- Podaci mogu biti i fizički tragovi ljudskog ponašanja, kao što su otpaci ili erozija. No bez obzira o kojoj vrsti informacija se radilo ili metodi njihova pribavljanja, istraživanje treba biti planirano, ciljano i sustavno, kako bi dalo valjane podatke kao preduvjet spoznajno vrijednog istraživanja.
- Glavna je osobina kvalitativne metodologije da se nastoji istražiti suština složenih odnosa između bića, pojava i događaja.
- Pri tome se želi postići cjeloviti (holistički) i detaljan opis situacija, procesa, događaja, iskustava ili aktivnosti.
- Nastoji se odgovoriti na pitanja kao što su: Kako se ljudi ponašaju u određenoj situaciji? Kakvo je značenje procesa koji se odvijaju u toj situaciji? Kako sudionici situacije razumiju što se događa i što im to znači?



- Iz navedenih obilježja kvalitativne metodologije vidljivo je da istraživač ima neposrednu ulogu ne samo u planiranju istraživanja, njihovoj analizi i interpretaciji, nego i u prikupljanju podataka.
- Osim toga, kvalitativni istraživač sam služi kao „mjerni instrument“ koji je u stalnom kontaktu s materijalom. Izravna posljedica je što ovaj „mjerni instrument“ tijekom samog prikupljanja podataka prolazi kroz vlastitu promjenu: unosi osobna tumačenja u materijal dok ga prikuplja, svojim ponašanjem utječe na izvore informacija, istodobno je pod utjecajem samog materijala.
- U skupinu kvalitativnih istraživanja se ubrajaju motivacijska istraživanja i tehnološka istraživanja koja je nužno razlikovati.
- Predmeti motivacijskih istraživanja su: motivi, želje, pobude, stavovi, namjere, interesi, uvjerenja..., a obično se istražuju posebnim, specifičnim, znanstvenim metodama (npr. metodama i tehnikama koje su karakteristične za društvene i humanističke znanosti).



- Predmet tehnoloških istraživanja nije samo tehnologija (istraživanja kojima je predmet tehnologija se nazivaju istraživanja tehnologije), nego i druge pojave i predmeti koji se istražuju pomoću kvalitativnih prognostičkih modela kao što su: morfološke metode, heurističke metode, intuitivne metode, ekstrapolacija trenda.
- Obično se kvalitativne prognostičke metode svrstavaju u skupine: skupina ekstrapolacijskih metoda (npr. Delfi metoda, „S” krivulja tj. logistička krivulja u obliku slova S, povijesna analogija, morfološka analiza) i skupina normativnih metoda npr. Štabno odlučivanje (PATTERN), analiza sustava.
- U literaturi se spominju brojne kvalitativne metode, a cjelovitu klasifikaciju tih metoda i tehnika je dao Jantsch, a najvažnije su: Delphi metoda, ekstrapolacija vremenskih serija, morfološke metode, scenarij i ponavljanje, povijesna analogija, Monte Carlo metoda, ekonomska analiza, operacijski modeli, statistički modeli, horizontalna matrica, odlučivanja, raspoređivanje resursa, linearno i dinamičko programiranje, vertikalno i horizontalno stablo odlučivanja, mrežna tehnika, operacijski modeli, sustavna analiza, tehnike, povratne veze...



- Kvalitativna istraživanja primjerena su područjima, poljima, granama i ograncima društvenih i humanističkih znanosti, ali se u kombinaciji s kvantitativnim istraživanjima mogu primjenjivati i u drugim znanstvenim područjima (prirodnim, tehničkim...).
- U kvalitativnim istraživanjima se rabe prvenstveno nekvantitativne metode (i tehnike), kao što su: induktivna i deduktivna metoda, metoda analize i sinteze, metoda apstrakcije i konkretizacije, metoda generalizacije i specijalizacije, metoda dokazivanja i opovrgavanja, metoda deskripcije, povijesna metoda, metoda anketiranja, metoda intervjuiranja, itd.
- Razumljivo je da navedene metode nisu „čiste” kvalitativne metode jer one imaju i/ili mogu imati i elemente kvantitativnih metoda, pa su one sukladno tome primjenjive i u kvantitativnim istraživanjima.



- Kvalitativna istraživanja nalaze svoju primjenu u širokom spektru društvenih znanosti od tridesetih godina 20. stoljeća.
- Kvalitativna metodologija je po svojoj logici i prirodi otvorena i svrha joj je dublji uvid i razumijevanje istraživačkog problema. Zaključci kvalitativnih istraživanja izvode se na osnovi analize kategorija, koja se temelji na logici istraživača.
- Za provedbu kvalitativne metodologije potrebno je imati na umu slijedeće:
 - 1.) istraživač je primarno zainteresiran za proces, a manje za rezultate ili zaključke;
 - 2.) naglasak u istraživanjima je na značenju;
 - 3.) istraživač je osnovni instrument za prikupljanje i interpretaciju rezultata;
 - 4.) istraživanja podrazumijevaju terenski rad i odlazak u stvarno okruženje;
 - 5.) istraživanja su opisna, budući da je istraživač primarno zainteresiran za proces, značenje i razumijevanje riječi sudionika
 - 6.) proces zaključivanja je induktivan (od detalja do zaključka).
- U provedbi kvalitativne metodologije potrebno je poštovati određene principe (tbl. 1).



Principi u planiranju nacrtu istraživanja	
1. Istraživanje stvarnog svijeta	Istraživanje se odvija u stvarnim uvjetima, bez manipulacije i kontrole, odnosno eliminacije situacijskih varijabli.
2. Fleksibilnost u nacrtu istraživanja	Nacrt istraživanja postavlja se u glavnim crtama, a po potrebi i uslijed promjena situacijskih uvjeta mijenja se i prilagođava; otkrivaju se i slijede novi smjerovi u istraživanju.
3. Svrishodno uzorkovanje	Uzorci (slučajevi) se biraju namjerno i svrishodno, jer su bogati informacijama i omogućavaju dublji uvid i spoznaju problema ili fenomena, a ne empirijsko poopćavanje.
Principi prikupljanja podataka i terenskog rada	
4. Kvalitativni podaci	Bilježe se promatranja istraživača koja detaljno i duboko opisuju; u intervjuima se bilježe stvarne riječi ispitanika o njihovom iskustvu ili mišljenju; analiziraju se dokumenti, proučavaju se slučajevi.
5. Osobno iskustvo i uključenost istraživanja	Istraživač je u izravnom kontaktu s ljudima, situacijama i fenomenom istraživanja; njegovo osobno iskustvo je važno za istraživanje i razumijevanje fenomena.
6. „Empatična neutralnost” i otvorenost istraživača	Istraživač je empatičan prema ispitanicima; ne procjenjuje i ocjenjuje njihove odgovore prema vlastitim mjerilima-neutralan je, otvoren je, osjetljiv je, iskazuje poštovanje prema ispitaniku, svjesnost i susretljivost, prilikom promatranja je potpuno uključen.
7. Dinamična i razvojna perspektiva	Orijentacija na proces, promjene situacija i sustava se očekuju, a istraživač je na njih osjetljiv.



Principi u analizi podataka

8. Orijentacija na jedinstvene slučajeve (jedinice analize)	Svaki je slučaj jedinstven i osobit; u analizi se vodi računa o detaljima pojedinih slučajeva (jedinica), usporedba i analiza među slučajevima uvelike ovisi o kvaliteti pojedinačnih studija.
9. Induktivna analiza i kreativna sinteza	Naglasak je na detaljima i posebnostima podataka, kako bi se otkrio uzorak, obrazac, tema ili međusobna povezanost; započinje se istraživanjem, nakon čega se traže empirijske potvrde; proces je vođen analitičkim principima (manje pravilima); na kraju se kreativnim sintetiziranjem oblikuju zaključci.
10. Holistička perspektiva	Fenomen koji se istražuje shvaća se kao složena cjelina; fokus je na međuovisnosti i sistemskoj dinamici, a ne na specifičnim varijablama i njihovim linearnim uzročnim vezama.
11. Osjetljivost na kontekst istraživanja	Nalazi istraživanja smještaju se u društveni, povijesni i vremenski kontekst; poopćavanje izvan konteksta istraživanja nije preporučljivo, uzorci i obrasci mogu se pažljivom usporednom analizom slučajeva primijeniti u novim uvjetima.
12. Perspektiva, analitička refleksivnost i vjerodostojnost istraživača	Istraživač iznosi vlastita iskustva i refleksije (aktiv, a ne pasiv u izražavanju); znanje, utreniranost i sigurnost istraživača uz izražavanje u prvom licu, pojačavaju vjerodostojnost nalaza i istraživanja; istraživač postiže ravnotežu između autentičnog prikaza složenog sustava koji istražuje i vlastite analitičnosti i refleksivnosti.



- U idealnim uvjetima istraživač bi se u potpunosti pridržavao svih dvanaest principa. U stvarnim istraživačkim uvjetima se to nažalost može rijetko postići. Stoga se može zaključiti: važno je poznavati principe i pridržavati ih se u najvećoj mogućoj mjeri.
- Važna pitanja za svakog istraživača su kako izbjeći pogreške u istraživanju te kako procijeniti je li istraživanje koje planira provesti dovoljno kvalitetno.
- Budući da je istraživač potpuno uključen u istraživački proces, najveći izvor prijetnji i potencijalnih grešaka proizlazi iz njegove pristranosti.



- Tri najčešće pogreške koje proizlaze iz istraživačeve pristranosti su:
- 1.) holistička pogreška (koja se događa kada se detalji i činjenice promatraju kao cjelina koja je više uređena, sukladna i podudarna nego što zapravo jest);
- 2.) elitistička pristranost (koja se događa kada istraživač precjenjuje podatke dobivene od osoba koje su višeg statusa);
- 3.) "urođenička objašnjenja" koja se događaju kada istraživač opisuje pojavu kao da je pripadnik grupe, a ne kao istraživač. Savjetuje se treniranje istraživačkih sposobnosti kako bi se izbjeglo greške proizašle iz pristranosti, te da se vodi računa o slijedećim kriterijima procjene kvalitete istraživanja:
- 3.1.) čistoći metoda koje se koriste u prikupljanju podataka na terenu (jesu li svi podaci važni za istraživanje prikupljeni? Jesu li reprezentativni za problem/temu istraživanja? Jesu li korištene sve raspoložive metode? Jesu li poštovani metodološki principi? Je li procedura istraživanja dokumentirana?)



- 3.2.) vjerodostojnosti (kredibilitetu) istraživača (ima li istraživač dostatnu izobrazbu? Je li iskusan i uvježban u istraživanju? Je li njegov vlastiti stav prema istraživanju pozitivan? Je li etičan u istraživanju?);
- 3.3.) Sistematičnoj analizi prikupljenih podataka i valjanosti interpretacije (jesu li provjereni odstupajući i nepotvrđujući podaci? Jesu li uključeni krajnji slučajevi? Odgovaraju li interpretacije kontekstu istraživanja? Jesu li zaključci konzistentni s teorijom? Jesu li sudionici provjerili zaključke?).
- Kvantitativne i kvalitativne metodologije se mogu činiti na prvu ruku konkurentske, međutim one to nisu. Među njima postoje suštinske razlike, kako u operacionalizaciji, tako i u procesu prikupljanja podataka i interpretaciji rezultata. Razlikuju se i u prikladnosti s obzirom na predmet istraživanja, vrstu istraživanja ili raspoloživa sredstva.
- Ono što im je zajedničko je da obje imaju svoje prednosti i nedostatke, pa njihova izolirana primjena ponekad može dovesti do manjkavih ili šturih rezultata.



Obilježja	Kvalitativno istraživanje
Ciljevi	Opisivanje i tumačenje iskustava, prikupljanje novih spoznaja, stjecanje znanja i razumijevanje bez polaznih pretpostavki
Filozofska osnova	Kritička teorija, konstruktivizam, fenomenologija
Osnovna pitanja	Zašto jedna varijabla utječe na drugu? Kako, na koji način, odnosno putem kojeg mehanizma se odvija takav utjecaj?
Način proučavanja	Proučavanje u prirodnim uvjetima, pri čemu se složenost okolnosti drži prednošću jer omogućuje uvid u cjelinu.
Istraživački nacrt i metode	Dubinski intervju, promatranje, skupni intervju, analiza sadržaja
Mogućnosti uopćavanja rezultata	Nemogućnost uopćavanja na populaciju, razumijevanje specifičnog slučaja ili uzorka osoba u prvom planu.



Obilježja	Kvalitativno istraživanje
Uloga ispitanika	Ispitanici su sudionici i subjekti u istraživanju; istraživač i ispitanici čine jedinstvo jer zajednički nastoje postići razumijevanje podataka; ispitanici redovito pomažu u procjeni valjanosti opisa i tumačenja koje iznosi istraživač.
Uloga istraživača	Istraživač vlastitim stajalištem utječe na tumačenje; istraživačeva uključenost i empatija su poželjne jer vode dubljem i boljem razumijevanju osobnih iskustava; istraživač je stoga sastavni dio istraživanja, podjednako u njegovoj konceptualizaciji i izvedbi.
Podaci	Pripovjedni opisi, tekstovi, transkripti razgovora, podaci sadržani u riječima koje se ne prevode (kodiraju u brojeve).
Obrada podataka	Literarna, verbalna, neredukcionistička
Načela valjanosti	Koherencija, unutarnja dosljednost
Primarni doprinos	Razumijevanje iskustva kojem vodi njihovo intenzivno i produbljeno izučavanje bez zaokruženog teorijskog okvira.



PITANJA?

