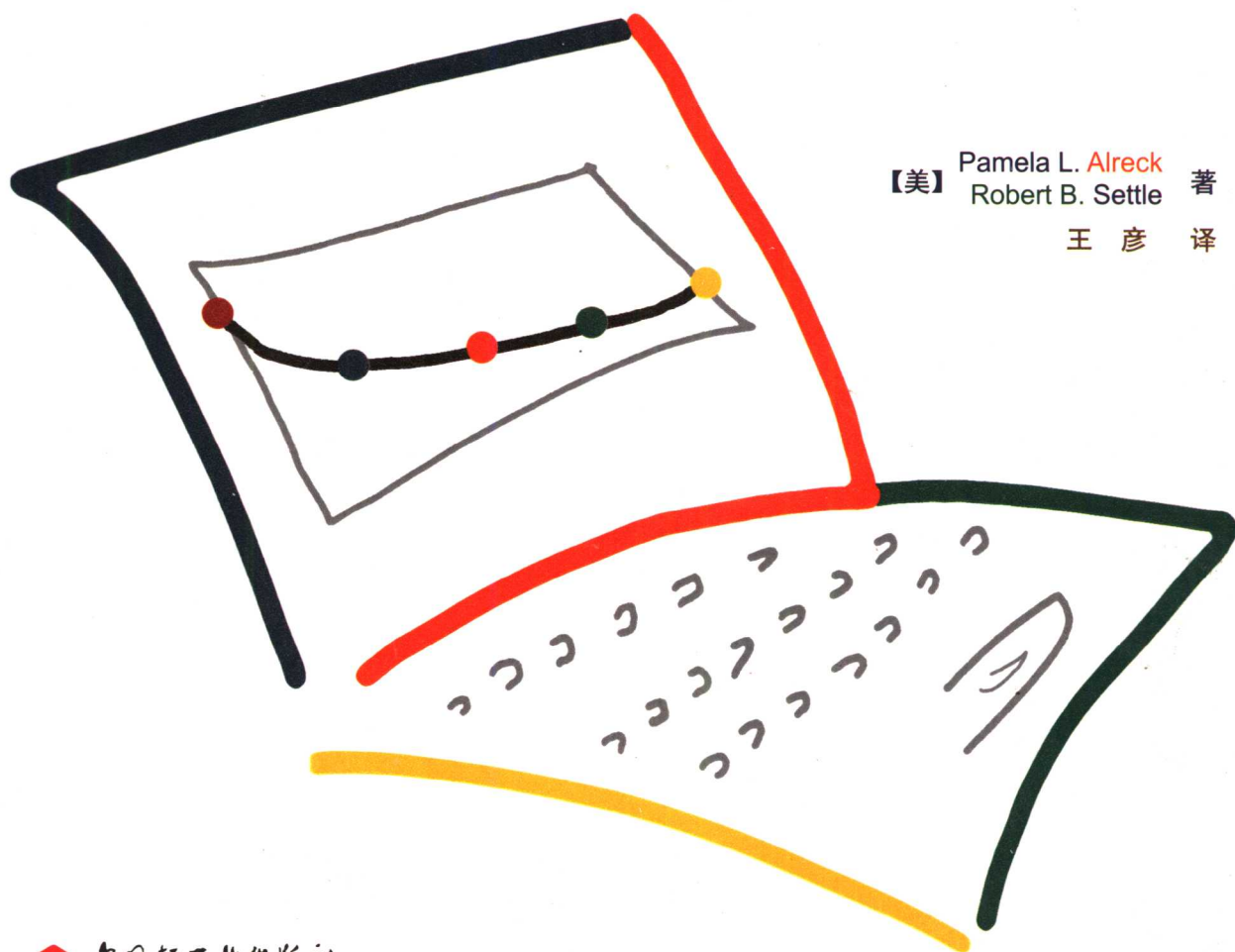


调查研究手册

The Survey Research
Handbook (3rd Edition)

【美】 Pamela L. Alreck 著
Robert B. Settle
王彦 译



The Survey Research Handbook
(3rd Edition)

调查研究手册

【美】 Pamela L. Alreck 著
Robert B. Settle
王彦译

 中国轻工业出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

调查研究手册 / (美) 阿尔瑞克 (Alreck, P. L.) 等著;
王彦译. —北京: 中国轻工业出版社, 2008.1
ISBN 978-7-5019-6232-7

I. 调… II. ①阿…②王… III. 调查研究—方法
IV. C31

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2007) 第 180223 号

总策划: 石 铁

策划编辑: 戴 婕

责任编辑: 朱 玲 戴 婕

责任终审: 杜文勇

责任监印: 刘志颖

出版发行: 中国轻工业出版社 (北京东长安街 6 号, 邮编: 100740)

印刷: 北京天竺颖华印刷厂

经销: 各地新华书店

版次: 2008 年 1 月第 1 版第 1 次印刷

开本: 850 × 1000 1/16 印张: 20.50

字数: 260 千字

书号: ISBN 978-7-5019-6232-7/C · 012 定价: 36.00 元

著作权合同登记 图字: 01-2007-4661

咨询电话: 010-65595090 65262933

读者服务部邮购热线电话: 010-65241695 85111729 传真: 85111730

发行电话: 010-65128898 传真: 85113293

网 址: <http://www.chlip.com.cn>

E-mail: club@chlip.com.cn

如发现图书残缺请直接与我社读者服务部 (邮购) 联系调换

70933J6X101ZYW

版权声明

Pamela L. Alreck, Robert B. Settle

The survey research handbook, 3e

ISBN: 0-07-294548-6

Copyright © 2004, 1995, 1985 by The McGraw-Hill Companies, Inc.

Original language published by The McGraw-Hill Companies, Inc. All Rights reserved. No part of this publication may be reproduced or distributed by any means, or stored in a database or retrieval system, without the prior written permission of the publisher.

Simplified Chinese translation edition jointly published by McGraw-Hill Education (Asia) Co. and China Light Industry Press.

本书中文简体字翻译版由中国轻工业出版社和美国麦格劳-希尔教育(亚洲)出版公司合作出版。未经出版者预先书面许可,不得以任何方式复制或抄袭本书的任何部分。

本书封面贴有 McGraw-Hill 公司防伪标签,无标签者不得销售。

译者序

调查研究方法可以用来收集性别、年龄、职业等这类简单的人口统计信息，也可以获得人们的态度、行为、感受等复杂的信息。调查法通过科学抽样，从少量人群的研究可以得到一般性推论，为此得到了广泛应用。报纸杂志进行读者调查，市场营销人员需要调查消费者，心理学家使用调查法来研究社会行为和态度，政治家和各种媒体进行民意调查，等等。

然而，调查研究方法的很多使用者并不了解，在问题设计、样本选择、问卷实施等方面有大量需要注意的细节，稍不注意，便会得到不可靠的、误导性的结果。另一方面，没有相关研究经验的人，如果想要开始一项调查，往往不知从何入手，而且又很难找到一本简明有效的教科书来指导自己。Alreck 教授和 Settle 教授的这本《调查研究手册》介绍了完成一个调查项目所需要的知识、原理和技术，涵盖范围很广，适用于所有想要实施调查研究的读者。

本手册的第一个特点是结构完整、内容系统连贯。第一部分包括三章，分别介绍发起调查时需要协调的事项，计划项目时如何分析调查目标和信息需求、选择数据收集方式和进行成本估计，以及如何选择样本设计和确定样本大小。第二部分陈述问卷调查工具的编制，其中第四章阐明编写问题需要留意的偏差和错误，第五章介绍问题项目经常使用的量表类型，第六章阐述如何将单个问题项目组织为统一的整体。第三部分进入实际的数据收集和处理，第七章介绍由被调查者自己阅读问卷和填写答案的自陈式问卷，可以借助网络或邮政信件进行，第八章介绍由访谈者主持进行的个人访谈和电话访谈，第九章讲述如何接收数据、初步编辑以及将数据转换为电子文档。第四部分总结如何解释数据和报告结果，其中第十章介绍平均数、标准差等描述数据的统计量，第十一章则介绍了如何报告描述性信息以及总结整个项目。另外，本书附录还介绍了另两种研究方法的内容，供想要了解焦点组和实验研究法的读者使用；附录的最后部分可以帮助调查者对调查结果进行演示。

本手册的另一个特点是，它提供了 300 多个演示，分为检查表、指南、实例、图表和小结五类。每种演示都担负特定的目的，例如指南告诉读者如何按顺序完成一项任务，实例提供如何完成一个调查元素的范例。这些演示也有一个共同的目标，即是帮助读者迅速找到所需的信息，不必经历从头查阅正文内容的繁琐过程，从而进一步增加了本手册的实用性。

本手册的第三个特点是简明实用。一本讲述研究方法的书籍，很容易包含太多的专业术语和并不常用的理论概念，这本手册则力争克服这一弱点。作者对手册内容进行精心挑选，

仅仅包含那些必要而且实用的材料。例如，在第三章“设计样本”这一章里，讨论了非常实用的分层抽样和整群抽样等抽样方法。样本的代表性是实际选择调查样本时必须要考虑的问题，同时又要兼顾可行性和经济性。而使用调查研究方法的人员往往会忽视前者，只考虑方便和节省，导致得出的结果不具备可推广性。抽样方法的介绍既提醒这些调查者，又提供可行的操作步骤。在“编制项目量表”一章中，作者介绍了十几种常用的量表，读者可以根据需要选择最适合当前研究的一种或多种量表的结合。即便在涉及一定统计知识的“描述数据分布”这章，手册也仅包含处理数据所必需的知识，绝不纠缠于统计原理的讲述，而是简明扼要地陈述几种常用统计量的适合情境和用法。这两个要点贯穿本书始终：使用者必须首先知道一种手段的适用条件，否则将会滥用、误用；然后必须理解如何使用这种方法，否则结果缺乏准确性。在 Alreck 和 Settle 教授的这本著作中，任何一个部分都围绕并且仅围绕这两个要点。

译者从 2004 年 9 月开始担任华东师范大学心理学系本科生“消费心理学”的教学工作，课程内容包括如何对消费者进行定量和定性研究。一些学生在毕业后希望从事消费者调查相关的工作，然而他们的感觉却是，找不到一本合适的教材能够指导自己从头至尾完成全部调查工作。在阅读本书之后，译者认为，这是一本值得推荐给这些学生的辅助教材。本书不仅适合想要调查消费者的人，同样适合需要调查任何人类对象的所有人。更重要是，这样一本内容通俗易懂，且原理成熟严谨的手册，能让读者在得到具体指导的同时，领略科学研究方法的重要和魅力。

本书是译者第一次独立负责整本书的翻译工作，为此格外认真和谨慎。对于文中出现的每个专用名词，均查阅大量资料确定翻译的准确性；在全书翻译完成之后，对初稿多次校对和调整，以消除错误和保证全文的连贯性。然而译文中仍难免疏漏之处，敬请读者不吝指正。

王彦

华东师范大学心理学系

2007 年 10 月



调查研究是横跨多种领域的活动之一。那些在商业和公共管理、社会和行为科学、职业和家庭研究、报章杂志和沟通、教育和健康服务、政治、法律和犯罪学以及其他领域中工作的人，越来越需要基于调查研究的信息。幸运的是，不管任何一个调查研究项目的特定目的和主题是什么，都可以应用同样的基本工具、技能和活动来进行调查。

作为活跃的调查研究顾问，多年以来，我们已经为许多不同类型的客户在多种领域中设计和实施过很多项目。始终未变的是，在与一名潜在的新调查发起者初次会面时，那些寻求信息的人总会满怀真诚和信念，向我们解释他们自己特定的组织、行业或专业是独一无二的，可能与我们遇到过的任何一个都不相似。这有时会让潜在的调查发起者感到困扰，因为他们疑惑是否应该寻找一个专门的调查研究顾问或机构，该顾问或机构已经在他们自己的活动领域中工作了一段时间，并且拥有关于他们需要的特殊属性的丰富经验。他们的担忧是真诚的，但也是没有事实根据的。调查信息的机构和组织在目标、目的和操作上确实存有很大差别。然而，通过应用本书描述的基本原理和技术，我们已经为许多差异很大的客户调查了几千个不同类型的回答者，一致获得了明确和有价值的结果。也许你正在疑惑，你是否应该寻找一本专用于你自己的学科、专业和活动的研究书籍，从而指导你的调查项目。你不需要担心，因为你将会发现你需要的就是这本书。

幸运的是，调查研究的应用跨过许多机构和学科的界限。但不幸的是，调查研究也跨越许多技术的界限。如果你打算做一个完整的调查项目，从开始一直到结束，你将会发现需要的多种技能令人感到相当费力。上一分钟你还在与人共事，下一分钟你又在计算机上工作。一段时间你关注的可能是如何对问题或指导语进行措辞。几天后，你可能对一些统计方法感到迷惑。你可能必须面对一名不停地说你的材料明天将会准备好的印刷者，或者一台似乎根本不想跟你说话的计算机。不要害怕！

我们写这本手册的主要目的之一是，集合进行一个真正有效的调查项目所需的所有技术和原理、技能和活动。作为大学教师，我们两人都曾经多次地面临一个实在太熟悉的情境。典型的情境只不过是这样的：一名学生在下课之后来到办公室或者接近我们当中的一个，相当严肃地声称他决定进行一项调查。然后问题来了：“我到哪里能够找到一本将会告诉我怎么做的书？”通常，这名学生已经学习了他自己研究领域中的一门或更多关于研究方法的大学课

程。有时候，他们有一本研究教科书。但是，我们和他们都很清楚，他们接受的训练和获得的教科书都不能指导他们从开始到结束完成一个完整的研究项目。我们真诚地相信，使用这本手册，我们、他们和你都可以找到答案。这本手册不是专用于某个特定的领域，而是全面覆盖了实施有效的调查研究所需要了解的多个领域。

在判断是否在本手册中包括某些材料时，我们依据两条标准：这些材料是充分和必要的吗？我们认为二者都很重要。因此，出于必要，这本手册的广度和范围非常宽广。为了满足你的需要，这本手册必须这样，不管你是一名从事单一调查项目来达到学业要求的学生，还是一名寻求新观点或商业工具的经验丰富的调查研究专家。

我们也避免或去掉了大量通常可以在一般教科书上找到的材料。如果根据很多年的经验，不管在学术还是实用调查研究中，我们从来没有使用过一些技术、计算或程序，或者看不到使用它们的需要，那么，我们认为你也不会需要它们，因此，它们可以被排除。也许有人会觉得这本手册不够有深度，因为调查研究的实践和技术层面优先于概念和理论层面。这正是我们希望做到的，它只是作为一本可以理解和有用的手册所要付出的小的代价。

本书包含 300 个以上专门的演示，目的是帮助你快速、有效地查阅你从事一项调查所需要的信息。它们近乎覆盖调查过程的所有方面，从开始到最终的报告。五种不同类型演示中的每一种都包含特定的目的和特定类型的信息：

- 检查表包含一系列问题，根据回答，附有关于如何进行下去的指示。
- 指南按顺序提供关于如何完成某些任务或遵循某一程序的一系列指南或说明。
- 实例包含典型的元素或格式，可用作创作调查的多种成分的范例。
- 图表描绘文字或图形信息，它们展示数量或关系，取决于其相对位置。
- 小结在每章末尾，提供那一章包含的最重要事情的梗概或大纲。

当你阅读这本书时，你会发现，很少存在可能妨碍你理解的内容。调查研究的某些方面，特别是包括计算机、统计或互联网的部分，传统上使用许多行话和晦涩的术语。根据我们的经验，那些词汇令人胆怯和压抑，而不是有帮助或有启发作用。因此，我们有意地尽量避免使用它们，代之以简单的、平常的词汇和短语。如果你发现超出你需要的术语，至少它们是可以理解的。如果我们成功地达到目的，你将会找到所有你做调查研究所需要的知识，而很少有其他的内容。

Pamela L. Alreck

Robert B. Settle

万千心理图书目录

代号	书 名	译 者	定价
当代管理与心理学应用系列			
X301	卓越领导力——十种经典领导模式	王力行 等译	26.00
X302	人的行为与组织管理	钟谷兰 译	45.00
X306	工作评价——组织诊断与研究实用量表	阳志平 等译	32.00
X317	变革的绩效评估——员工安置、激励与发展	张 宏 等译	26.00
X450	创造力拓展训练——团体培训手册	周丽清 等译	25.00
X593	工作压力	马剑虹 等译校	28.00
X608	创建有效的团队	蒋玉娜 译	18.00
X621	集合起来——群体理论与团队技巧（第9版）	谢晓非 等译	65.00
X627	团队培训手册——团队培训方案的设计与实施	石孟磊 等译	28.00
当代管理与心理学应用系列合计			293.00
心理学导读系列			
X572	心理学导论——思想与行为的认识之路（第11版）	郑 钢 等译	98.00
X602	心理资本——打造人的竞争优势	李超平 译	32.00
X594	心理学与个人成长	胡佩诚 等译	42.00
X352	人格心理学（第六版）	陈会昌 等译	48.00
X408	发展心理学（第六版）	邹 泓 等译	75.00
X300	教育心理学	张厚粲 译	60.00
X620	职业心理学——平衡你的工作与生活（第七版）	姚 翔 等译	58.00
X567	生理心理学（第六版）	苏彦捷 等译	60.00
Q568	性与生活——走近人类性科学	甄宏丽 等译	59.00
X338	工业与组织心理学（第八版）	时 勘 等译	42.00
X531	社会心理学（第五版·中文第二版）	侯玉波 等译	58.00
X501	异常心理学（第四版）	杨 霞 等译	80.00
X583	媒介心理学	相德宝 译	42.00
X595	儿童绘画心理学	李 甦 译	50.00
X601	积极心理学	郑 雪 等译校	34.00
X544	追寻记忆的痕迹	罗跃嘉 等译校	35.00

X447	心理学批判性思维	李小平 等译	26.00
X448	临床心理学（第六版）	丛 中 等译	60.00
X454	实用心理评估	张厚粲 编著	24.00
X466	认知心理学（第三版）	杨炳钧 等译	55.00
X467	情绪心理学（第五版）	王 力 等译	36.00
X468	心理学研究手册	周晓林 等译	40.00
X469	健康心理学（第四版）	胡佩诚 等译	65.00
X470	实验心理学教程——勘破心理世界的侦探	郭秀艳 等译	40.00
X339	实验心理学——通过实例入门	张 奇 等译	28.00
X479	学会提问——批判性思维指南	赵玉芳 等译	18.00
X353	问题解决心理学	张 奇 等译	20.00
X409	与“众”不同的心理学	范 照 等译	20.00
X307	改变心理学的40项研究	白学军 等译	26.00
X053	犯罪行为心理学	吴宗宪 等译	50.00
X046	三种心理学——弗洛伊德、斯金纳和罗杰斯的心理学理论	石 林 等译	13.00
X047	弗兰克尔：意义与人生	常晓玲 等译	18.00
X515	现代英汉—汉英心理学词汇（修订版）	张厚粲 等编	35.00
X058	互联网心理学	谢 影 等译	16.00
X164	现代精神分析“圣经”——客体关系与自体心理学	贾晓明 等译	16.00

心理学导读系列合计

1479.00

心理咨询治疗系列

X332	行为矫正——原理与方法（第三版）	石 林 等译	50.00
X340	心理障碍临床手册（第三版）	刘兴华 等译	78.00
X453	临床心理督导纲要（第三版）	王择青 等译	56.00
X343	心理咨询师的问诊策略（第五版）	张建新 等译	80.00
X578	产业心理咨询入门	樊富珉 等译	25.00
X579	婚姻与家庭治疗案例	吴 波 译	30.00
X580	压力咨询	孙菲菲 译	30.00
X486	抑郁情绪调节手册	汤 臻 等译	38.00
X344	危机干预与创伤治疗方案	梁 军 译	24.00
X345	心理咨询与治疗的理论及实践（第七版）	石 林 等译	40.00
X346	心理咨询与治疗经典案例（第六版）	石 林 等译	30.00

X587	自我催眠	方 新 译	15.00
X588	解读自杀心理	聂 晶 译	32.00
X605	日益亲近	童慧琦 译	36.00
X333	精神分析案例解析	钟 慧 等译	24.00
X347	家庭治疗技术	方晓义 等译	24.00
X412	家庭治疗基础	林丹华 等译	39.00
X348	人格障碍的认知治疗	翟书涛 等译	32.00
X377	团体心理治疗——理论与实践	李 鸣 等译	45.00
X371	认知治疗技术——从业者指南	张黎黎 等译	40.00
X406	精神分析导论	施琪嘉 主译	16.00
X407	儿童绘画与心理治疗	李 甦 等译	18.00
X415	短程心理治疗实践	章晓云 译	16.00
X416	格式塔咨询与治疗技术	叶红萍 等译	18.00
X420	咨询和治疗中的沟通分析技术	黄 峥 译	18.00
X449	心理治疗师之路	林石南 等译	16.00
X457	心理治疗个案研究(第四版)	王旭梅 等译	22.00
X458	突破心理治疗中的“不可能”案例	张怡玲 译	20.00
X471	哀伤心理咨询——理论与实务	陈维樑 等译	20.00
X498	心理热线实用手册	贾晓明 主编	35.00
X527	罗杰斯心理治疗——经典个案及专家点评	郑 钢 等译	36.00
X341	给心理治疗师的礼物	张怡玲 译	15.00
X258	自杀：一种不必要的死亡	李 鸣 等译	18.00
X313	《道德经》与心理治疗	张新立 译	10.00
X040	团体咨询的策略与方法	洪 炜 等译	28.00
X044	危机干预策略(上下)	肖水源 等译	50.00
X039	理智胜过情感	张忆家 译	15.00
X037	直言相告：儿童精神健康与调节	汤宜朗 等译	18.00
X042	心理咨询与治疗的理论及案例(上下)	胡佩诚 等译	50.00
X085	认知疗法：基础与应用	翟书涛 等译	20.00
X120	心理咨询面谈技术	陈祉妍 等译	30.00
X143	儿童青少年心理咨询与治疗	林丹华 等译	32.00
X144	走出婚姻暴力的阴影	刘稚颖 译	18.00

X240	老年心理与精神保健指南	李 君 等译	18.00
X084	精神创伤之后的生活	田成华 等译	20.00
X025	战胜焦虑	施承孙 等译	14.00
X026	走出抑郁	宫宇轩 等译	20.00
X027	克服恐慌	迟立忠 等译	12.00
X130	抚平创伤	周晓林 等译	12.00
X131	克服羞怯	周晓林 等译	12.00
X132	战胜自卑	周晓林 等译	15.00
X028	快乐处方	董利晓 等译	18.00
X082	战胜疼痛	朱克顺 等译	14.00
X083	请理解我	王晓静 译	25.00

心理咨询治疗系列合计 1487.00

实用人才测评系列

X537	人格测试	邹智敏 等译	12.00
X538	潜能评估	唐 云 等译	20.00
X539	深度评价——用“评价中心”测评人的综合才能	唐 云 等译	15.00
X540	情商测试	李小青 等译	15.00

实用人才测评系列合计 62.00

心理学精选读物

X528	人间游戏——人际关系心理学	田国秀 等译	25.00
X581	群体过程	胡 鑫 等译	30.00
X590	我好—你好——改善我们的人际关系	林丹华 等译	25.00

心理学精选读物合计 80.00

现代职业生涯规划系列教材

X473	把握你的职业发展方向	时 勘 等译	60.00
X478	结构化面试	时 勘 等译	14.00
X571	职业咨询心理学——工作在人们生活中的作用	时 勘 等译	42.00
X604	求职指导	时 勘 等译	40.00

现代职业生涯规划系列教材合计 156.00

更多信息请登录: www.wqedu.com

* 本目录定价如有错误或变动, 以实际出书定价为准。

联系地址: 北京市朝内大街 124 号 万千心理 (邮编: 100010) 咨询电话: 010-65125990, 65262933

目录

第一部分 计划 and 设计调查

第1章 开始调查	2	从属关系	18
寻求信息	2	人口统计	19
为什么实施调查	2	结论	20
受众调查	2	小结:调查发起者的任务和可能的主题	20
客户调查	3	第2章 计划项目	21
其他人群的调查	3	调查过程	21
其他研究方法	4	详细说明信息需要	22
初级数据收集选项	5	调查信息的价值	22
调查结果预期	5	计划调查元素	25
调查的优点	5	数据收集	26
调查的局限	6	抽样设计	32
调查不应支配决定	7	工具化	35
参与者的角色	8	数据处理	37
发起者角色	8	报告生成	38
研究者角色	8	项目成本和时间安排	38
回答者权利	10	成本估计	39
可能的调查主题	10	项目时间安排	41
态度	10	最终项目计划	43
表象	12	小结:完成项目计划	44
决策	14	第3章 设计样本	45
需要	15	抽样的目的	45
行为	16	确定总体	45
生活方式	17	确定样本单位	46
		选择样本框架	46
		可靠性和有效性	47

有效性和偏差	47	言语项目和数值项目	91
可靠性和误差	48	小结:调查问题的编写	92
确定样本容量	49	第5章 编制项目量表	94
样本容量和误差	49	为什么使用量表	94
置信水平	50	量表的种类	94
外部界限	51	量表数据类型	95
总体的方差	53	多重选项问题	96
子样本容量	55	多重反应项目	97
判断和决定	56	单一反应项目	97
初步抽样	57	常规的量表类型	97
渐进抽样	57	利克特量表	98
抽样设计	58	言语频率量表	99
随机抽样的好处	58	顺序量表	101
分层抽样	58	强制排序量表	103
整群抽样	60	配对比较量表	104
电话经济性	62	比较量表	105
其他经济性	62	线性的数值量表	107
配额抽样	63	语义差别量表	108
特殊设计	64	形容词检查表	110
样本选择程序	64	语义距离量表	111
随机选择方法	65	固定总和量表	113
样本选择偏差	66	量表的结合	114
抽样的科学与艺术	69	多重评分列表	114
小结:样本设计和样本容量确定	69	多重评分矩阵	115
		图解量表	117
		非言语量表	118
		图画量表	118
		图示量表	118
		量表选择标准	120
		小结:如何编制有效的量表	120
		第6章 编制问卷	122
		问卷的功能	122
		调查介绍	122
		样例问卷	123

第二部分 开发调查工具

第4章 编写问题	72
调查的核心	72
问题的基本属性	72
表达问题	75
工具化的偏差和误差	76
反应偏差的来源	82
社会赞许性	82
问题形式	86
编写类别项目	89

问卷组织	129
编制问卷部分	130
根据主题分组项目	130
根据量表技术分组项目	131
从两方面分组项目	131
指导反应流程	133
条件分支	133
无条件分支	135
分支的局限	135
无限制分支	136
给回答者的指导语	137
结束问卷	142
使威胁或胁迫最小	142
人口统计部分	143
预先编码问卷	145
预先测试问卷	149
小结:问卷的构建	150

第三部分 收集和处理数据

第7章 自陈式调查	152
自陈式问卷	152
在线数据收集	152
纯文本电子邮件调查	152
电子邮件问卷附件	153
网页调查	154
静态网页问卷	155
交互式网页问卷	155
邮政信件调查	160
纸张原料	161
印刷属性	161
页面布局	162
卖主和服务	163
邮件成分	165
邮寄信封	165
说明信	166

反应诱因	168
选择诱因	168
诱因的类型	169
邮寄和接收	172
自陈式调查	173
小结:自陈式调查	174
第8章 收集访谈数据	175
访谈者角色	175
访谈的方式	175
数据收集机构	177
访谈者管理功能	181
访谈误差	186
访谈问卷	188
面谈过程	192
电话访谈过程	194
小结:访谈数据收集程序	196
第9章 处理数据	197
问卷接收	197
数据接收	197
处理完成的问卷	198
目测编辑印刷文档	199
事后编码数据	201
数据输入文档	206
计算机数据编辑	208
数据处理	210
数据处理的目的是	210
量表和数据类型	211
名义量表数据	211
顺序量表数据	212
等距量表数据	212
比率量表	213
重新编码数据	214
小结:调查数据准备	216

第四部分 解释和报告结果

第 10 章 描述数据分布 218

统计数据的描述 218

类别数据描述 219

解释类别数据 221

连续数据的分布 224

集中趋势和均值 225

离中趋势或离散度量 228

分布的形状 229

解释统计量 232

双峰的含义 239

统计推论 240

估计的标准误 241

置信区间 242

小结:描述数据分布 243

第 11 章 报告信息 244

满足信息需要 244

报告介绍 244

表格报告 247

图示报告 249

报告数据描述 251

报告多重选项项目 251

李克特量表项目报告 254

言语频率量表报告 255

顺序量表报告 257

强制排序量表报告 258

配对比较量表报告 260

比较量表报告 261

线性数值量表报告 262

语义差别量表报告 264

形容词检查表报告 265

语义距离量表报告 268

固定总和量表报告 269

总结项目 271

打印文件报告 271

生成在线报告 271

打包整个项目 272

小结:生成最终报告 272

附录 A 实施焦点组 274

焦点小组的特征 274

优点和缺点 274

焦点组的要求 276

焦点小组议程 277

翻译信息需要 277

焦点小组参与者 279

选择标准 279

筛选候选人 280

焦点小组主持人 281

个人属性 282

焦点小组的解释 283

监控和记录 283

分析和应用 285

小结:焦点组研究 286

附录 B 实施实验 287

实验和因果关系 287

实验的类型 287

实验设计 289

有严重缺陷的设计 291

真正的实验设计 292

不完美的实验设计 295

实验的外部效度 297

人造性和可推广性 297

盲试 298

实验方法与调查方法 298

小结:实施实验 299

附录 C 演示调查结果 301

为什么要做演示? 301

演示的优点	301	进行演示	306
演示的缺点	301	演示焦虑	307
计划和准备	302	有效地使用注释	307
选择内容	302	步调和时间安排	307
选择演示者	303	结束演示	308
组织和时间安排	304	小结:进行报告演示	308