

**SVEUČILIŠTE U SPLITU  
FILOZOFSKI FAKULTET**

Odsjek za sociologiju  
PREDMET: **Sociološke metode**  
Akademska godina 2007./2008.

STUDENTICA: Antoanela Bakić

**PROCES IZRADE ANKETE**

**(metodološki esej)**

recenzentice: prof. dr. Anči Leburić (Filozofski fakultet u Splitu)  
Marija Lončar, asistentica (Filozofski fakultet u Splitu)

Esej je recenziran 25.11.2008. i postavljen na službenoj web stranici Odsjeka za sociologiju  
Filozofskog fakulteta u Splitu  
([www.ffst.hr/dokumenti/izdavastvo/studentski/sociologija/index.htm](http://www.ffst.hr/dokumenti/izdavastvo/studentski/sociologija/index.htm))

Naizgled jednostavno, često upotrebljavano, privlačno, pa čak i atraktivno, anketiranje krije svoju kompleksnost i slojevitost.

Izrada ankete, kao faza anketnog istraživanja, jednako je zahtjevna kao i proces kojemu pripada. Nakon izbora predmeta istraživanja, postavljanja glavnoga cilja, te njegovih podciljeva, određivanja populacije i promišljanja načina utvrđivanja uzorka, istraživač počinje s izradom ankete. Za formiranje kvalitetne ankete nužno je promisliti koga anketiramo i koji su nam ciljevi svakog postavljenog pitanja. Bez obzira je li riječ o pitanjima otvorenoga ili zatvorenoga tipa, zahtjevi su jednaki: jasnoća, nedvosmislenost, nesugeriranje odgovora...

Ukoliko vremenski i financijski činitelji dozvole izradu pilot ankete, otvorit će se mogućnost korekcije anketnih pitanja, što će utjecati na podizanje razine kvalitete cijeloga procesa. Valjano testiranje svakog pojedinog pitanja daje smjernice za preformulaciju pitanja, povećanje distribucije ponuđenih odgovora, uvođenje mjernih instrumenata...

U slučajevima kada tema ankete nije zanimljiva ispitanicima ili je smatraju nevažnom, predugom i sl., što utječe na odaziv anketi, pred istraživačem je težak zadatak. Nije jednostavno sastaviti kratku i zanimljivu anketu kojom ćemo dobiti sve relevantne podatke. Preko niza, naizgled, nevažnih detalja ispitanik stvara vlastitu sliku o procesu u kojem sudjeluje, o čemu ovisi njegova motiviranost za sudjelovanjem. Uvodno objašnjenje svrhe istraživanja, tematski poredana pitanja od općih preko direktno vezanih za temu do

onih koja služe za rezimiranje, i zahvala za sudjelovanje, preduvjeti su kvalitetnoj anketi, ali nisu dovoljni za njen potpuni uspjeh. Zaintrigirati ispitanika i održati motivaciju tijekom cijele ankete, najkompleksniji je dio izrade ankete koji zahtjeva kreativnost istraživača koja graniči s umjetnošću. Grafička obrada teksta ankete često je zanemareni element, čiji se potencijal nedovoljno koristi.

Kodiranje pitanja i odgovora, čimbenik je koji pojednostavljuje i ubrzava računalnu obradu dobijenih podataka, ali i cijeli istraživački proces, istovremeno stvarajući iluziju o jednostavnosti anketnog istraživanja.

Anketa, kao metoda izbora u istraživanju stavova i mišljenja velikih populacija, daje presjek stanja u društvu ili u nekim društvenim grupama. Spomenute karakteristike objašnjavaju razloge njenog čestog korištenja u komercijalnim istraživanjima. Tiskani mediji nisu slučajno preplavljeni rezultatima anketnih istraživanja, jer šarenilu tabličnih i grafičkih prikaza njihovih rezultata teško može odoljeti čitatelj nenamjernik. Koliko će anketa, pa i cijeli taj proces biti korektni, ovisi o istraživačevim sposobnostima. Organizacijske sposobnosti, komunikacijske vještine, mudrost, racionalnost, a prije svega kreativnost, brzina i teoretska «potkovanost», preduvjeti su da istraživač postane vrstan praktičar. Bez obzira je li riječ o znanstvenom ili komercijalnom istraživanju, (eventualni) nedostatak etičnosti, neadekvatne analize podataka i izvođenje zaključaka, potkopavaju stavove javnosti o primjeni anketa, što u budućnosti može umanjiti zanimanje tih javnosti za rezultate anketnih i drugih sličnih istraživanja.