

调研工具箱丛书之四 (美) 琳达·B·鲍克 (Linda B. Bourque) 著
伊夫·P·菲尔德 (Eve P. Fielder)

郭江山 译

如何实施 电话调查

How to Conduct Telephone Surveys

(第二版)



 中国劳动社会保障出版社

调研工具箱丛书之四

如何实施 电话调查



How to Conduct Telephone Surveys

调研工具箱丛书

调查手册 / 阿琳·芬克 著

如何设计调查问题 / 阿琳·芬克 著(美)

自填式问卷调查和邮寄问卷调查 / 琳达·B·鲍克 伊夫·P·菲尔德 著

如何实施电话调查 / 琳达·B·鲍克 著

如何实施面访调查 / 萨拜因·默滕斯·奥伊什 著

如何设计调查研究 / 阿琳·芬克 著

如何抽样 / 阿琳·芬克 著

问卷调查心理测验学 / 马克·S·利特维 著

如何管理、分析和解读调查数据 / 阿琳·芬克 著

如何报告调查结果 / 阿琳·芬克 著

责任编辑	梁雨聆
责任校对	王红樱
封面设计	刘林林
版式设计	沈悦

ISBN 7-5045-4517-1



9 787504 545176 >

ISBN 7-5045-4517-1/F·886 定价: 26.00 元



调研工具箱丛书之四 (美) 琳达·B·巴克 (Linda B. Barker) 著
伊夫·P·菲尔德 (Eve P. Fielder)

郭江山 译

如何实施 电话调查

How to Conduct Telephone Surveys

(第二版)



新华书店

中国劳动社会保障出版社



中国劳动社会保障出版社

地址：北京市西城区德胜门内大街2号

图书在版编目(CIP)数据

如何实施电话调查/ (美) 鲍克 (Bourque, L. B.),
(美) 菲尔德 (Fielder, E. P.) 著; 郭江山译. —北京:
中国劳动社会保障出版社, 2004

调研工具箱丛书

书名原文: How to Conduct Telephone Surveys

ISBN 7-5045-4517-1

I. 如… II. ①鲍…②菲…③郭 III. 电话-调查方
法 IV. C31

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2004)第 041047 号

Copyright © 2003 by Sage Publications, Inc.

This translation of How to Conduct Telephone Surveys is published by
arrangement with Sage Publications, Inc., 2455 Teller Road, Thousand
Oaks, California 91320 USA.

北京市版权局著作权合同登记号: 图字 01-2003-4709

中国劳动社会保障出版社出版发行

(北京市惠新东街 1 号 邮政编码: 100029)

出版人: 张梦欣

*

北京市艺辉印刷有限公司印刷装订 新华书店经销
850 毫米×1168 毫米 32 开本 11.875 印张 216 千字

2004 年 6 月第 1 版 2005 年 7 月第 2 次印刷

定价: 26.00 元

读者服务部电话: 010-64929211

发行部电话: 010-64911190

出版社网址: <http://www.class.com.cn>

版权专有 侵权必究

举报电话: 010-64911344

致 谢

我们要感谢阿琳·芬克 (Arlene Fink) 邀请我们参与这套丛书的编写工作, 她对本书初稿提出的见解使我们受益匪浅。我们要特别感谢 Northridge 研究的项目主任 Kimberley I. Shoaf 博士; 感谢 Trinet 研究的项目主任 Deborah Riopelle; 感谢 Jay Summer 博士给第 5 章提供的帮助; 感谢 Carrie Casteel 博士为我们创作了图 5.4; 感谢来自南加州防止伤害中心 (SCIPRC) 的 David Watson, 他协助我们完成了对本书一些插图、建议阅读文献以及文字的定稿等的事务性工作; 对于给我们提供各种帮助 (包括保证我们咖啡的不间断供应) 的人们, 我们要感谢 Larry Chu 博士、Marizen Ramirez 博士, 以及来自南加州防止伤害中心的 Tom Rice、来自公众健康与灾害中心 (Center for Public Health and Disasters) 的 Caroline Sauter 博士和来自社会科学研究院的 Tonya Hays。我们还要感谢南加州防止伤害中心主任 Jess F. Kraus 博士, 在本书的写作过程中,

如何实施电话调查

她为作者提供了自由发挥的空间。

Loma Prieta 研究所需资料的收集是在国家科学基金（第 BCS-9002754 号）的资助下完成的。Northridge 地震研究所需资料的收集和整理是在国家科学基金（第 CMS-9416470 和 CMS-9411982 号）以及洛杉矶郡卫生服务局（采购单号 R416470、拨款号 953124）的资助下完成的。Trinet 研究得到了 EQE 国际组织（分包合同号 G5934）以及加州理工学院（分包合同号 G3068）的资助。

目 录

学习目标	(1)
第 1 章 电话调查概览	(3)
一、电话调查的类别	(4)
1. 资料收集所需的时间	(5)
2. 样本选择的范围	(8)
3. 资料收集的方法	(9)
二、电话调查的优势	(13)
1. 抽样	(13)
2. 问卷制作	(19)
3. 对被访者的控制	(23)
三、电话调查的不足	(25)
1. 成本	(25)
2. 抽样	(26)
3. 执行过程	(27)

目 录

4. 时间问题	(28)
5. 敏感话题	(28)
四、电话调查举例	(30)
1. 社区调查	(30)
2. Trinet 研究	(32)
第2章 调查问卷的内容	(34)
一、利用问卷收集资料的种类	(34)
二、适当使用电话调查	(35)
1. 电话普及率	(36)
2. 对被访者的激励	(36)
3. 研究问题的适用性	(37)
是否进行电话调查清单	(53)
三、问卷内容的形成	(53)
1. 采用标准的问题集	(55)
2. 对现有问题集做某些修改	(62)
3. 设计新的问题集	(69)
问卷内容取舍指南	(72)
第3章 人性化问卷与答案类别	(73)
一、问卷制作	(74)
1. 问题简洁且有针对性	(74)
2. 措辞通俗易懂	(77)
3. 避免使用模糊的修饰语	(78)
4. 避免使用俚语、抽象概念和行话	(79)

目 录

5. 问题排列由易到难	(83)
6. 注意问题的逻辑性	(86)
7. 人口统计问题的位置	(89)
问卷制作清单	(95)
二、开放式问题与封闭式问题	(96)
1. 部分开放式问题	(97)
2. 何时采用开放式问题	(100)
三、回答类别的划分	(103)
1. 答案分类要易于使用	(105)
2. 答案分类要完整	(108)
3. 答案分类要相互独立	(109)
4. 多项选择的答案	(110)
5. 剩余的“其他”类答案	(112)
6. 对有关态度和观点问题的中性回答	(114)
7. “不知道”类别	(117)
回答类别划分的清单	(118)
四、清晰充分的答题指导	(119)
1. 一般性指导	(119)
2. 有针对性的指导	(130)
3. 研究或问卷说明	(133)
编写指导清单	(138)
编写说明清单	(139)
五、确保被访者正确理解调查者的意图	(140)

目 录

尽量避免偏差的清单	(143)
六、问卷的预测试、试访和修改	(144)
1. 基于先前研究的问卷	(144)
2. 新制作的问卷	(145)
3. 预测试和试访的重要性	(148)
实施预测试和试访的清单	(150)
第4章 问卷的样式	(151)
一、长度	(152)
二、可读性	(154)
三、使用竖直版式	(155)
四、可用空间	(161)
五、印刷和纸张	(162)
六、一致性	(163)
七、将一个问题分隔在两页	(164)
选择问卷样式清单	(166)
八、资料录入人员与整理人员的协调	(167)
九、问卷的结尾	(169)
十、定稿待印的问卷	(169)
问卷定案清单	(170)
十一、对被访者的激励和一致性	(170)
1. 使用信头	(172)
2. 关于主办方的信息	(172)
3. 标明日期	(173)

4. 问候致谢	(173)
5. 研究目的	(174)
6. 个人参与的重要性	(174)
7. 没有通知信也能激励被访者	(174)
8. 激励被访者参与的手段	(177)
9. 正确估计访谈所需的时间	(180)
10. 选择被访者的原因和方法	(186)
11. 关于资料的保密性	(187)
12. 提供与调查有关人员的姓名及电话号码的 信息	(188)
激励被访者和书写通知信的清单	(189)
第5章 总体与样本	(190)
一、总体还是样本	(191)
二、样本类别	(193)
1. 概率样本	(193)
2. 系统样本	(207)
3. 非概率样本	(208)
选择被访者清单	(212)
三、随机数字拨号	(213)
1. 选择一个随机数字拨号的样本	(214)
2. 列表中的随机数字拨号样本	(223)
选定随机数字拨号样本的清单	(225)
四、选择特定的被访者	(225)

目 录

1. KISH 表	(227)
2. TROLDAHL-CARTER-BRYANT 表	(228)
3. HAGAN 和 COLLIER 方法	(230)
4. 上个/下个生日方法	(230)
5. 上述四种方法的比较	(231)
选择被访者的清单	(231)
五、应答率报告	(232)
六、电话调查与其他资料组的比较	(236)
第6章 资料收集与资料削减	(242)
一、访问员	(243)
1. 访问员的录用	(243)
2. 访问员应具备的特质	(244)
3. 电话访问员的录用	(246)
4. 对精英们的电话访谈	(249)
5. 面访与电话访谈	(250)
访问员录用的清单	(251)
二、对访问员的培训	(252)
1. 与被选中的被访者接触	(258)
2. 营造友好气氛以便进行访谈	(261)
访问员培训清单	(271)
三、监督、监测与改进	(272)
对已完成的访谈进行编辑	(274)
四、资料收集过程的管理	(275)

目 录

1. 打电话的时机	(276)
2. 电话调查的工作设施	(277)
进行访谈的清单	(278)
五、资料削减过程	(279)
六、成本估算	(281)
1. 从某个调查组织获取对成本的估算	(282)
2. 调查者内部管理的成本研究	(291)
七、建立计算机辅助调查设施	(303)
练习题	(307)
答案	(319)
建议阅读文献	(325)
术语表	(346)
作者简介	(365)

学习目标

本书旨在阐述如何开展和管理电话调查工作，着重阐明纸笔调查方法，以及如何整理访谈结果以便进行分析。涉及电话调查种类，电话资料收集方法及各种方法的适用情境，设计和管理问卷的技巧，如何挑选、训练和监督访问员，样本确定方法以及问卷应答率的计算方法，资料处理方法，成本估算方法。本书还论述了应如何应对电话调查开展和管理过程中出现的相关问题。

具体学习目标如下：

1. 描述电话调查的管理方法；
2. 认识电话调查的优势和不足；
3. 判断电话调查是否适用于你的研究目标；
4. 决定采取哪种方法收集电话资料；
5. 决定问卷的内容；
6. 设计人性化问卷的问题；
7. 对问卷进行预测试、试访和修改；

如何实施电话调查

8. 设计人性化的问卷样式;
9. 采用某些手段鼓励参与, 提高问卷的应答率;
10. 编写访问员指导, 说明实施访谈和收集资料的步骤;
11. 编写访谈或问卷说明, 描述访谈目的、样本特征, 以及访谈问题的提出理由和问题来源;
12. 描述所使用的各种不同样本;
13. 决定使用某种样本, 计算其应答率;
14. 描述样本是如何形成和产生的, 辨别能生成样本的潜在资源, 以便组织好样本;
15. 描述如何雇用、训练和监督访问员;
16. 描述“重拨”和“拒访转变”的必要性、运用方法以及如何对其进行监测;
17. 对资料收集和样本应用情况进行监测, 以指导和提高资料收集水平;
18. 描述把已完成的电话调查素材处理成可供分析并能机读的问卷资料所需经历的步骤;
19. 描述如何保存和使用原始记录;
20. 估算电话调查的成本;
21. 估算进行一次电话调查所需的人员。

第1章 电话调查概览

在美国，作为从大量个体或家庭的可能样本中收集研究资料的基本方法，电话调查已在很大程度上取代了面访。这种情况的出现有以下几个原因：第一，电话调查的实施成本实在比面访的要低；第二，调查者可以在广阔的地域范围内进行电话调查；第三，电话调查可以跨越一些人为障碍，如公寓楼的保安系统，以及美国人越来越不愿意让陌生人进入他们的住所等；最后，调查者可以在相当短的时间内完成电话调查，这是面访所无法做到的。

遗憾的是，随着合法电话调查的激增，人们也越来越多地使用自动答录机、来电显示、呼入限制、传真机、电脑调制解调器以及蜂窝电话等设备。结果，电话调查者从个人或家庭被访者中获得有代表性样本的难度日益增大。同时，商家们也发现了“电话市场”——用打电话的方法去推销其产品和服务。随便哪一周，一个家庭都会接到无数五花八门的电话，或请求在下次选举中投票，或向某个

如何实施电话调查

新成立的有限责任公司投资。这意味着潜在的被访者经常会把科学的、非营利性研究人员打来的电话误认为有更多的人来向他们推销产品。因而在过去的十年里，通过电话调查从有代表性的个人和家庭被访者样本中收集有效和可靠资料的成本显著增长。

就像任何研究活动所需的努力一样，无论通过什么方式去收集资料，开发和管理电话调查同样需要时间和思想。本书勾画出了一些适合于采用电话调查方法收集信息的情景，阐明了调查者在设计这样的研究时需要考虑的问题，以及调查者应该运用何种方式去管理电话调查，以保证所收集的资料有最大程度的完整性、可靠性和有效性。

一、电话调查的类别

在电话调查中，资料是通过电话调查收集而来的。因此对电话调查被访者的激励几乎无一例外都是听觉的，而对访问员的激励却是视觉的。对调查者而言，编写电话调查问卷的一个困难，就是如何尽量让访问员和被访者双方都对题目和答题指导理解无误。资料收集过程一旦有访问员介入，就立刻成为一种社会互动过程。访问员与被访者之间的互动直接影响到所收集资料的有效性和可靠性。访