

第 1 章 问卷调查法概述

科学研究立足于对信息的分析和处理，而实验或调查则是获取信息的主要途径。在科学研究中，收集信息资料的方法很多，如文献资料法、观察法、访谈法、测量法、问卷调查法及实验法等。实验法通常称为实验研究法，而其前面几种方法则可统称为调查研究法。

一般而言，在社会科学研究中，通常采用调查研究的方法来收集信息资料。但仔细观察后不难发现，在很多领域，调查研究法都越来越多地成为收集信息资料的一种常用方法，即便在教育研究也不例外。在美国，曾有一名学者在教育研究中对收集信息资料过程中采用的方法进行研究，在随机抽取的 581 篇论文中，他发现近四分之一的论文(143 篇)是全部或局部采用问卷调查法来获取信息的。如今，问卷调查法已成为现代社会学研究中最为常用的信息资料收集方法，因而美国社会学家艾尔·巴比称：“问卷是社会调查的支柱。”英国社会学家莫泽则说：“10 项社会调查中就有 9 项是采用问卷调查法进行的。”可见，问卷调查法在社会学研究中的作用十分突出。

在调查研究中，用得最多的方法首推问卷调查法，但这并不意味着问卷调查法可以包罗万象，是调查研究中所必不可少的，虽然它可以单独进行，但它也只是社会调查中的一种方法，一种用得较多的方法而已，必要时应同其他研究方法结合起来进行研究，这样效果更佳。

1.1 问卷调查法的定义

什么是问卷调查法？仁者见仁，智者见智，在不同的领域，不同的学者对问卷调查法有着不完全相同的定义，至今尚未形成较为统一的定义。

有的学者给出的定义为，问卷调查法(又称问卷法)是研究人员运用统一设计好的结构化、标准化的问卷，向随机选取的被调查者了解情况或征询意见的一种书面或网上的调查方法。而在教育领域，有学者做出如下定义：问卷调查法是一种传统的评定教学工作的方法，主要通过设计问卷、测试题、量表等对被评价者(在正常状态下)进行测试，以获得评价的资料，并做出判断。

而在科普中国里，有学者将调查问卷定义为，以问题的形式，系统地记载调查内容的一种印件。

不同的定义，意味着后续进行分析时，可能会使用截然不同的统计分析方法。因此，有必要给出本书中有关问卷调查法的具体含义。

简单而言，问卷就是一堆问题的集合。而量表是专门研制的、做了标准化处理后形成的特殊问卷，它是为特定目的研制的可以量化的测量工具。测试题是测定被调查者某方面能力、水平或属性的特殊问题，它也是一种可以量化的测量工具。

在实际研究中，从问卷调查的目的来看，大体可分为以下两种。

一种目的是对被调查者在某方面的属性、能力或水平等进行客观性评定。例如，使用专用的量表、测试题等对被调查者进行调查研究，专用的量表是，通过专门的设计，其书面或网上问卷的题项经过数轮测试和修改，通过主成分分析进行归类，与特定目标有很高的关联度，并且通过了测量学上的信度、效度检验，从而形成的专用的书面(网上)问卷。它们都是经过标准化的测量工具，相对于测量长度的有形尺子，它们可谓“隐形的尺子”。量表与测试题相比，前者更像可以重复使用的尺子，而后者更像一次性使用的尺子。

另一种目的是收集被调查者对一些问题的基本看法或态度。这里的态度指个体对特定对象(人、观念、情感或者事件等)所持有的稳定的心理倾向。这种心理倾向蕴含着个体的主观评价，以及由此产生的行为的倾向性。

量表、测试题的研制已有专门的书籍(如心理统计学、教育统计学等)加以论述，而使用量表、测试题得到的调查结果又是明确的，因此，本书中将不再对它们进行讨论。本书所指的问卷调查法，是一种狭义的问卷调查法，指通过一般问卷调查方式来收集信息资料的调查方法。

1.1.1 问卷调查法的种类

问卷调查法，按照问卷填答者的不同，可分为自填式问卷调查法和代填式问卷调查法；按照与被调查者交谈方式的不同，可分为访问问卷调查法和电话(微信)问卷调查法；按照问卷传递方式的不同，还可分为报刊问卷调查法、网上在线问卷调查法、邮政问卷调查法和送发问卷调查法。

1.1.1.1 自填式问卷调查法

1. 报刊问卷调查法

报刊问卷调查法是随报刊传递分发问卷，请报刊读者对问卷做出书面应答，并在规定的时间内将问卷通过邮局寄回报刊编辑部的一种书面调查方式。由于被调查人群局限于特定的人群，故此种调查一般仅限于报刊部对特定的问题进行调查。

2. 网上在线问卷调查法

网上在线问卷调查法是调查者将事先编制好的问卷文档上传某种网络平台，向自愿参与的被调查者进行调查的一种网上在线调查方式。由于被调查人群局限于特定的上网人群，故此种调查也仅限于对特定人群的特定问题进行调查。

3. 邮政问卷调查法

邮政问卷调查法是调查者通过邮局向选定的被调查者寄发问卷，请被调查者按照规定的要求和时间答卷，然后再通过邮局将问卷寄还给调查者的一种书面调查方式。一般问卷调查多采用此方式。

4. 送发问卷调查法

送发问卷调查法是调查者派人将问卷送给指定的被调查者，等被调查者填答完，再派人回收调查问卷的一种书面调查方式。由于此种调查表示出了对被调查者的足够尊重，故专家调查多采用此方式。

1.1.1.2 代填式问卷调查法

代填式问卷调查法通常在访问问卷调查法和电话(微信)问卷调查法中使用。

访问问卷调查法和电话问卷调查法，就是调查者按照统一设计的问卷向被调查者当面或通过电话(微信)提出问题，然后再由调查者根据被调查者的口头应答填写问卷的一种代填式问卷调查法。

这几种问卷调查法的利与弊可简略地概括如下，见表 1-1。

表 1-1 几种问卷调查法的利弊

项 目	自填式问卷调查法			代填式问卷调查法	
	报刊问卷 (网上在线问卷调查法)	邮政问卷调查法	送发问卷调查法	访问问卷调查法	电话问卷调查法
调查范围	很广	较广	窄	较窄	可广可窄
被调查者	难控制和选择， 代表性差	有一定控制和选择， 代表性难以估计	可控制和选择， 但过于集中	可控制和选择， 代表性较强	可控制和选择， 代表性较强
影响应答的因素	无法了解、控制和判断	难以了解、控制和判 断	有一定了解、 控制和判断	便于了解、 控制和判断	不便了解、 控制和判断
回收率	很低	较低	高	高	较高
应答质量	较高	较高	较低	不稳定	很不稳定
投入人力	较少	较少	较少	多	较多
调查费用	较低	较高	较低	高	较高
调查周期	较长	较长	短	较短	较短

1.1.2 问卷调查法的特点

问卷调查法不受时空限制，它既可以通过与被调查者见面的现场应答方式，也可以通过网络或电话、邮寄等与被调查者不见面的方式对远距离的被调查者进行调查，有很强的灵活性。

问卷调查法的成本很低，基本费用只有问卷印制费、双向邮寄费等，因此，它为大样本调查的实施创造了有利的条件。很多时候问卷调查法无须被调查者署名，因此，被调查者应答时没有顾虑，容易获得比较客观真实的信息。与其他调查研究方法相比，问卷调查法是一种在获取大量客观信息的同时，又能节省时间和研究经费的经济实惠的研究方法。它可以实现以下功能：

- ① 设计良好的调查问卷重点突出，不但能使被调查者乐于参与其中，还能正确反映研究的问题或调查的目的；
- ② 能如实记录被调查者的应答情况，提供研究所需的正确信息；
- ③ 统一的问卷格式有利于资料的统计和整理，便于量化分析。

1.1.3 问卷调查法的局限性

许多初次使用问卷调查法的研究人员在看其他研究人员用问卷调查法所做的文献资料时，可能认为问卷调查法是一件非常简单的事，似乎不用学习，只要简单模仿即可做问卷设计与调查，但他这样做时却发现，他所设计出来的问卷只是问题的简单堆砌，想到什么就列什么，问卷中会出现与实际研究不相关的问题，而且遗漏的问题还可能很多，整个问卷设计得既不规范，也不系统。

事实上，问卷调查法成功与否，关键在于问卷设计的质量。而问卷设计并不轻松，首先

它很麻烦，要经过很多环节及多次修改才能完成。其次，问卷设计得好坏，会直接影响获取信息的质量，例如，对一些特殊问题的提问方式，如果不经深思熟虑，随意给出，则可能出现被调查者故意回避事实的应答，从而影响信息的准确性；此外，太厚的问卷会使被调查者产生厌烦情绪，导致有去无回，降低问卷的回收率。

所有这些，采用调查问卷的研究人员事先都要有足够的了解，并做好充分的事前准备。

1.2 问卷调查法的一般程序

1.2.1 设计调查问卷

根据研究课题的研究目的，确定本次调查的目的，以调查目的为总目标，将其进行细化，设计出能反映总目标的各层调查内容，即子目标及子目标的子子目标等，在此基础上设计与调查目的相关联的具体可操作的调查问题，再结合专家调查法，来确认所设计问题能否真实地测出调查目的的有效性。然后，进一步筛选、调整问题的内容和数量，按问卷设计的原则，确定问题的措辞、应答方式和编排结构，设计成规范的调查问卷。

1.2.2 选择被调查者

围绕研究目的，确定研究总体，制订抽样框，确定相应的抽样方法，查阅历史资料或进行小范围预抽样，计算出总体离中趋势参数的估计值，确定对应各题精度要求下抽样的样本量，按最大原则确定调查中的最小样本量，然后，用相应的抽样方法确定被调查者。详细的抽样方面的内容参见第 2 章。

1.2.3 预先测试和修订

在确定的小部分被调查者中，先对设计好的调查问卷进行一次预调查，以便对问题的提法和设计的答案进行评估，然后对在预调查中发现的不妥之处再次进行修订。

1.2.4 准备最后的问卷并实施

打印正式的调查问卷，做好最大可能回收问卷的各项准备，确定发放日期、回收日期，整理问卷并对问卷调查结果进行统计分析和理论研究。

1.3 问卷的设计

1.3.1 问卷设计的原则

为能更好地提高问卷调查中所发问卷的回收率、调查效率和应答质量，在做问卷设计时应遵循以下原则。

1.3.1.1 必要性原则

在做调查问卷之前，应先做研究计划，对论文或研究报告中所要涉及的各项论题有一个

全面的了解，只有这样，在做问卷设计时，才可真正做到有的放矢。调查问卷中除少数几个必须涉及背景的题目外，其余题目应与研究主题直接关联。切忌在问卷中出现与研究主题无关的问题。不是必需的问题，不要刨根问底，以免被调查者厌烦，而不予应答。

1.3.1.2 总量控制原则

必须严格控制问卷中问题的数量，要牢记被调查者是没有义务应答你的问题的，他们的时间很宝贵，之所以会应答你的问题，可能是被你的研究目的、研究意义所打动，是你的运气使然和被调查者的礼貌所致，因此要将被调查者的应答时间尽可能控制在 30 分钟以内，且越短越好，所以控制好问题的总量很关键。

1.3.1.3 礼貌性原则

问卷的指导语中要用敬语，要对被调查者的配合表示诚挚的谢意。在调查问卷中，要尽量避免涉及个人隐私或不太可能了解到真实情况的问题，例如询问收入来源的问题、询问运动员是否服用兴奋剂的问题等；还要避免那些会给被调查者带来社会或职业压力的问题，以免使人不满。问题的措辞要礼貌、诚恳，要给被调查者以好感，这能增大被调查者合作的可能性。

1.3.1.4 简便性原则

调查问卷中题目的形式要尽量方便被调查者应答，被调查者应答时无须浪费过多笔墨，更不会感到无从下手，花费很多时间，似乎在做思考题。因此，问题的形式应尽可能为选择题。

1.3.1.5 用词适宜原则

调查问卷中问题的表达风格和用词应与被调查者的身份一致。因此，在题目编制之前，研究者要考虑到被调查者群体的实际情况。如果被调查者的身份具有多样性，则问题的用词要尽量大众化；如果被调查者是青少年、儿童，则问题的用词要活泼、简洁、明快；如果被调查者是专家、学者，那么问题的用词要科学、准确，此时可适当使用一些专业术语。

1.3.1.6 印证可靠性原则

一次成功的问卷调查已不容易，不要指望再重复一次同样的问卷调查。因此，变通的做法是，在问卷中设计一两道较为隐蔽的反向题穿插其中，这样可为分析问卷的可靠性做准备。

1.3.1.7 可行性原则

调查问卷中的问题必须符合被调查者能自愿真实应答的设计原则。凡是被调查者不可能自愿真实应答的问题，以及超越被调查者理解能力、记忆能力、计算能力、回答能力的问题，都不应该正面提出。

1.3.2 问卷的一般结构

为使首次接触问卷调查的读者，对问卷的一般结构有一个感性认识，我们将结合实例，来说明问卷的组成。

问卷的结构一般包括标题、指导语、正文、结束语四个部分。

1.3.2.1 标题

标题是对整个问卷的概括性表述，要用精练、准确的语言反映问卷的目的和内容。例如问卷的标题“北京市民互联网使用情况调查表”，它一目了然地反映了本次调查的目的——了解北京市民使用互联网的基本情况。

1.3.2.2 指导语

指导语又称卷首语，主要说明调查的目的和潜在价值、对被调查者承诺保密，以及提出回答问题的基本要求等。

在指导语中，要以适当的称谓、问候开始，以表达对被调查者的尊重。同时，要简要说明调查人员的来历，调查的内容、目的，以及应答的意义或重要性。要有保密承诺，保证调查结果只用于统计的综合分析，不会涉及被调查者个人资料的对外扩散等，一般用匿名方式进行调查，以消除他们的顾虑。请求被调查者的支持与合作，以及感谢合作，是问卷调查成功的必要保证，所以，说明词的语气一定要谦逊，态度要诚恳，口吻要亲切，文字要简洁明了，具有可读性。在指导语的结尾处，如有必要，应说明问卷交回的方式。

指导语一般放在问卷第一页的上面，也可单独作为一封信放在问卷的前面。

以上就是问卷调查开头的指导语在设计时需要注意的几个要点，依据这些要点设计问卷有助于激发人们参与调查的兴趣。

例如，某校在对学生进行科学素质状况调查时，设计的指导语如下。

尊敬的同学：

您好！我们受学校科协的委托，正在全校范围内对我校同学进行科学素质状况调查，这将有助于科协有针对性地安排下一阶段的科普活动，但这可能要耽误您几分钟的时间，希望能够得到您的大力支持与合作。本调查不记名，请按各题的提示如实填写或选择您认为最符合您现状的选项。完成答卷后，请将调查问卷放入科协办公室门前的信箱中，最终的调查结果将在学校网站上公布。非常感谢您在学习之余，提供您的看法与意见。能倾听您的意见，我们感到十分荣幸。谢谢！

北京 XX 中学学生会
XXXX 年 XX 月

1.3.2.3 正文

问卷的正文是问卷的主体部分，主要包括被调查者信息、调查项目，以及就问卷本身征询被调查者意见的内容。

1. 被调查者信息

被调查者信息属于背景性问题，主要用来了解被调查者个人或/和其家庭的一些基本情况，是对问卷进行分析研究时的重要依据，一般包括被调查者的性别、年龄、职业、受教育程度、父母受教育程度等。了解被调查者的基本信息，旨在分析时对被调查者进行分类，给出不同年龄段、性别、文化程度的群体对待被调查事物的态度差异，甚至针对不同群体多层次、多角度地写出有针对性的调查报告。

例如，被调查者的信息可以设计成如下形式。

您的性别：_____，年龄：_____，职业：_____，目前受教育程度：_____。

2. 调查项目

调查项目是调查问卷的核心内容，指组织单位将所要调查了解的内容，具体化为的一些问题和备选答案。

1) 调查项目中问题的种类

调查项目中的问题大体可分为以下三类。

(1) 客观性问题

客观性问题指已经发生和正在发生的各种事实和行为，如：

你的运动等级是：A. 健将级 B. 一级 C. 二级 D. 三级 E. 其他

(2) 主观性问题

主观性问题指人们的思想、感情、态度、愿望等一切主要世界观状况方面的问题，如：

你喜欢怎样的进修方式？A. 函授 B. 脱产 C. 半年 D. 一年 E. 短训

在下列牌号牙膏中，请根据您喜爱的程度，以序号1，2，3，4，5，6，7进行排序。

A. 洁银() B. 黄芩() C. 中华()

D. 两面针() E. 美加净() F. 芳草() G. 永南双氟()

(3) 检验性问题

检验性问题为检验应答是否真实、准确而设计的问题，一般安排在问卷的不同位置，通过互相检验来判断应答的真实性和准确性。

2) 问题的结构

问题的结构指调查项目中问题的排列组合方式，是问卷设计中的另一个重要课题。为便于被调查者应答问题，同时也便于调查者对资料进行整理和分析，设计的问题一般可采取以下几种排列方式。

(1) 问题要有序出现

要按问题的性质或类别进行排列，不要把不同性质和类别的问题混杂在一起。

(2) 要按问题的难易程度进行有序排列

一般而言，要先易后难，由浅入深；先客观性，后主观性；先一般性，后特殊性。特别是敏感性强的问题，更要安排在问卷的后面。

(3) 要按问题的时间先后顺序排列

一般而言，要按调查事物的过去、现在、将来的历史顺序排列问题。无论是由远及近还是由近及远，问题的排列在时间顺序上都应该有连续性、渐进性，而不应该来回穿梭，影响被调查者回答问题的思路。

(4) 问题的排列要有逻辑性

在特殊情况下，也不排除对某些问题做非逻辑安排。检验性问题也应设计在问卷的不同部位，否则难以起到检验作用。

3) 问题表述的原则

(1) 单一性原则

一个题项只询问一个问题，不能兼问。

例如，“你是否赞成增加高中的学术性课程并实行教师竞争上岗制度？”这是一道复合题，有违单一性原则，应该拆分成两个单一性问题分别表述。又如：

你和配偶的文化程度是：

A. 小学及以下 B. 初中 C. 高中 D. 大专及以上

这也是在一个问题中同时询问两个人的情况，会让应答者无法应答。

(2) 通俗性原则

问题的表述力求简单明了，避免使用模糊的或专业技术性很强的术语，避免应答者可能不明白的俗语或生僻的用语。例如，“你对 PPO 的意见是什么？”对于物理学家或医院管理者这类专业人员而言，优先提供者组织 (Preferred Provider Organization) 的缩写 PPO 的含义可能很清楚，但对一般公众而言，可能由于不知道 PPO 的含义而被迫放弃对本题的应答，更有可能由此产生对本问卷的反感。

(3) 准确性原则

措辞要准确、完整，不要模棱两可。例如，经常询问的收入问题应对收入的内容进行界定，是税后收入还是税前收入？是否包括第二职业收入、投资收益、转移收入？等等。

(4) 中立性原则

调查者要尽量运用中性词，避免使用导向性或暗示性语言，用语必须保持中立。所提出的问题应该避免隐含某种假设或期望的结果，避免题目中体现出某种思维定式的导向。如：

湿地保护很重要，你认为有进行湿地保护的必要吗？

A. 有 B. 没有 C. 说不清

这种带有明显诱导性的问题是不应该出现在问卷中的。

另外，不要用“你愿意……吗？”“你会干……吗？”这样的句型，而应用“你是否愿意……？”“你会不会干……？”这样的句型。

(5) 简明性原则

调查问卷中每个问题都应力求简洁而不繁杂、具体而不含糊，文字通俗易懂，不使用生涩字眼，以免超出被调查者的理解能力，要尽量使用简短的句子。

例如，某保险公司调查顾客对本公司业务的印象时，在问卷中询问：

请问您对本公司的理赔时效是否满意？ A. 满意 B. 不满意

请问您对本公司的展业方式是否满意？ A. 满意 B. 不满意

这看起来符合简明性原则，但问题中的“理赔时效”和“展业方式”对公众而言是陌生的，超出一般被调查者的理解能力，即便得到答案，也没有太大意义。

再如，“请您估计一下，您平均一个月在音像制品上花多少钱？”看似简明，但常用词语“音像制品”的范围太大，被调查者会对其所含物品种类产生异议，另外，这里的“花多少元钱”，可以指购买，也可以指租借，不同人的理解不同。

(6) 定量准确原则

如果要收集数量信息，则应要求被调查者答出准确的数量，不要使用通过运算才能得到数量的概念(如平均数)。

例如，“在您的班级中六岁入学的有_____人”，这可使您获取班级中六岁入学儿童的准确数量，但如果用“在您的班级里学生平均_____岁入学”，则很可能无法得到准确信息。

(7) 非否定性原则

非否定性原则指要避免使用否定句形式表述问题，如：

我从不迟到：A. 是 B. 否

当偶然迟到时，答案也只能选B，但这与经常迟到是有极大区别的。

4)特殊问题的表述方式

特殊问题指关于被调查者的私人问题，或不为一般社会道德所接纳的行为或态度，或有碍个人声誉的问题。一般不问，如果要问也不宜直接询问，须做如下特殊处理。

(1)释疑法

在问题前面写一段消除疑虑的功能性文字，如：

本调查采用无记名方式，因此，您不用担心会泄露您个人的应答结果。

(2)假定性

用一个假言判断作为问题的前提，然后再询问被调查者的看法，如：

当看到路边有人抢劫时，往往有不少人，包括我自己都不敢上前捉拿抢劫犯，如果遇上的是你，那你会和我一样吗？

A. 是 B. 否

(3)转移法

把应答问题的人转移到别人身上，然后再请被调查者对别人的应答做出评价。

例如，在调查运动员对服用兴奋剂的看法时，如果直接提问，则答案就是一致的，都会认为不能服用。因此，必须转换一种问法，转移其注意力后，方有可能了解运动员的真实想法。

现在社会上流行一句话“查出来的是兴奋剂，查不出来的就是高科技”，对此，您的评价是：

A. 有道理 B. 说不清楚 C. 没有道理

(4)模糊法

对某些敏感问题设计一些比较模糊的答案，以便被调查者做出真实的应答。

例如，在调查大学生上大学期间是否有过作弊经历时，设计如下问题：

A. 您在上大学期间是否有过作弊经历？ B. 您的出生月份是6月吗？

答题要求：两个问题中有一个答案为是的，请答“是”，否则答“否”。

5)应答的基本类型

对问题的应答有三种基本类型，即开放型应答、封闭型应答和混合型应答。

(1)开放型应答

开放型应答指对问题的应答无须研究者事先提供任何具体答案，而完全由被调查者自由填写的一种应答设计方式。

开放型应答的最大优点是，具有很强的灵活性和适应性，因此特别适合于答案比较复杂、事先无法确定各种可能答案的问题。它有利于发挥被调查者的主动性和创造性，使他们能够自由表达意见。相对而言，开放型应答比封闭型应答能提供更多的信息，有时还能得到一些具有启发性的答案。但开放型应答也有缺陷，那就是答案五花八门，标准化程度较低，整理和分析比较困难。由于它要求被调查者有较强的文字表达能力，而且要花费较多时间来思考、填写，所以有可能降低问卷的回收率和有效率。

(2)封闭型应答

封闭型应答指将问题的几种主要答案，甚至一切可能的答案全部列出，然后由被调查者从中选取一种或几种答案作为应答的一种应答设计方式。一般要对应答方式做某些指导或说明，这些指导或说明多用括号括起来，附在有关问题的后面。

封闭型应答常用的有以下几种方式。

① 填空式，它是在问题后面的横线上或括号内填写答案的应答方式。如：

您的性别：（ ）。

- A. 男 B. 女

② 列举式，是在问题后面设计若干条填写答案的横线，由被调查者自己列举答案的应答方式。如：

您对幸福的理解是_____。

③ 选择式，是列出多种答案，由被调查者自由选择其中一项或多项答案的应答方式。如：

您每月用在健身方面的开支：

- A. 50 元以下 B. 大于等于 50 元且小于 100 元
C. 大于等于 100 元且小于 150 元 D. 大于等于 150 元且小于 200 元
E. 200 元及以上

④ 排序式，是列出若干种答案，由被调查者给各种答案排列先后顺序的应答方式。如：

对下列品牌牙膏，请根据您的喜爱程度，以序号 1，2，3，4，5，6，7 进行排序。

- A. 洁银（ ） B. 黄芩（ ） C. 中华（ ）
D. 两面针（ ） E. 美加净（ ） F. 芳草（ ） G. 永南双氟（ ）

⑤ 等级式，是列出不同等级的答案，由被调查者根据自己的意见或感受选择答案的应答方式。如：

您对莫言的作品：（ ）。

- A. 非常喜欢 B. 很喜欢 C. 喜欢
D. 不太喜欢 E. 很不喜欢 F. 非常不喜欢

⑥ 矩阵式，是将同类的几个问题和答案排列成一个矩阵，由被调查者对比着进行应答的方式。如：

（填写说明）假设指标 A_k 的下层指标的元素是 $B_1, B_2, \dots, B_n$ ，按照对上层指标 A_k 的相对重要性赋予 $B_1, B_2, \dots, B_n$ 相应的权重。针对上层指标 A_k ，下层两个因素 B_i 和 B_j 哪个重要？重要多少？需要您赋值如下：若 B_i 和 B_j 同等重要，您就在相应的空里填 1；若 B_i 比 B_j 稍重要，您就在相应的空里填 3……若 B_i 和 B_j 相比，等级差别介于同等重要和稍重要之间，您就在相应的空里填 2……指标 i 与指标 j 重要性之比为 a_{ij} ，则指标 j 与指标 i 重要性之比为 $1/a_{ij}$ 。（具体操作中的解释见表 1-2。）

表 1-2 标度 1~9 的含义

标 度	含 义
1	两个指标相比，同等重要
3	两个指标相比，一个比另一个稍重要
5	两个指标相比，一个比另一个重要
7	两个指标相比，一个比另一个明显重要
9	两个指标相比，一个比另一个绝对重要
2,4,6,8	两个指标相比，差别在上述两个相邻等级之间，取中间值
取倒数 ($1, \frac{1}{2}, \frac{1}{3}, \frac{1}{4}, \frac{1}{5}, \frac{1}{6}, \frac{1}{8}, \frac{1}{9}$)	若指标 i 与指标 j 重要性之比为 a_{ij} ，则指标 j 与指标 i 重要性之比为 $1/a_{ij}$

对于总目标——普通高校高水平田径运动队评估指标体系值 A，其一级指标 B 层之间相对影响程度的比较矩阵〔即(A-B)〕为

排序位	A	B1	B2	B3	B4	B5	B6
	B1：组织领导						
	B2：运动队管理						
	B3：教练员队伍建设						
	B4：条件保障						
	B5：办队效果						
	B6：校园体育文化建设						

⑦ 表格式，是将同类的几个问题和答案列成一个表格，由被调查者应答的方式。如：请在下述各项上，给自己的水平 and 能力进行如实的评价(在选择项上打√)。

	很好	较好	一般	不好	很不好
专业知识水平					
计算机水平					
英语水平					
语言表达能力					
示范能力					
教学训练能力					

封闭型应答的答案是预先设计的、标准化的，因此它不仅有利于被调查者正确理解和高效率地应答问题，提高问卷的回收率和有效率，而且有利于对应答进行统计和定量分析。封闭型应答还有利于询问一些敏感问题，被调查者对这类问题往往不愿写出自己的看法，但对已有的答案却有可能进行真实的选择。

同样，封闭型应答也有缺陷，例如，对于比较复杂的、答案很多或不太清楚的问题，很难进行完美设计。一旦设计有缺陷，被调查者将无法正确应答问题；另外，它的应答方式比较机械，难以适应复杂的情况，难以调用被调查者的主观能动性。

(3) 混合型应答

混合型应答指将封闭型应答与开放型应答结合起来的一种半封闭、半开放的应答类型。这种应答方式不但集开放型应答和封闭型应答的优点于一身，还避免了二者的缺点，因而具有非常广泛的用途。

6) 选项设计的原则

答案的设计与问题的提问方式有直接关系，在不同的提问方式下，设计选项时应注意以下几个原则。

(1) 相关性原则

设计的答案与问题必须具有相关关系，不能张冠李戴。如：
你喜欢怎样的进修方式？

- A. 函授 B. 脱产 C. 半年 D. 一年 E. 短训

该问题的答案之间界限模糊，有的根据时间分，有的根据是否脱产分，总体上与进修方式不全关联，属于张冠李戴，令被调查者无从下手。如果根据是否脱产来分，设计成“A. 在职 B. 脱产”，就具有相关关系了。

(2) 同层性原则

设计的答案必须具有相同层次的关系。如：

您对手机的了解渠道：()。

- A. 电视 B. 报纸 C. 网络 D. 同学或朋友之间的互相交流
E. 宣传单 F. 宣传活动 G. 卖场广告 H. 其他

(3) 选项互斥性原则

选项之间不能出现相互重叠、相互包含或交叉的情况，即对同一个问题，只能有一个选项适合被调查者。如：

您在学校的职务：()。

- A. 行政领导 B. 科室主任 C. 教师 D. 工作人员 E. 其他

由于“双肩挑”情况的存在，对某些人而言，本题中的前三个选项就可能存在交叉的问题。又如：

您每月用在健身方面的开支：()。

- A. 50 元左右 B. 100 元左右 C. 150 元左右 D. 200 元左右 E. 高于以上数字

如果您的每月开支正好为 75 元，就难以在 A、B 两项中选择了。因此，正确的提法应为“A. 50 元以下 B. 大于等于 50 元且小于 100 元 C. 大于等于 100 元小于且 150 元 D. 大于等于 150 元且小于 200 元 E. 200 元及以上”。

(4) 选项穷尽原则

选项在逻辑上应是排他的，在可能性上应是穷尽的。因此，所列出的选项应包括所有可能的情况，不能有遗漏，不至于出现部分被调查者因为所列答案中没有合适的选项而放弃应答的情况。对于无法穷尽的问题，可以在列出的若干选项后加上“其他”或“其他(请说明_____)”。

你的婚姻状况：()。

- A. 已婚 B. 未婚

本题与“你是否结过婚：()。A. 是 B. 否”是不等价的，在婚姻状况中，已婚和未婚只是可能选项中的两种，而非全部，把“离婚”“丧偶”两种情况考虑进来才是全面的，否则将导致部分被调查者无法应答，使得有效信息流失。

为避免选项中没有穷尽的情形出现，虽然可加“其他”来弥补，但须注意，若一项调查结果中选择“其他”的比例较高，则说明选项设计得不恰当，有些重要的具有普遍性的类别没有一一列出，难以达到调查目的，应考虑重新设计选项。

(5) 对称性原则

在提供带有对比性的选项时，要全面考虑，避免片面化，否则设计出的问卷无法客观反映被调查者的观点和态度。特别是在遇到有对比意义的选项时，设计的选项数目要对称，应为奇数，这样可防止误导。

例如，询问消费者关于某一滋补保健品的效果时，选项可以设计成如下对称性五段量表：

- A. 好 B. 较好 C. 一般 D. 较差 F. 差

但如果将选项设计成：

- A. 很好 B. 好 C. 较好 D. 一般 F. 差

那么它就是非对称性量表了。一般不这样设计。

(6) 非诱导性原则

非诱导性原则指选项要设置在中性位置，没有提示语，用词不会影响被调查者独立、客观地进行应答。如：

你认为这种化妆品对你的吸引力在哪里？

- | | | | |
|-------|-------|---------|-------|
| A. 色泽 | B. 气味 | C. 使用效果 | |
| D. 包装 | E. 价格 | F. 容量 | G. 其他 |

这种设置是客观的。若换一种选项设置，如：

- | | | |
|----------|----------|----------|
| A. 迷人的色泽 | B. 芳香的气味 | C. 满意的效果 |
| D. 精美的包装 | E. 低廉的价格 | |

则这种选项的设置就具有了诱导性和提示性，从而在不知不觉中掩盖了事物的真实性。

(7) 可能性原则

选项必须是被调查者能够应答且愿意应答的。如：

您家属于以下哪种类型：

- | | | | | |
|---------|---------|---------|---------|-------|
| A. 核心家庭 | B. 单身家庭 | C. 联合家庭 | D. 主干家庭 | E. 其他 |
|---------|---------|---------|---------|-------|

选项中出现了较多不为一般被调查者所了解的概念，被调查者有概念考试的感觉，很可能选择不回答，故该答案选项不满足可能性原则。

(8) 梯度性原则

在问卷中涉及渐进性的问题时，应该设计若干具有梯度的选项，而且梯度间距应该合理。如：

你去年阅读了几部长篇小说？（ ）

- | | | | |
|--------|-----------|------------|-----------|
| A. 0 部 | B. 1~10 部 | C. 11~20 部 | D. 21 部以上 |
|--------|-----------|------------|-----------|

初看起来，本题的答案是梯度递进的，似乎满足梯度性原则，但选项之间梯度太大，所以绝大多数被调查者可能选择前两项。而选项 B，1~10 之间间距太大，对于估算一年究竟阅读了多少部长篇小说，它也无太大实际意义。所以，应该缩小间距。可以考虑将选项改为“A. 未读或不足 1 部 B. 1~2 部 C. 3~4 部 D. 5 部以上”。

7) 编码

对每份问卷和问卷中的每个问题、每个答案编定唯一的代码，并以此为依据对问卷进行数据处理。

编码的主要任务：

- ① 给每份问卷、每个问题、每个答案确定唯一的代码；
- ② 根据被调查者、问题、答案的数量编定每个代码的位数；
- ③ 设计每个代码的填写方式。

1.3.2.4 结束语

结束语在调查问卷最后，简短地向被调查者强调本次调查活动的重要性并再次表达谢意，如：

为了保证调查结果的准确性，请您如实回答所有问题。您的回答对于我们得出正确的结论很重要，希望能得到您的配合和支持，谢谢！

此外，对于大型的问卷调查，还应附上调查者信息，用来证明调查作业的执行、完成和

调查人员的责任等情况，便于日后进行复查和修正。一般包括调查者姓名、电话，调查的时间、地点，以及被调查者当时的配合情况等。

1.4 提高问卷回复率的基本技巧

一份设计良好的调查问卷，在很大程度上可以影响问卷的回复率和有效率，但影响回复率的因素远不只问卷设计质量这一个，所以，只有设计质量高的调查问卷还不行，调查者还须从以下几方面努力，来达到提高问卷回复率的目的。

① 要选好课题。课题的吸引力本身就能影响被调查者的回答兴趣和愿望，因而对回复率有重大影响。

② 调查方式对问卷的回复率有重大影响，要重视。实践表明，报刊问卷的最终回复率仅在 10%~20%之间，邮政问卷的最终回复率也只有 30%~60%，电话问卷的最终回复率一般可达 50%~80%，而访问问卷和送发问卷的最终回复率接近 100%。因此，应尽可能采取电话问卷、访问问卷和送发问卷的方式进行调查。

③ 要争取由名师推荐或争取知名度高、权威性大的机构支持。问卷调查主办者的权威性和知名度，会影响被调查者对问卷调查的信任程度和回答意愿。

④ 在送发问卷中，最好把贴好邮票的回寄的信封准备好，随信准备一些小礼物更好。

1.5 一般调查问卷的效度检验

效度是一个来自测量学的概念，指测量工具的精度；在问卷调查中，通常指问卷的有效性和正确性。

前面提到的量表、试题等特殊形式的“问卷”，实际上是当作测量工具来使用的，它们使用无形的、内在的一种特定“尺子”来测量被调查者内在的特定方面的特征，或测量被调查者某个领域知识面的宽窄、认知能力的高低等。量表测试精度可利用被调查者外在的行为特征来加以验证，而试题测试精度则可通过测试各知识点的题项与课程大纲中要求的各知识点的吻合程度来加以比对。

心理学量表设计专家 Spitzer 教授提出，如果满足以下 5 个条件，问卷就是有效的：

- ① 问卷有内容效度和结构效度；
- ② 在问卷制订阶段请有关人员提出宝贵意见，供修改和提高内容效度；
- ③ 问卷经过反复使用，证明了其可靠性；
- ④ 如果有金标准存在，则以金标准为准；
- ⑤ 无金标准时，由判别效度代替。

这里提到的问卷不是普通意义上的问卷，而是专用的心理学量表问卷，各题项对应的选项是可以用分值 1, 2, 3, 4, 5 来加以度量的。

通常，被调查者在量表或试题上的得分高低本身并不能反映量表或试题的精度，被调查者在某个题项上的得分，只能反映量表或试题中的题项有没有区分度。

一把尺子能不能测长度，与其测试的精度是两个不同的概念。在不同地区的两人，使用刻度标准相同的尺子测量后，我们一定会知道两人谁高谁矮，但两人究竟多高，两人身高究

竟相差多少，涉及用于测量的尺子的精度问题，与被调查者本身的高矮无关。测量尺子的精度只有通过公认的、标准尺度的刻度进行比对，才能加以核实。

在一般的调查问卷中，很多题项只是为了了解被调查者对某个特定事物的主观看法等，而非被调查者内在的、固有的、客观的气质、性格特征等，各题项中的选项，通常不能转换成分值来测度，因此，常见于量表、试题中评价效度的方法，对一般调查问卷中的多数题项并不一定适用。

一般的调查问卷，不是用来做量表或试题的，所以，我们更多关注的是问卷本身可能会对调查者产生的影响，“通过这张问卷能不能得到被调查者真实的应答”是问卷调查的关键。如果你(问卷设计者)、问卷设计方面的专家、使用方(将来使用这张问卷调查者)都确信“能”，那么，这张问卷就是有效的。

一般调查问卷，从初稿、预调查到定稿，一般要经过多次修改、补充和完善，这期间专家的帮助必不可少，因此，对一般调查问卷信度检验最有效的办法，目前仍为专家评定法，尚无其他捷径可走。

一般调查问卷信度检验主要包括以下两方面。

(1) 表面效度

通俗而言，表面效度是指，你提供给专家检验的一般调查问卷，从问卷表面的文字、一般结构来看，是否符合 1.3.1 节中间卷设计的原则，是否符合 1.3.2 节中间卷的一般结构的要求，像不像一张标准的调查问卷。

(2) 内容效度

内容效度又称逻辑效度，是指一般调查问卷中所提出的问题与研究主题的适当性与相符性。你想测定距离，但你拿的是秒表，即使测出了距离，所测距离的有效性也是难以保证的。

问卷设计者在请专家评定的调查问卷中，应清晰地指出，向被调查者发放的一般性调查问卷主要用来剖析研究主题的哪些方面，以及所要剖析的研究主题的各个方面与一般调查问卷中题项的对应关系。

专家根据其独有的经验，来判定一般调查问卷中所列题项是否能够真正反映研究主题的各个方面，以及对应各个方面的题项的构成比是否恰当。

思 考 题

1. 简述问卷调查的种类及其特点。
2. 简述问卷调查的一般程序。
3. 试述问卷调查应遵循的基本原则。
4. 简述问卷的一般结构。
5. 何谓问题结构？设计的问题一般可采用几种排列方式？
6. 问题表述时应遵循哪些原则？
7. 封闭式回答中有哪些常见的方式？
8. 设计答案时，应遵循哪些原则？
9. 简述提高问卷回复率的基本技巧。
10. 一般问卷调查的信度检验主要包括哪些方面？