

پیمایش تلفنی

مارضا خوشگویان فرد

مرکز پژوهش و سنجش افکار صداوسیما

سرشناسه:	خوشگویان فرد، علیرضا، ۱۳۵۴
عنوان و نام پدیدآور:	پیمایش تلفنی، علیرضا خوشگویان فرد
مشخصات نشر:	تهران: صداوسیما جمهوری اسلامی ایران، مرکز پژوهش و سنجش افکار، ۱۳۹۵.
مشخصات ظاهری:	۷۶ ص.
شابک:	۳-۵۴-۷۳۷۸-۹۶۴-۹۷۸-۹۰/۰۰۰ ریال
وضعیت فهرست‌نویسی:	فپا
یادداشت:	فهرست‌نویسی کامل این اثر در نشانی: http://opac.nlai.ir قابل دسترسی است.
شناسه افزوده:	صداوسیما جمهوری اسلامی ایران، مرکز پژوهش و سنجش افکار
شناسه ۰۱ ده:	خوشگویان فرد، علیرضا
شماره ثبت‌نام ملی:	۴۱۰۵۴۰۷
ریف دی:	۰۰۱/۴۳۳



پیمایش تلفنی

علیرضا خوشگویان فرد

ویراست: عصمت صفری

طرح: سیده سیه حسینی

صفحه آرایی: یارمحمدی

سال انتشار: ۱۳۹۵

قیمت: ۹۰/۰۰۰ ریال

آماده‌سازی: انتشارات و اطلاع‌رسانی مرکز پژوهش و سنجش افکار

لیتوگرافی و چاپ: ترام اسکندر

کلیه حقوق این اثر متعلق به مرکز پژوهش و سنجش افکار است.

شابک: ۳-۵۴-۷۳۷۸-۹۶۴-۹۷۸

تهران، خیابان ولیعصر، خیابان هتل استقلال، ساختمان اداری جام جم،

طبقه دوم، مرکز پژوهش و سنجش افکار صداوسیما جمهوری اسلامی ایران

تلفن و نمابر: ۲۲۰۱۳۵۸۵

رایانامه: research@IRIB.IR

نشانی پایگاه: www.IRIBresearch.ir

فهرست مطالب

عنوان	صفحه
پیشگفتار.....	۷
فصل اول: آشنایی با پیمایش تلفنی.....	۹
۱- پژوهش‌های کمی.....	۹
۲- روش پیمایشی.....	۱۳
۳- شیوه‌های مختلف تماس.....	۱۶
۴- پیمایش تلفنی.....	۲۰
۵- ویژگی‌های پیمایش تلفنی.....	۲۲
۵-۱- مزایای پیمایش تلفنی.....	۲۲
۵-۲- معایب پیمایش تلفنی.....	۲۶
۶- پیمایش تلفنی در برخی کشورها.....	۲۹
۷- چشم‌انداز کتاب.....	۳۱
فصل دوم: مراحل پیمایش تلفنی.....	۳۳
۱- موضوع پیمایش تلفنی.....	۳۵
۲- پرسشنامه.....	۳۷
۲-۱- طراحی پرسش‌ها.....	۳۷
۲-۲- متن ابتدایی پرسشنامه.....	۳۹
۲-۳- نهایی کردن پرسشنامه.....	۴۳
۳- نمونه‌گیری.....	۴۴

۴۴.....	۳-۱- نمونه گیری از فهرست
۴۵.....	۳-۲- شماره گیری با ارقام تصادفی
۴۶.....	۳-۳- روش میتوفسکی- واکسبرگ
۴۸.....	۳-۴- نمونه گیری فهرست یار
۴۹.....	۴- زمان بندی و هزینه
۵۱.....	فصل سوم: اجرای پیمایش تلفنی
۵۱.....	۱- گفتگوی تلفنی
۵۴.....	۲- نقش رایانه
۵۵.....	۲-۱- گفتگوی تلفنی رایانه یار
۵۶.....	۲-۲- ورود لمسی داده ها
۵۷.....	۳- نظارت
۵۸.....	۳-۱- نظارت بر پرسشگران
۵۹.....	۳-۲- ابعاد دیگر نظارت
۶۰.....	۴- سامانه پیمایش تلفنی
۶۳.....	۵- نرم افزار پیمایش تلفنی
۶۷.....	فصل چهارم: ملاحظات در پیمایش تلفنی
۶۷.....	۱- راه اندازی سامانه پیمایش تلفنی
۷۰.....	۲- تلفن همراه
۷۱.....	۳- پژوهش های روش شناختی
۷۵.....	منابع

پیشگفتا

دهه‌های ۱۹۷۰ و ۱۹۸۰ میلادی دوران طلایی کارآمدی پیمایش تلفنی در امریکا و بخش‌هایی از اروپا و در همین سال‌ها مطالعات روش‌شناختی آن رونق یافت و شکل گرفته. مقاله‌های متعددی منتشر شد و همایش‌هایی برگزار گردید که موضوعات نظری و نمونه‌گیری تلفنی، روان‌شناسی پاسخگویی، ظرفیت‌ها و ویژگی‌های شبکه تلفن ثابت در اجرای پیمایش و مانند آن را مورد توجه قرار می‌دادند. اگرچه این روش‌شناسی نکات ارزشمندی را در اختیار پژوهشگران کشورهای مختلف قرار می‌دهد ولی از نیاز به اجرای پژوهش‌های بومی در این زمینه نمی‌کاهد.

روش پیمایشی بیش از هر روش دیگری به شرایط بومی جامعه بستگی دارد و روش تلفنی به دلیل اتکا به فناوری، بیشتر تحت تأثیر این شرایط است. انتخاب موضوع پیمایش و میزان حساس بودن آن، شیوه طراحی پرسش‌ها، تعامل با پاسخگو یا واکنش پاسخگو به پیمایش به هنجارها، ارزش‌ها و به طور کلی ویژگی‌های فرهنگی و اجتماعی جامعه بازمی‌گردند. همچنین،

هیچ شیوه گردآوری داده‌ای مانند تلفن تحت تأثیر فناوری قرار نگرفته است. پیدایش آن ناشی از همگانی شدن فناوری تلفن ثابت و رشد آن به فناوری رایانه وابسته بود. حتی به چالش کشیده شدن آن در سال‌های اخیر نیز به فراگیری استفاده از دستاوردهای فناوری ارتباطات بویژه تلفن همراه مرتبط است.

این پیچیدگی‌ها، پرداختن به جنبه‌های مختلف این روش را که با وجود چهل و پنج سال استفاده در مراکز پژوهشی و غیرپژوهشی هنوز نوپا به شمار می‌آید، ضروری می‌سازد. از این رو، نویسنده این مجموعه تلاش کرده است بخشی از روش‌شناسی جهانی پیمایش تلفنی را با تجربه‌های چندین سال اجرا در مرکز پژوهش و سنجش افکار یکجا گرد هم آورد و در اختیار علاقه‌مندان قرار دهد. با وجود این، این حوزه به پژوهش‌های گسترده‌تری نیاز دارد تا بینش جامعی از جنبه‌های مختلف پیمایش تلفنی فراهم کند.

مرکز پژوهش و سنجش افکار صداوسیما