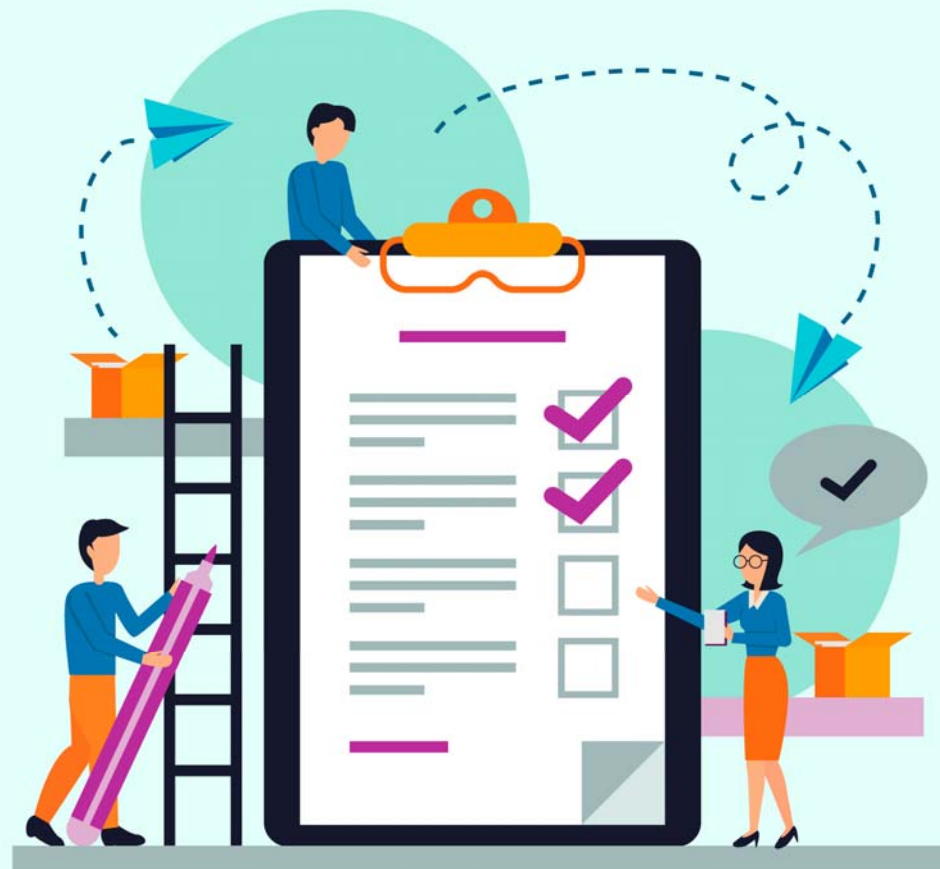


Dotazníkový výzkum

BSSn4405 Koncepce a metody výzkumu
v bezpečnostních a strategických
studii



Michal Tóth
Jaro 2022

Dotazník

- **Najetablovanejšia** technika zberu dát od respondentov v sociálnych vedách
- Nevyžaduje priamu interakciu výskumníka s respondentom (pošta/telefón/online)
- „Jednoduchá“ cesta ako získať dáta od veľkého počtu osôb → využitie **hlavne v kvantitatívnom výskume**
- **Štandardizovaná/štrukturovaná podoba** → posilňuje validitu a reliabilitu výskumu

Dotazník: silné stránky

- Zisk dát od **veľkého počtu** respondentov
 - **Rýchlo** (závisí na zdrojoch a možnostiach)
 - **Lacno** (relatívne – závisí od formy distribúcie, požiadaviek na vzorku (agentúra?))
- **Nižšie požiadavky na zaškolenie** tazateľov (v porovnaní s kvalitatívnymi metódami (pozorovanie/obsahová analýza, ...))
- Pomerne presvedčivá **anonymita** (ale závisí na distribúcii)
- **Nižšie skreslenie dát** z dôvodu osoby výskumníka – „interviewer bias“ (opäť závisí na forme distribúcie)

Dotazník: slabiny

- **Vysoké nároky na respondenta** – musí byť ochotný odpovedať
- **Spoliehanie sa** na to, že odpovedal pravdivo
- **Spoliehanie sa** na to, že odpovedal skutočne konkrétny respondent (závisí na forme distribúcie)
- **Riziko vynechania** niektorých otázok (závisí na forme distribúcie – force response?)
- **Riziko nízkej návratnosti** (nekompletný/nereprezentatívny dataset)

Otázky: příklad ESTA

Do any of the following apply to you? (Answer Yes or No)

A. Do you have a communicable disease; physical or mental disorder; or are you a drug abuser or addict? Yes No

B. Have you ever been arrested or convicted for an offense or crime involving moral turpitude or a violation related to a controlled substance; or been arrested or convicted for two or more offenses for which the aggregate sentence to confinement was five years or more; ~~or been a controlled substance trafficker;~~ or are you seeking entry to engage in criminal or immoral activities? Yes No

C. Have you ever been or are you now involved in espionage or sabotage; or in terrorist activities; or genocide; or between 1933 and 1945 were involved, in any way, in persecutions associated with Nazi Germany or its allies? Yes No

D. Are you seeking to work in the U.S.; or have ever been excluded and deported; or been previously removed from the United States; or procured or attempted to procure a visa or entry into the U.S. by fraud or misrepresentation? Yes No

E. Have you ever detained, retained or withheld custody of a child from a U.S. citizen granted custody of the child? Yes No

F. Have you ever been denied a U.S. visa or entry into the U.S. or had a U.S. visa cancelled? If yes, when? _____ where? _____

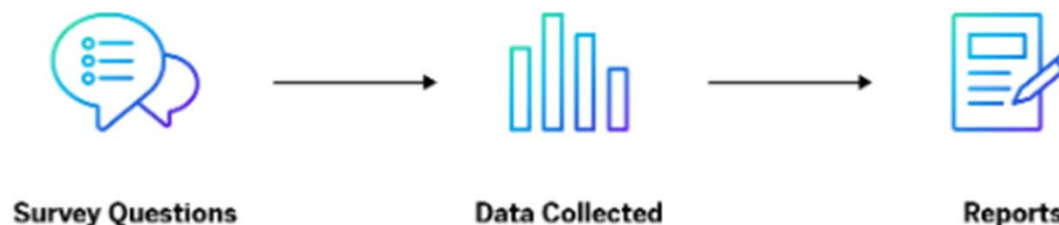
Dotazník: skôr než začneme

- Čo chcete pomocou dotazníka zistiť? (VO, hypotézy,..)
- Aké konkrétne výstupy potrebujete získať? Kto je skúmaná **populácia**? Aké **dáta**? Ako budete dáta **analyzovať**?

Prvé kroky:

Konceptualizácia a **operacionalizácia** teoretického konštruktú, ktorý chceme merať

- **Definovanie konceptu** a jeho **dimenzií**
 - napr. „spokojnosť so zamestnaním“ – dimenzie – spokojnosť s platom, spokojnosť s nadriadeným, spokojnosť s pracovnými podmienkami, ...)
- **Operacionalizácia** – stanovenie empirických indikátorov a ich transformovanie do konkrétnej otázky v dotazníku



Otázky

- Základný stavebný kameň dotazníka
- Dôležité nielen to **ČO** sa chceme pýtať, ale aj **AKO** sa to chceme pýtať
- Správna **formulácia** otázky zaručí:
 - ochotu odpovedať
 - odpovedať pravdivo
 - „*Rád bijete svoje deti?*“
 - „*Ako často páchate trestnú činnosť?*“
 - „*Považujete sa za psychicky chorého človeka?*“
- Formulovanie otázok **nie je vôbec banalita** → množstvo potenciálnych pochybení → tvorba dotazníka vyžaduje pozornú prípravu

Otázky: základné delenie

- **Otvorené**

- Respondent odpovedá **podľa vlastnej úvahy vlastnými slovami**
- Typicky od respondenta očakávame nejaké **vysvetlenie** (otázky **Prečo? Ako?, ...**)
- **Netlačia** respondenta do potenciálne skreslenej odpovede
- **Jednoduchšie** pochopiteľné (v porovnaní s inými typmi)
- Vyžadujú od respondenta **viac úsilia** (kvalita odpovede závislá na vyjadrovacích schopnostiach respondenta)
- **Predlžujú dobu** vyplňania dotazníka (maximálny limit?)
- Jednoduché na vytvorenie, **náročné na analýzu**

1. Uved'te hlavné dôvody, prečo ste sa rozhodli vstúpiť do armády:

.....
.....

Otázky: základné delenie

- **Uzavreté**

- Respondent si musí **vybrať z ponúkaných odpovedí**
- Ťažšie na vytvorenie, **jednoduchšie na analýzu** (pripravené)
- Odpovede sú **jednoducho kvantifikovateľné** (1 = úplne súhlasím, 2 = skôr súhlasím, 3 = ani súhlas ani nesúhlas, 4 = ...)
- **Rýchlejší zber** dát
- Vyššia miera **anonymity**
- Väčšia **reliabilita** naprieč respondentami (pochoopenie otázky)

2. Ktoré ročné obdobie máte najradšej?

- Jar Leto
- Jeseň Zima

Otázky: špecifické typy

- **Likertová škála**

- Jeden z najčastejšie využívaných typov
- Zložená z výrokov umiestnených na pomyselnéj ose (súhlasím-nesúhlasím)
- Vhodná na **meranie postojov** (politikám/aktérom/opatreniam ...)
- Typicky: zisťovanie **miery spokojnosti alebo súhlasu**
- Odpoveď na škále = numerické skóre (pripravené pre štat. analýzu)
- Dĺžka škály (5/7/9?)

„Ako veľmi ste spokojný/spokojná s vedením Vášho mesta?“

Veľmi spokojný	Prevažne spokojný	Ani - ani	Prevažne nespokojný	Veľmi nespokojený
1	2	3	4	5

Otázky: špecifické typy

- **Sémantický diferenciál**

- zachytenie **jemnejších rozdielov** v postojoch alebo pocitoch
- lepšie pochopenie respondentovho vnímania skúmaného objektu
- meria umiestnenie postoja na škále medzi dvomi **bipolárnymi, protikladnými** hodnoteniami
- Škála 3/5/7 (nepárna kvôli neutrálnemu postoju)

Prosím ohodnoťte vlastnosti svého nadřizeného.

Aktivní	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Pasivní
Spolehlivý(á)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Nespolehlivý(á)
Silný(á)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Slabý(á)
Rozhodný(á)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Nerozhodný(á)
Spravedlivý(á)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Nespravedlivý(á)

Otázky: špecifické typy

- **Zoznam položiek/Výber z možností**
 - Respondent si vyberá z vopred pripraveného zoznamu jednu alebo viac odpovedí (**single** vs. **multiple choice**)
 - Ponúkané možnosti musia byť **jasné, kompletne** no vzájomne sa **neprekrývajúce**

3. *Prosím, vyberte si svoju vekovú skupinu:*

- menej než 18
- 18 až 25
- 25 až 35
- 45 a viac



“There’s never an option that reflects exactly what I want to say.”

Konštrukcia dotazníka

- **Základné požiadavky**

- **Jednoduchosť** (naberá význam pri distribúcii na diaľku)
- **Zrozumiteľnosť** (formulácia otázok, vizuálna stránka)
- **Logické usporiadanie** (skupiny otázok, od všeobecného ku konkrétnemu)
- **Príťažlivosť** pre respondenta (benefit/vizuál/záujem o problematiku)
- Zahrnutie **len toho**, čo chceme naozaj zistiť (↑ dĺžka, ↑ cena, ↓ ochota vyplniť)
 - ✓ Definovaný výskumný cieľ, prípadne hypotézy

Konštrukcia dotazníka

- **Úvodná časť**

- Väčšina respondentov, ktorí dotazník nedokončia, skončia práve tu!
- Cieľ: získať **pozornosť**, **ochotu** (motivácia) a **dôveru** respondenta
- Informácie o **účele dotazníka/anonymite/časovej náročnosti/odmene**

- **Inštrukcie**

- **Jednoduché** otázky s minimálnou záťažou, **zaujímavé** (upútanie pozornosti)
- **Nezačínať** s demografickými otázkami (– pocit narušenia anonymity, radšej na záver)
 - **Výnimka**: filtračné otázky (rôzni participanti = rôzny prechod dotazníkom)

Konštrukcia dotazníka

- **Prostredná (hlavná) časť**
 - **Kľúčové**, meritórne, otázky výskumu
 - Logické celky
 - Vyššia záťaž pre respondenta
- **Ku koncu (záver)**
 - Respondent môže byť **unavený**
 - **Citlivé/problematické** otázky (možná negatívna reakcia respondenta)
 - Demografické otázky
 - Podakovanie

Najčastejšie chyby

- Tvorba dotazníku poskytuje **veľký priestor pre chyby** → premyslieť a **testovať**
- Nevhodne zvolené **poradie otázok**
 - Poradie otázok môže **skresliť** odpovede
 - Napr.: ak sa budeme pýtať najprv na spokojnosť v nejakej **špecifickej** oblasti života (práca), tak to môže ovplyvniť odpovede na **všeobecné** otázky o spokojnosti (život ako taký)
 - **Priming** – ovplyvnenie odpovede indukovaním nesúvisiacej myšlienky
 - Ako veľmi máte radi Francúzske jedlo?
 - Ktoré sú vaše tri najobľúbenejšie dovolenkové destinácie?
 - Séria veľmi podobných otázok po sebe → strata pozornosti → rovnaké odpovede („**habituácia**“)

Najčastejšie chyby

- Nevhodne zvolené poradie možností odpovede

- tendencia vyberať odpovede, ktoré sú „najbližšie“ (fyzicky/vizuálne)
- pri nejasných/náročných otázkach
- pri množstve podobných možností odpovede

- napr. zistujeme čo v ľuďoch vyvoláva úzkosť:

- strach zo smrti,
- choroba,
- obavy zo straty zamestnania,
- škaredé počasie,
- dlhy,
- vojna,
- nedostatok financií
- ...



Najčastejšie chyby

- **Sugestívne otázky**

- navádzajú na určitú odpoveď
- manipulatívne/zaujaté formulácie
- *Podporujete v týchto ťažkých časoch, kedy COVID-19 pácha viac škôd než 2. svetová vojna, kroky súčasnej vlády?*
- *Bolo rozhodnutie vlády znížiť výdaje na obranu, vd'aka čomu sa stala naša krajina zraniteľnejšou, dobrým krokom?*

- **Nenúťte respondentov **odpovedať****

- Ak by odpovedanie malo vyvolať psychický diskomfort alebo nepravdivé odpovede (vedomostné otázky)
- Neviem/Nechcem odpovedať
- Pri kľúčových otázkach nie je na výber

Najčastejšie chyby

- Otázky obsahujúce **súhlas**
 - formulovanie otázky ako **súhlas s tvrdením**
 - jednoduché → často využívané
 - **kontroverzné - tendencia vyjadriť súhlas** bez ohľadu na obsah tvrdenia
 - *Súhlasíte s tým, že muži sú vhodnejšími kandidátmi na prezidenta než väčšina žien?*
 - riešenie: **vybalansovať** formuláciu – súhlas aj nesúhlas
 - *Povedali by ste, že muži sú vhodnejšími kandidátmi na prezidenta než väčšina žien, rovnako vhodnými ako ženy, alebo že ženy sú vhodnejšími kandidátkami než muži?*

Najčastejšie chyby

- Dvojhlavňové otázky

- *double-barreled questions*

- dve otázky v jednej

- respondent **nemôže/nechce** na jednu časť otázky odpovedať

- → **nepresné** odpovede/**žiadne** odpovede

- *Považujete trest smrti za historický prežitok a myslíte si, že by sa mal zakázať na celom svete?*

- *Sú rodinné stretnutia pre Vás a Vašu rodinu dôležité?*



Najčastejšie chyby

- **Komplikované a vyčerpávajúce otázky**

- *Podporujete alebo odmietate systematickú reformu imigračnej politiky, ktorá by umožnila orgánom štátnej správy efektívne administrovať proces udeľovania vízových povolení a posilňovala súčasné legislatívne nastavenia?*

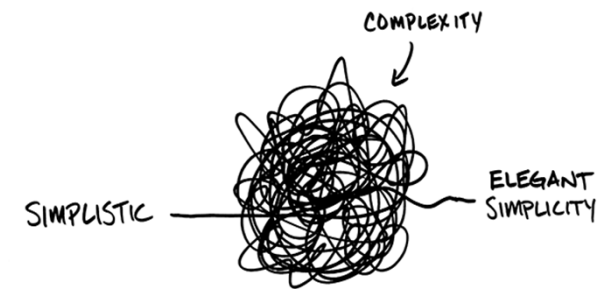
- **Vágne a málo špecifické otázky**

- *Kedy ste sa prisťahovali do Brna?*

(pri otvorenej otázke nejasný typ odpovede – po strednej škole/keď som mal 20 rokov/...)

- *Ste ranné vtáča?*

Ak sa spätne pozriete na posledných sedem dní, v akom čase zvyknete ráno vstávať?



Najčastejšie chyby

- Používanie menej známych skratiek

- *Súhlasíte s vyjadreniami NÚKIB ohľadom zvýšeného rizika kybernetických hrozieb?*

- Otázky bez časového ohraničenia

- *Koľko cigariet ste vyfajčili za celý svoj život?*

- Používanie slangu/žargónu

- *Do akej miery podľa vás ohrozujú antiwaxeri verejné zdravie?*

- Používanie dvojitého (viacnásobného) záporu

- *Myslíte si, že nie je správne, ak polícia nemôže efektívne zasiahnuť proti environmentálnej kriminalite?*



Najčastejšie chyby

- Používanie citlivých otázok
 - *Bijete svoje deti?*
 - **Projekčné otázky:**
 - *Niektorí ľudia zvyknú biť svoje deti. Aký je váš osobný názor na používanie fyzických trestov pri výchove detí?*
 - Vek, príjem - intervaly
- Otázky s nevhodne zvolenými možnosťami odpovede
 - *Ponúkajú väznice dostatočný priestor pre vzdelávacie aktivity, alebo by sa mal rozšíriť?*
 - ÁNO - NIE



Pilotáž

- Predbežné **otestovanie** dotazníka na menšej vzorke (akej?)
- Overíme si:
 - **ako dlho** trvá vyplnenie dotazníka
 - či je rozsah dotazníka pre respondenta ešte **únosný**
 - či respondenti otázkam **rozumejú** (a rozumejú im správne)
 - či respondenti **rozumejú inštrukciám** vyplňania pri zložitejších otázkach
 - či nám niektoré otázky **nechýbajú** (alebo nechýbajú možností odpovede)
- Aj vo forme následného **kvalitatívneho rozhovoru**

Praktické aspekty

- **Výber vzorky**

- Kto budú respondenti (charakteristika) a prečo?

- **Spôsob distribúcie**

- Ako dotazník dostanem k respondentom?

- **Návratnosť dotazníka**

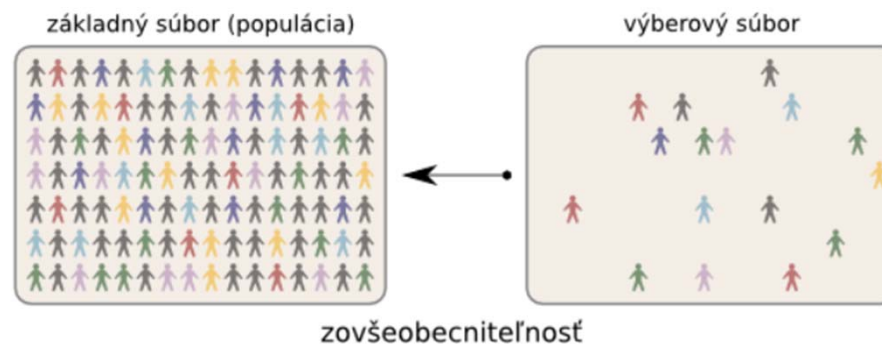
- Ako dosiahnem čo najväčšiu ochotu respondentov odpovedať na moje otázky?



Výber vzorky

Základné pojmy:

- **Populácia** (základný súbor)
 - Všetky subjekty, na ktoré sa majú výsledky výskumu vzťahovať
 - Príklad: výskum členov Armády ČR → **VŠETCI** členovia Armády ČR
 - Ťažko dostupná
- **Vzorka** (výberový súbor)
 - Skupina sledovaných jednotiek – **výber z populácie**
 - Vždy menší ako populácia (logicky 😊)
- **Cieľ**: získať na základe odpovedí od vzorky výsledky **zovšeobeciteľné** na celú populáciu



Výber vzorky

- Práca so **vzorkou** je teda veľmi často **nevyhnutná**
- Naopak práca s celou **populáciou nie je nutná** (štatistické metódy)
- **Praktické výhody** práce so vzorkou:
 - Nižšie finančné náklady
 - Menšia časová náročnosť
 - Jednoduchšia organizácia
- **Správna vzorka:**
 - čo najvernejšie imituje celú populáciu
 - **reprezentatívna**
 - samotná veľkosť nie je až tak podstatná
 - ako skonštruovať správnu vzorku? (rôzne prístupy výberu)

Náhodný výber

- Každá jednotka populácie **má rovnakú pravdepodobnosť**, že sa dostane do vzorky
- **Mechanizmus výberu:** losovanie z osudia, generovanie náhodných čísiel
- Parametre výberu nie sú ovplyvnené výskumníkom, len **náhodou**
- Čím väčšia vzorka, tým viac sa podobá populácii
 - Rozdiel je stále pomalší
 - Ohľad na pomer cena/výkon
 - Ak pridám 10 000 jednotiek do vzorky nad rámec prvých 1000, bude imitácia populácie o niečo presnejšia, ale náklady budú **neúmerne**
- **Výhody:**
 - Imituje nielen známe, ale aj neznáme/nepozorovateľné vlastnosti populácie

Kvótny výber

- Jednotky **nemajú rovnakú pravdepodobnosť** výberu
- Jednotky do vzorky vyberáme na základe výskytu **pozorovateľných** znakov v danej populácii (pohlavie, vek, vzdelanie, ..)
- Rozloženie znakov vo vzorke musí zodpovedať rozloženiu v celej populácii
- Príklad: výskum členov Armády ČR
 - Vo vzorke musí byť rovnaký podiel jednotlivých hodností/vekových kategórií, pohlavia atď. ako v celej armáde
- Slabiny:
 - **POZOR:** imituje **iba známe (pozorovateľné)** vlastnosti populácie
 - Pri kombinovaní viacerých znakov → **možný nedostatok jednotiek** (napr.: muž, 45-50 rokov, z obce do 2000 obyvateľov, s právnickým vzdelaním)

Ďalšie nepravdepodobnostné výbery

- **Anketa**

- problém: **samovýber**, výber respondentov nie je nijako kontrolovaný výskumníkom (rôzna ochota vyplniť dotazník)

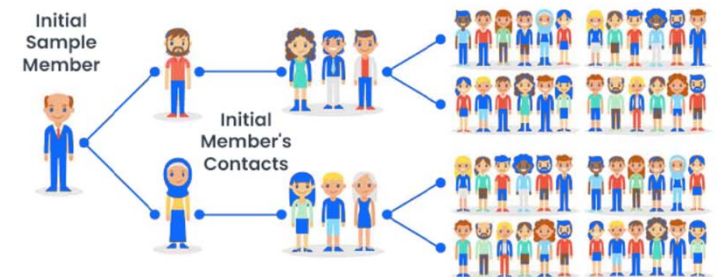
- **Snowball**

- respondent doporučí ďalších vhodných respondentov

- **Problém:** nemožnosť zovšeobecňovania výsledkov na celú populáciu



“Not now - I’m under a lot of atmospheric pressure.”



Spôsob distribúcie dotazníka

- Dotazník nutne nevyžaduje osobný kontakt s respondentami
- Existujú osobné (**bezprostredné**) aj **dial'kové** formy
- Každá ma svoje **výhody** aj **nevýhody**
- Neexistuje jediná **IDEÁLNA/NAJLEPŠIA** forma distribúcie



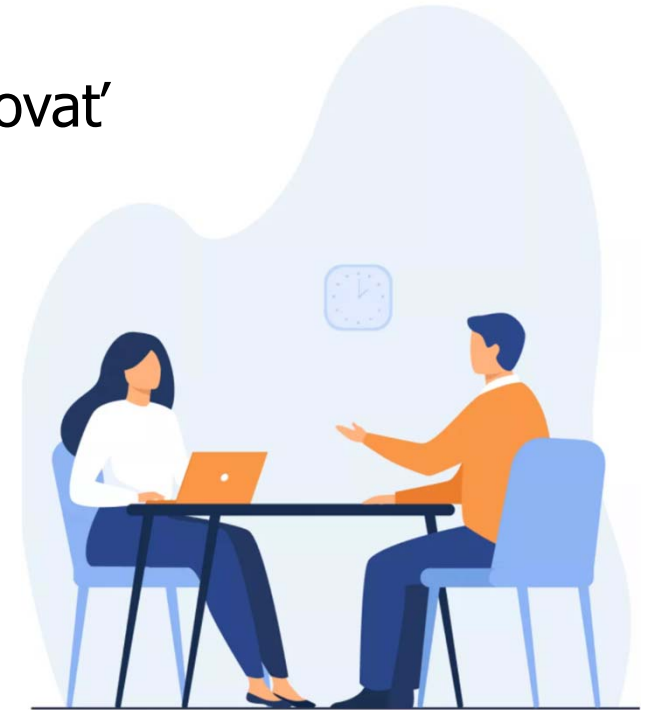
Spôsob distribúcie: face-to-face

• VÝHODY:

- Zisk spätnej väzby vďaka kontaktu s respondentom (testovanie dotazníka)
- Priestor pre vyjasnenie otázok (radšej formulovať otázky jasne už vopred)
- Vyššia návratnosť

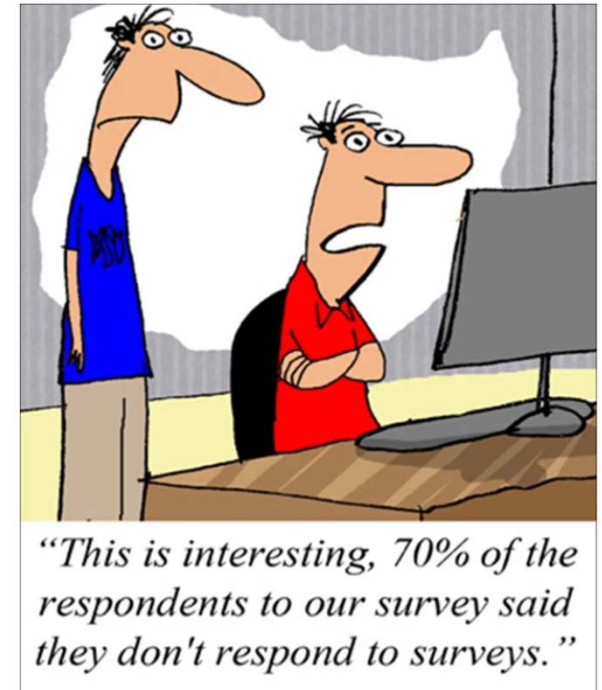
• NEYHODY:

- Časovo aj finančne nákladné
- Spochybnená anonymita
- Interviewer bias (tazateľové charakteristiky ovplyvnia odpovede)



Spôsob distribúcie: diaľkovo

- Telefonicky, poštou, online
- **VÝHODY:**
 - Pokrytie **veľkej skupiny** osôb
 - Vyšší (pocit) **anonymity**
 - Nižšia **cena** a menšie časové nároky
 - Jednoduchší **management** zberu (pozvánky, dáta,...)
 - Možnosť **interaktívneho** dotazníka (online)
 - Zmierňujú problém s interviewer bias a social desirability (konzumácia alkoholu, výchova detí, ...)
- **NEVÝHODY:**
 - **Nižšia návratnosť** (častejšie predčasné ukončenie)
 - Vyplňuje dotazník skutočne náš respondent?
 - Problematická **dostupnosť** niektorých segmentov populácie (starí ľudia, vylúčené lokality, ...)
 - Nemáme kontrolu nad **kontextom**, v ktorom sa respondent nachádza (otázky na momentálne pocity – zima/stres/smútok, ...)



Návratnosť dotazníka

- Kľúčový aspekt: nízka návratnosť ohrozuje **reprezentativitu** (aj samotný výskum)
- Faktory, ktoré ju môžu zvýšiť:
 - **Vzhľad** (dizajn) dotazníka (**čitateľné** farby/obrázky/pozadie/fonty)
 - **Dĺžka** dotazníka
 - Čím dlhší, tým menšia ochota odpovedať (informovať na začiatku, pravdivo!)
 - Nevyčerpať respondenta
 - Dlhší dotazník „rozbit“ zmenami v jeho priebehu (grafické odpovede, typ otázky)
 - **Znenie** otázok a ich štruktúra
 - Logické členenie (nemiast' respondenta)
 - Pozor na citlivé, osobné otázky

Návratnosť dotazníka

- Faktory, ktoré ju môžu zvýšiť (pokračovanie):

- **Odmeny** pre respondentov

- **priama** odmena pre každého alebo **lotéria**
- „**Rozumná**“ výška odmeny (malá – neochota, vysoká – neetické)
- Pozor pri online dotazníkoch – **tendencia zapojenia blízkych osôb** kvôli odmene (deformácia reprezentatívnosti)
- Nefinančná odmena: kredity (áno/nie?)
- Riziko vychovania „pokusných králikov“ (profesionálnych respondentov)

- Správanie výskumníka

- **Dôveryhodnosť** organizácie realizujúcej výskum



Návratnosť dotazníka

- Návod na **zlý dotazník**:
 - Príliš dlhý
 - Príliš veľa otázok mapujúcich aj nepodstatné informácie
 - Vysoká cena
 - Nízka návratnosť
 - Nelogicky zoskupené otázky/nevhodne zvolené poradie
 - Prítomnosť najčastejších chýb
 - Sugestívne
 - Vágne
 - Komplikované
 - Dvojhlavňové/slang/dvojitý zápor,...
 - Nevhodné/neprijemné vystupovanie výskumníka (face-to-face, telefón)

Etické aspekty

- **Bežná zdvorilosť** – oslovenie, poďakovanie za účasť (aj pri odmietnutí)
- **Oboznámenie** respondenta s témou výskumu
 - **stručne (!)**, aby nebol ohrozený samotný výskum (napr. výskum sexuálneho obťažovania na pracovisku)
 - **pravdivo** (aj keby klamstvo malo zvýšiť ochotu odpovedať)
 - organizačné pozadie
- Zaručenie (pocitu) **anonymity** a **dôvernosti**
 - pozor na prvky, ktoré by mohol respondent chápať ako identifikačné znaky (napr. výskum v mieste bydliska, IP adresa pri online zbere, telefónne číslo pri tel. zbere)
 - výskum špecifických populácií (napr. týrané ženy)
 - Dosiahneme:
 - pravdivejšie a úprimnejšie odpovede
 - zvýšime ochotu odpovedať (reprezentativita vzorky)
- Účasť musí byť **dobrovoľná**
 - respondent o tom musí byť **vopred** informovaný
 - možnosť kedykoľvek odstúpiť od výskumu
 - môže ohroziť reprezentativitu vzorku (menej vzdelaní-vyššia tendencia odmietania)
 - **výnimky**: napr. sčítanie obyvateľstva, lekárske vyšetrenia, študenti ako súčasť hodnotenia (účasť za kredity?)

Etické aspekty

- **Informovaný súhlas** na začiatku (konci?) dotazníka
 - Účel výskumu a základná procedúra
 - Naznačenie potenciálneho rizika a ujmy, ak existuje (napr. citlivé otázky)
 - Informácie o benefitoch plynúcich z účasti (peňažné/spoločenské)
 - Popis mechanizmu výberu respondenta (oprávnené obavy, napr. týrané ženy)
 - Ponuka zodpovedania akejkoľvek otázky výskumníkom (face-to-face vs. online)
 - Ubezpečenie o dobrovoľnosti účasti (a možnosti odstúpenia)
 - Informácie o realizátorovi a sponzorovi výskumu
 - Informácie o nakladaní s dátami (anonymizácia odpovedí), GDPR
 - Vyslovenie jasného a preukázateľného **SÚHLASU** s účasťou (face-to-face vs. telefón/online)
 - Problematické pri niektorých populáciách (napr. utečenci a potenciálne perzekúcie, zamestnanci a strach z nadriadeného, mentálne znevýhodnení)

Etické aspekty

• Asistencia pri vyplňaní

- špecifické populácie (seniori, vylúčené lokality, deti)
- **Pozor!** Bežná asistencia (zapisovanie odpovedí) vs. podnecovanie/navádzanie na konkrétne odpovede (analógia k sugestívnym otázkam)
- Nenavádzať ani nepriamo:
 - „Ktoré problémy najviac trápia vašu obec? Zaškrtnite všetky možnosti“

Nečistota na uliciach		Nedostatek parkovacích miest	
Smog		Zlý stav ciest	
Pouličná kriminalita		Málo zelene	
Hluk vo večerných hodinách		Nedostatok detských ihrísk	
Nespoľahlivosť verejnej dopravy		Korupcia na radnici	

Nástroj na tvorbu dotazníkov



- Tvorba online dotazníkov
- **Jednoduchý** a intuitívny dizajn
- Množstvo **funkcionalít** (zobrazovacia a prechodová logika, vetvenie, kvóty, distribúcia a zber, ...)
- Dostupná **neobmedzená** licencia
- **Vzdialený** prístup