

情報獲得1「問う技法」---- インタビュー・アンケートの例

1、目的意識のある「情報の獲得」

- 「とりあえず〇〇しよう」では価値ある情報は得られない、限られた時間を有効に！
- ネット、文献、インタビュー、アンケートなどすべて、目的ある情報の獲得活動であるべき
- 事前に「何のために、何をやり遂げるために」など目的や目標を事前にしっかり確認すること

根拠ある情報の獲得

- 1) 自分の目で直接---現場、人と対座する
 - 2) 一つでなく複数の手段で確認する
 - 3) 情報源の確かさ---出典、日付
- * それは最新情報か

2、「インタビュー・アンケート」は、人間が相手

- ネット検索と異なり、対座するのは「感情をもつ人間」である
- 人間の感情→ 不安、めんどろ、いま忙しい、適当でいい、負担、不信、あやしい、なぜ？
- 相手の心や状態をイメージしながら行う必要がある → それにより得られ成果がまったく異なる

3、 バランスある回答のために

- 恣意性や偏向はないか？(質問者本人も無自覚なもの)
- それが、質問文(以下のような)に反映されてないか
- 「文頭」と「文末」に注意-----相手にとって、方向性を与える情報刺激となり得る

例えば...望ましくない「文頭」

「〇〇ということがありますが、あなたは〜〜？」

「〇〇が流行っていますが、あなたは〜〜？」

「〇〇とされていますが、あなたは〜〜？」

* 冒頭のインパクトは相手の意識に大いなる影響をあたえる

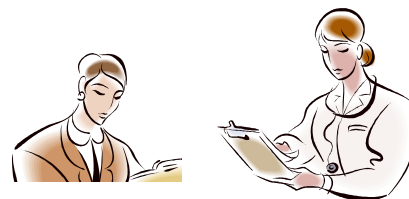
例えば...望ましくない「文末」の例

「〜〜に賛成ですか？」

「アメリカ人は、フランクだとおもいますか？」

「炭水化物は、太るとおもう」

* 質問文の終わりに「一つの選択」しかないケースでは、人は「はい」と容易な回答しがち。



B 回答者

A 質問者

セルフコーチング:

「私は、このことについて先入観をもっているのではないか？」

「私は、一面的な見方をしていないか？」「逆サイドからも見ることをしているか」

4、対象への注意

誰に(どんな人に)アンケートをとる必要があるのか? たとえば、「忙しい人でもできる方法を提案します」というねらいであれば、暇な人に質問してもまったく意味がない。目的にあった対象者であること!

- 関心のない人、時間がない人は、“適当”に答えがち(「はい」や「普通」など無難な回答に印をつけがち)
- “めんどくさい”という状況のとき、いい加減に“印”をつけてしまう可能性大
- まったく“意識も知識も関係ない人たち”に尋ねても成果ない(ぶれる)
- 内容を理解できない(回答者が小学生や高齢者であり、文章理解しがたいなど)

5、種類と課題

《判断タイプ》

- 一問一意味になっているか
- はい、いいえでは無理のある、一人よがりな内容になっていないか?
- シンプルでわかりやすいこと(だらだらしない文章)

《選択タイプ》

三者択一など、はじめからいくつかの回答を並べそこから選択してもらうスタイル

- その選択の中に回答者にとってフィットする項目がない
(選択項目が少ないと、事実から遠くなる可能性がある)
- 「その他」への記述の際は、その分析や扱いなどを考えておく必要がある

《記述タイプ》

- 提供の意図などに左右されることなく、自由にかける良さがある
- 前提として「めんどくさい」から記述しないことも十分に予想される
- ある程度、回答者の文章力や表現能力が求められる
- 分析に時間がかかる可能性がある
- またその分析力(時間、人手、能力)の確保ができないこともある
- 純粋な素材として活用するためにシンプルな問いがよい

6、心構え

- アンケートはときに人の気持ちにある種の「アピール」や「刺激」を与えることになる
- アンケートはときに情報提供機能をもつ
- 誠実な姿勢をしめす→目的や意図を正直に相手に伝えること、
- 社会性(貢献性)、それが社会的なことである、ということの伝達
- 恣意性や偏向なき姿勢(無意識の誘導がありえるという理解)を自らが備えているか