

Tarina: Kyselytutkimusten valintaefektit

Kyselytutkimuksissa ihmisille annetaan täytettäväksi kysely. Tutkimukset voivat tutkia monenlaisia eri aiheita, kuten harrastuksia, ammattia, mielipiteitä, tietämystä tai terveyttä. Kun iso määrä ihmisiä vastaa kyselyyn, vastauksista löytyy usein mielenkiintoisia ja yllättäviä ilmiöitä.

Merkittävä haaste kyselytutkimuksissa on valintaefektit. Tehtiin kysely sitten pysäyttämällä kadulla ohikulkijoita, lähettämällä ihmisille postissa kirjeitä tai jakamalla linkkiä kyselyyn netissä, kaikki tutkimukseen törmänneet eivät vaivaudu täyttämään sitä. He, jotka lopulta vastaavat kyselyyn, ovat harvoin edustava otos: esimerkiksi kiireellisissä ammateissa työskentelevät voivat täyttää kyselyitä vähemmän, mikä vääristäisi ammatteja koskevan kyselyn tuloksia.

Valintaefektejä voi vähentää antamalla rahallisia palkintoja kyselyyn osallistumisesta ja näin houkutellen useampia vastaamaan. Monesti kyselyiden järjestäjillä ei kuitenkaan ole varaa suuriin palkintoihin, joten korvausta ei usein ole tai se on pieni. Usein siis kyselyiden vastaajajoukko ei ole edustava otos, ja valintaefektien pohdinta on siksi tärkeää kyselytutkimusten tuloksia tulkittaessa.

Vahvistus: Kyselytutkimusten valintaefektit

Tarina on totuudenmukainen. Tuloksia tulkittaessa on myös hyvä huomioida se, että kysely saatetaan tehdä vain esimerkiksi tietyssä kaupungissa tai tietyn ikäisille ihmisille, ja vastaukset eivät välttämättä olisi samat muilla ihmisryhmillä.