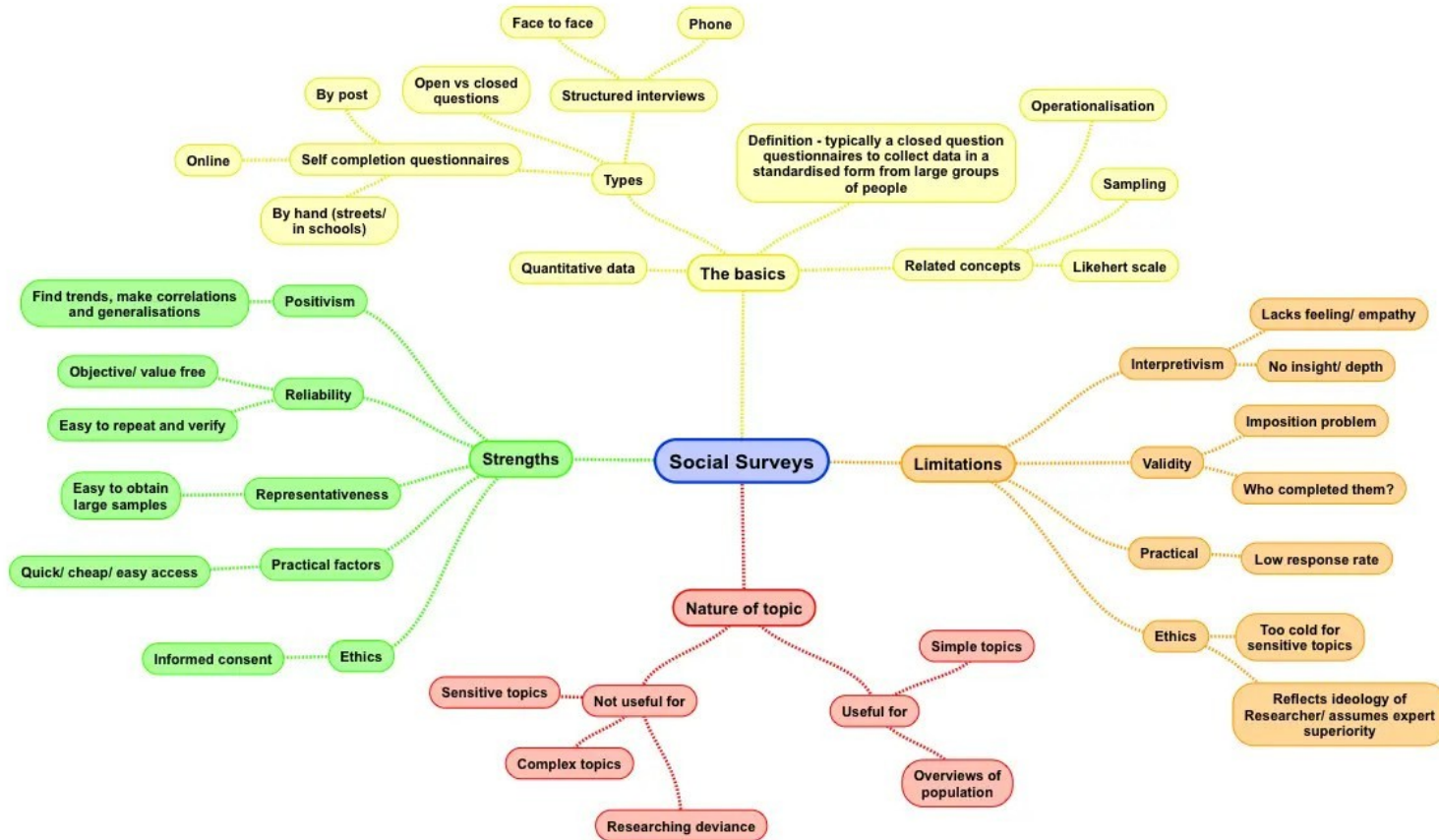


PŘÍPRAVA DOTAZNÍKU PRO VÝBĚROVÉ ŠETŘENÍ

Petr Fučík

(SOC 1006 METODOLOGIE SOCIÁLNÍCH VĚD TÝDEN 10)

„Social Surveys“ mentální mapa



<https://revisesociology.com/2016/01/11/social-surveys-advantages-and-disadvantages/>

Dříve než začneme se „SURVEY“ - otázky spojené s výběrem přístupu

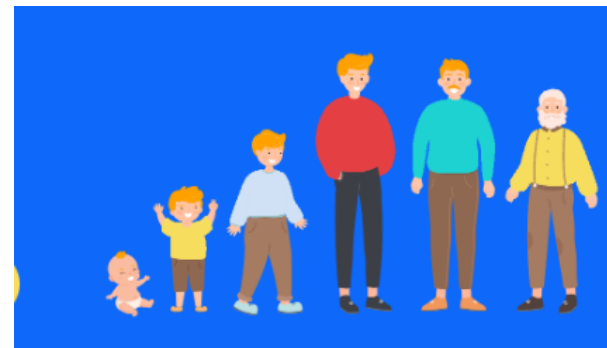
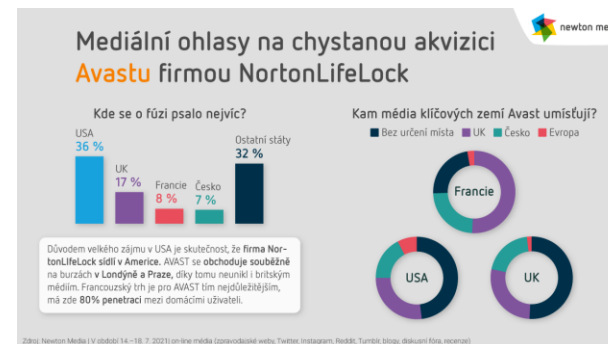
**Otázky které se nekladou tak často,
jak by měly:**

Je nutné sbírat vlastní data?

Lze data získat neintervenující technikou?

Jaký časový rozměr dat potřebuji?

gesis
Leibniz Institute
for the Social Sciences



Časová dimenze dat



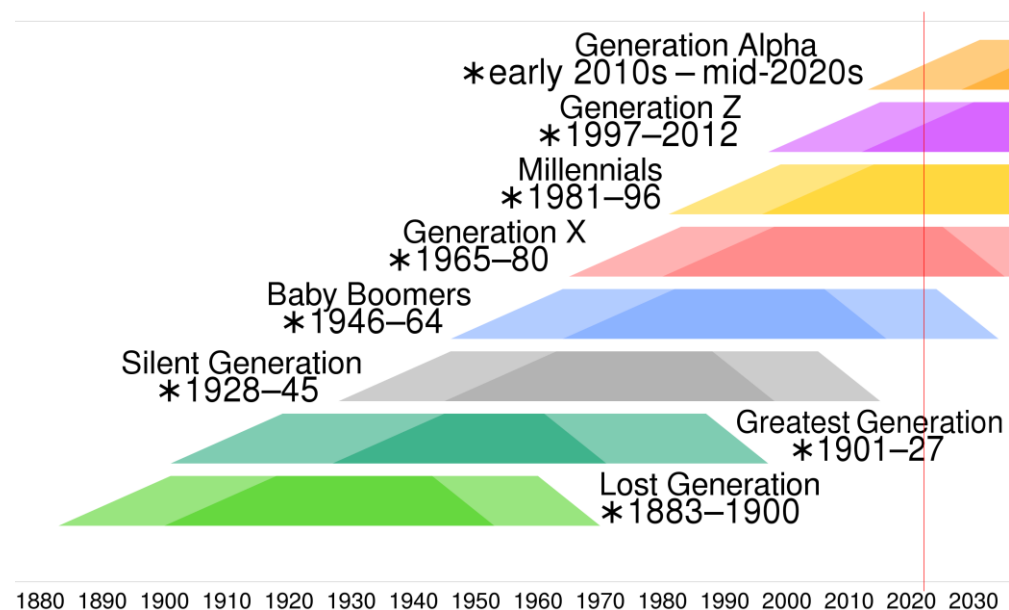
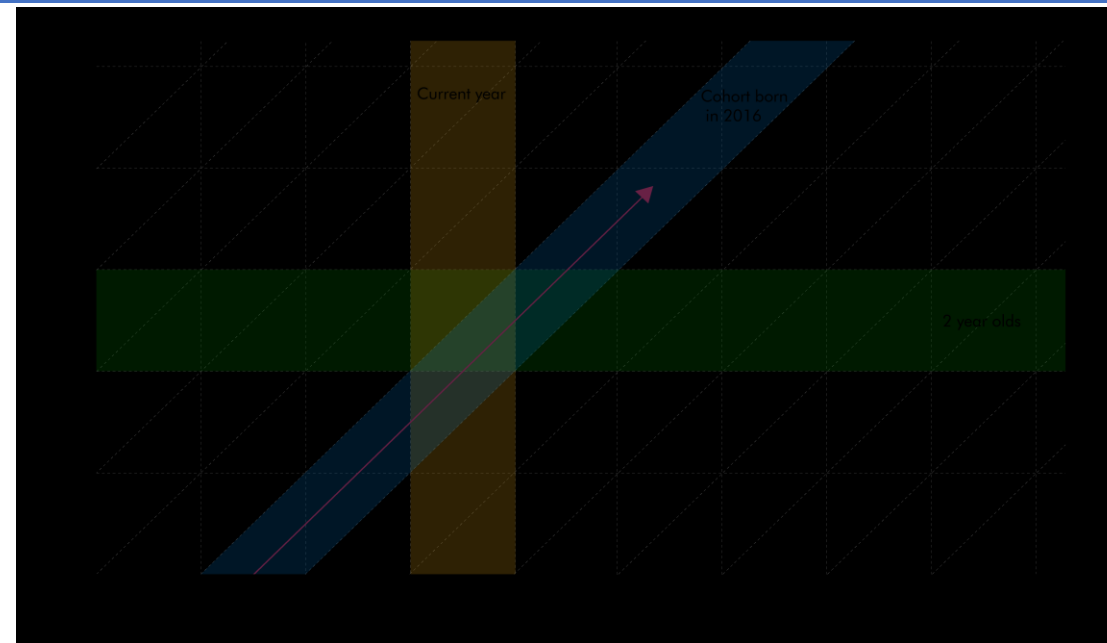
kohortní studie

studie trendů

panelová studie

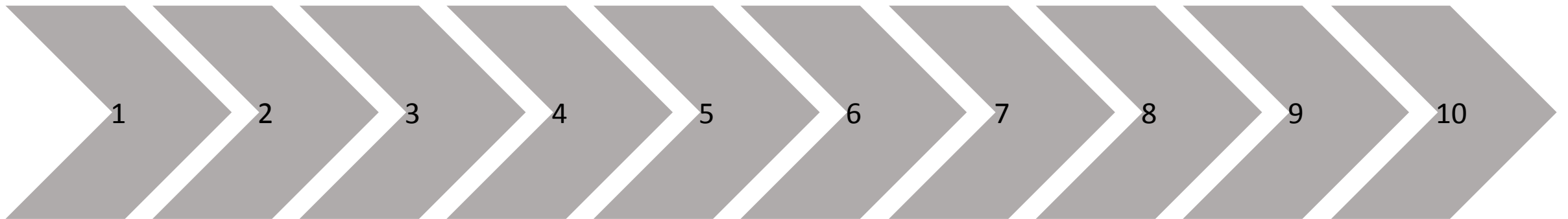
+

longitudinální výzkum

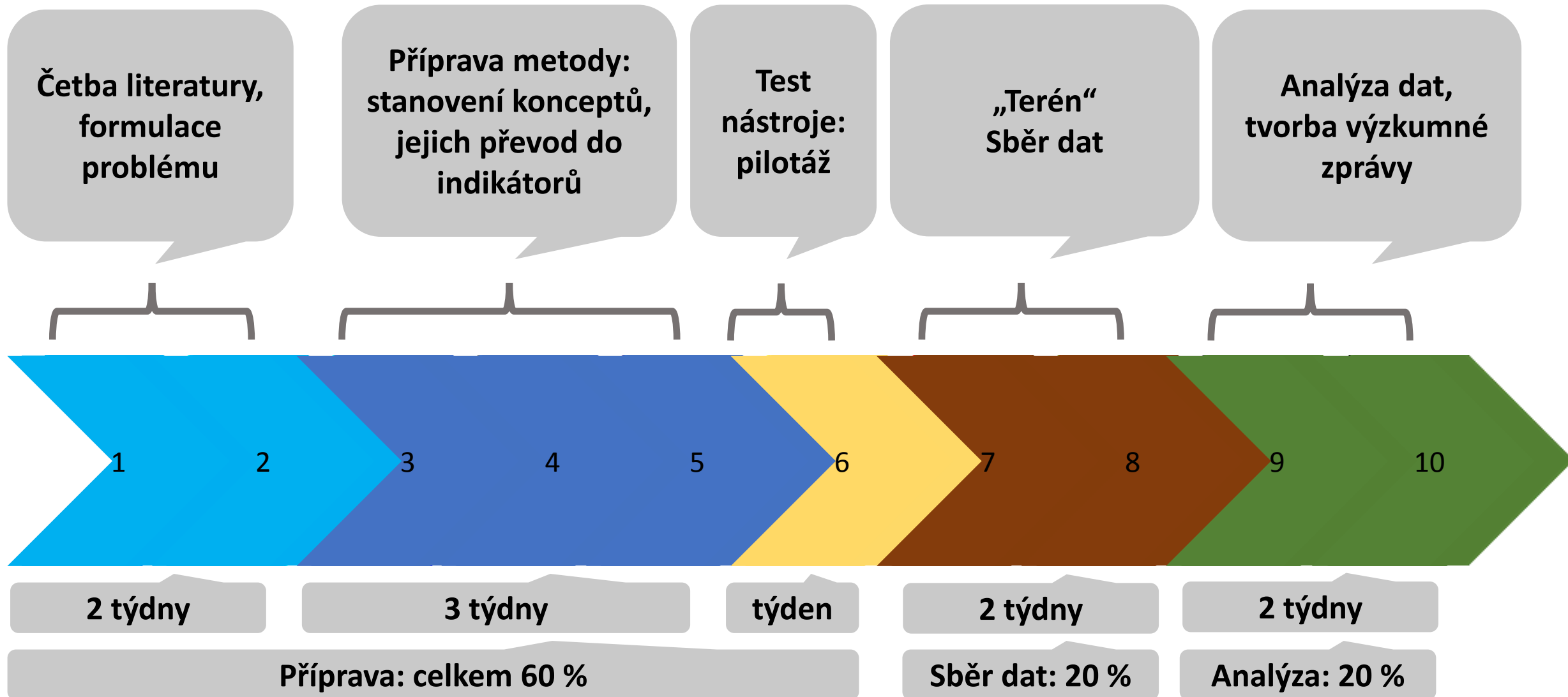


NEJPRVE PLÁNOVÁNÍ ČASU...

KDYBYCH MĚL 10 TÝDNŮ (MĚSÍCŮ) NA VÝZKUM...



KDYBYCH MĚL 10 TÝDNŮ NA VÝZKUM...



Ovšem pozor!

Prvotní fáze nejsou tak docela lineární a odehrávají se paralelně, protože musím uvažovat v souvislostech - například:

Operacionalizace souvisí s výběrem vzorku (jaké populaci mohu klást jaké otázky)

Konstrukce nástroje souvisí s typem sběru dat/dotazování (jako otázky mohu klást v on-line dotazníku, jaké při osobním dotazování)

atp.

ETAPY VÝZKUMU PODROBNĚJI:

Formulace problému (jen četbou zajistíme, abychom neobjevovali Ameriku)
Formulace výzkumné otázky (nutnost vhodného zúžení tématu)
Formulace hypotéz (existují předpoklady o vztazích jevů, které zkoumáme?)

Četba literatury, formulace problému

Rozhodnutí o technice sběru informací (dotazník, pozorování, rozhovor...)
Rozhodnutí o populaci a vzorku (kdo nás zajímá? jak se k němu dostaneme?)
Pilotní studie (je informace, kterou požadujeme k dispozici?)
Operacionalizace (převod konceptů do měřitelné podoby)
Konstrukce nástroje pro sběr dat (tvorba otázek do dotazníku)

Příprava metody: stanovení konceptů, jejich převod do indikátorů

Pilotáž nástroje (ověření funkčnosti a srozumitelnosti dotazníku)

Test nástroje: pilotáž

Sběr dat (tazatelé, telefonisté, on-line, pošta, distribuce...)

„terén“

Zpracování dat (jak dostat data do formátu pro analýzu? Digitalizace)
Analýza a interpretace dat (statistické vyhodnocení a úvahy nad výsledky)
Závěry (k čemu to všechno bylo 😊)

Analýza, report

Formulace problému (jen četbou zajistíme, abychom neobjevovali Ameriku)
Formulace výzkumné otázky (nutnost vhodného zúžení tématu)
Formulace hypotéz (existují předpoklady o vztazích jevů, které zkoumáme?)

Četba literatury, formulace problému

X – NEZÁVISLE PROMĚNNÁ
- JE PŘEDPOKLÁDANOU
PŘÍČINOU

**Typ péče po
rozchodu
rodičů**

Y – ZÁVISLE PROMĚNNÁ
- JE PŘEDPOKLÁDANÝM
DŮSLEDKEM

**Postoje k
manželství**

**Z – INTERVENUJÍCÍ (ČI
KONTROLNÍ PROMĚNNÉ)**

JSOU HLAVNÍMI PODEŽŘELÝMI,
CO MŮŽE MODIFIKOVAT
PŮVODNÍ VZTAH MEZI X - Y

deprivace)

Charakteristi
ky dítěte
(ostatní
vlastnosti)

Sourozenci,
kamarádi
přátelé
(sociální
kontakt)

Komplexnost
rodiny po
rozchodu
(noví partneři)

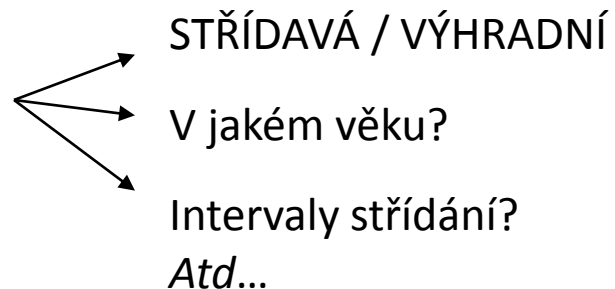
Atd... atp...

LOGIKA PŘÍPRAVY VÝBĚROVÉHO ŠETŘENÍ:

TŘI TYPY INDIKÁTORŮ:

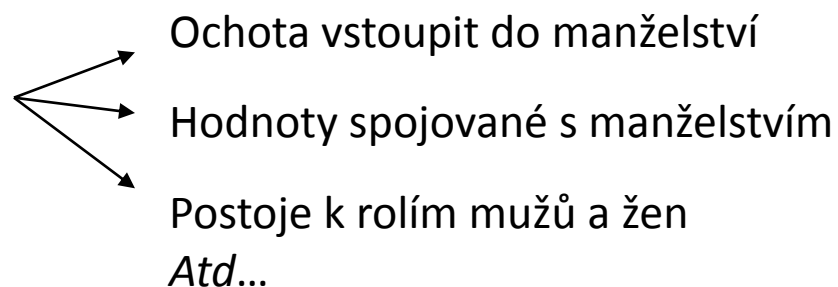
X – NEZÁVISLE
PROMĚNNÁ

TYP PÉČE



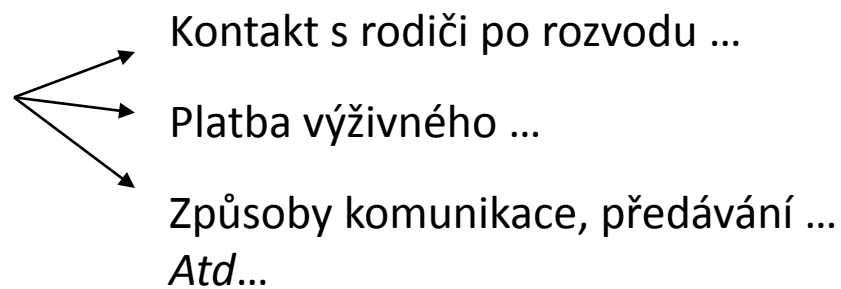
Y – ZÁVISLE
PROMĚNNÁ

**POSTOJE K
MANŽESLTVÍ**



Z – KONTROLNÍ
PROMĚNNÉ

**ÚROVEŇ
KONFLIKTU**



Atd...

kdy není hypotéza testovatelná

- **Obsahuje-li příliš vágní, nejasné, všeobecné či mnohovýznamové pojmy**
muži jsou lepší řidiči
- **Je tautologická/cirkulární (nějaký jev vysvětlujeme tímtež jevem nebo skutečností)**
čím vyšší sociální třída tím vyšší příjem
- **Odvolání se na síly nebo ideje, které doposud věda nezná nebo nejsou ověřitelné**
ženy vyzařují pozitivnější energii než muži
- **Nelze ji operacionalizovat – pozitivistický přístup**

Nepříliš plodné hypotézy

- **Tipy na výsledky**

Nadpoloviční většina respondentů bude mít vysoký sociální kapitál

- **Existence/neexistence**

Na pracovištích se vyskytuje sexuální obtěžování

- **Velmi nízká obecnost**

Souhlas s otázkou x bude korelovat se souhlasem na otázku y.

Hypotézu testuje výzkumník, ne respondent!!!!

Vliv komunikačních technologií na znalosti žáků

10. **Odhadněte, v jaké míře ovlivňuje použití informačních technologií ve vaší výuce:**
Představte si dvě učební situace, při jedné z nich je použito informačních technologií, při druhé z nich ne. Pro každou možnost vyberte jednu odpověď.

		<i>velmi velkou měrou</i>	<i>velkou měrou</i>	<i>do jisté míry</i>	<i>malou měrou</i>	<i>vůbec ne</i>	<i>nevím</i>
1.	zlepšení základních čtecích dovedností žáků	1	2	3	4	5	6
2.	zlepšení základní znalosti psaní	1	2	3	4	5	6
3.	zlepšení základních znalostí počítání	1	2	3	4	5	6
	...atd	1	2	3	4	5	6

**Pokud mne zajímá subjektivní posouzení vlivu, pak lze takto
Pokud testuji hypotézu ICT -> efektivita výuky, tak ne!**

Rozhodnutí o technice sběru informací (dotazník, pozorování, rozhovor...)
Rozhodnutí o populaci a vzorku (kdo nás zajímá? jak se k němu dostaneme?)
Pilotní studie (je informace, kterou požadujeme k dispozici?)
Operacionalizace (převod konceptů do měřitelné podoby)
Konstrukce nástroje pro sběr dat (tvorba otázek do dotazníku)

**Příprava metody: stanovení
konceptů, jejich převod do
indikátorů**

etapy podrobněji – konceptualizace

účelem je co nejjasněji definovat pojmy, které používáme

- návaznost na teorie
- rozlišení dimenzí pojmu
- stanovení indikátorů

konceptualizace souvisí s operacionalizací

konceptualizace definuje pojem v různých úrovních abstrakce až po velmi konkrétní indikátory

operacionalizace definuje soubor činností jak pozorovat empirické projevy – indikátory konceptu

etapy podrobněji - operacionalizace

stanovení množiny operací, jimiž je proměnná měřena

- **Indikátor = pozorovatelný příznak určité charakteristiky**
- 4 etapy Operacionalizace podle Lazarsfelda.:
 - 1. Intuitivní představa pojmu (*„každodenní“ zkušenost*)
 - 2. Specifikace pojmu, jeho pokrytí spektrem indikátorů
 - 3. Výběr indikátorů – kontext výzkumu, jejich zastupitelnost
 - 4. Formování znaku, konstrukce indexu

Různě definované systémy indikátorů mohou poskytovat stejné, ale i různé výsledky

Indikátor odkazuje k pojmu, není s ním však totožný. Riziko redukce.

ABSTRACT CONCEPTS

Social capital

Dimensions

Structure relations-

Quality of social relations—*norms*

Sub-dimensions

Trust

Reciprocity

Sub-dimensions

Spatial location

Size/capacity

T

ation

Social

Civic/
institutional

Further sub-dimensions

Formal

Further sub-dimensions

Friends

Extended family

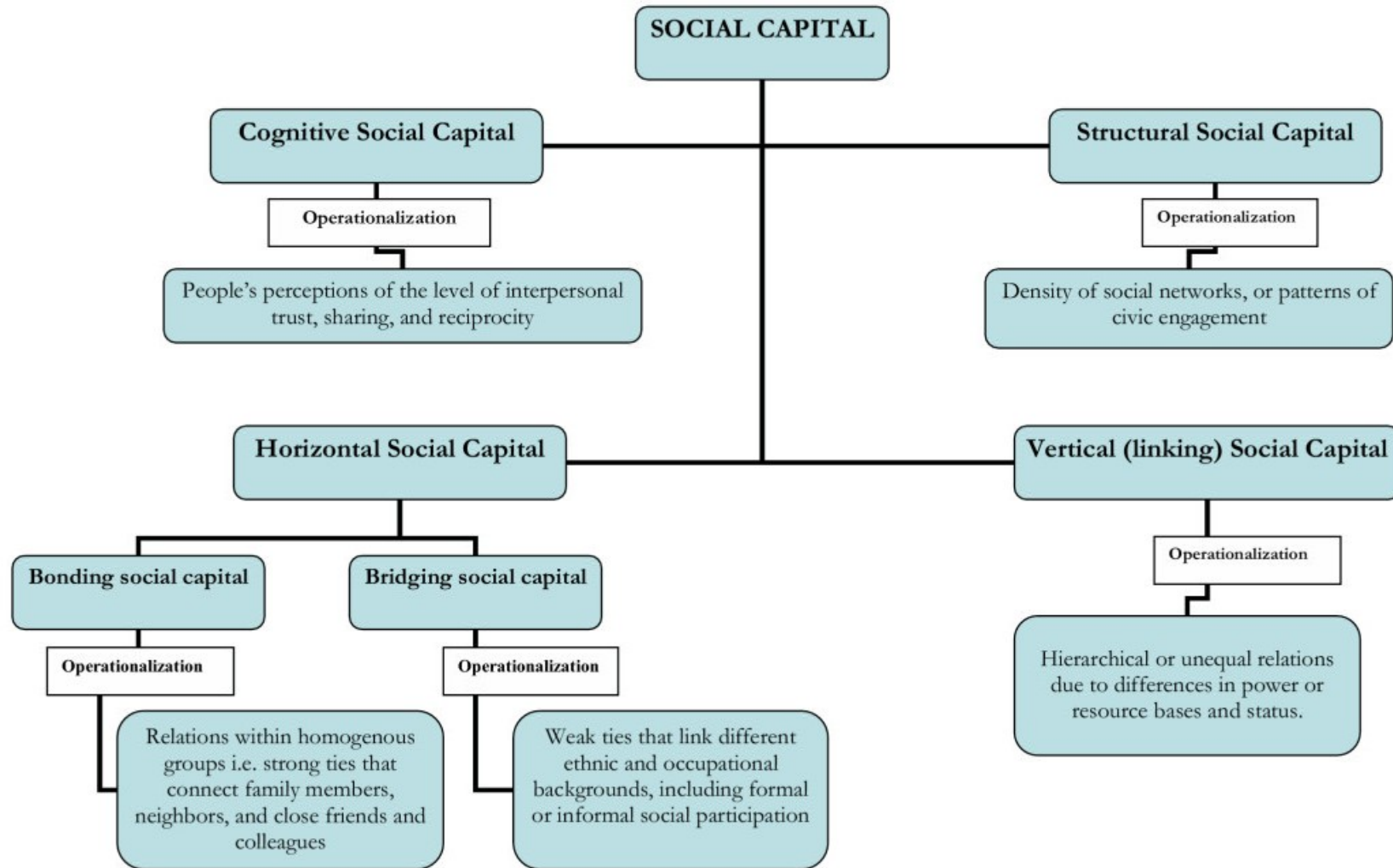
Community

- Confidence in:
- Legal system
 - Education system
 - Church
 - Politicians
 - Media
 - Banking system
 - Police
 - Health system
 - Local government

INDICATORS

- Frequency of:
- Talking
 - Helping
 - Shared activities

Příklad konceptu





Obr. 1 – Strukturální a kognitivní sociální kapitál ve vztahu k řádovostní úrovni
Zdroj: Grootaert, van Bastelaer (2002; upraveno)

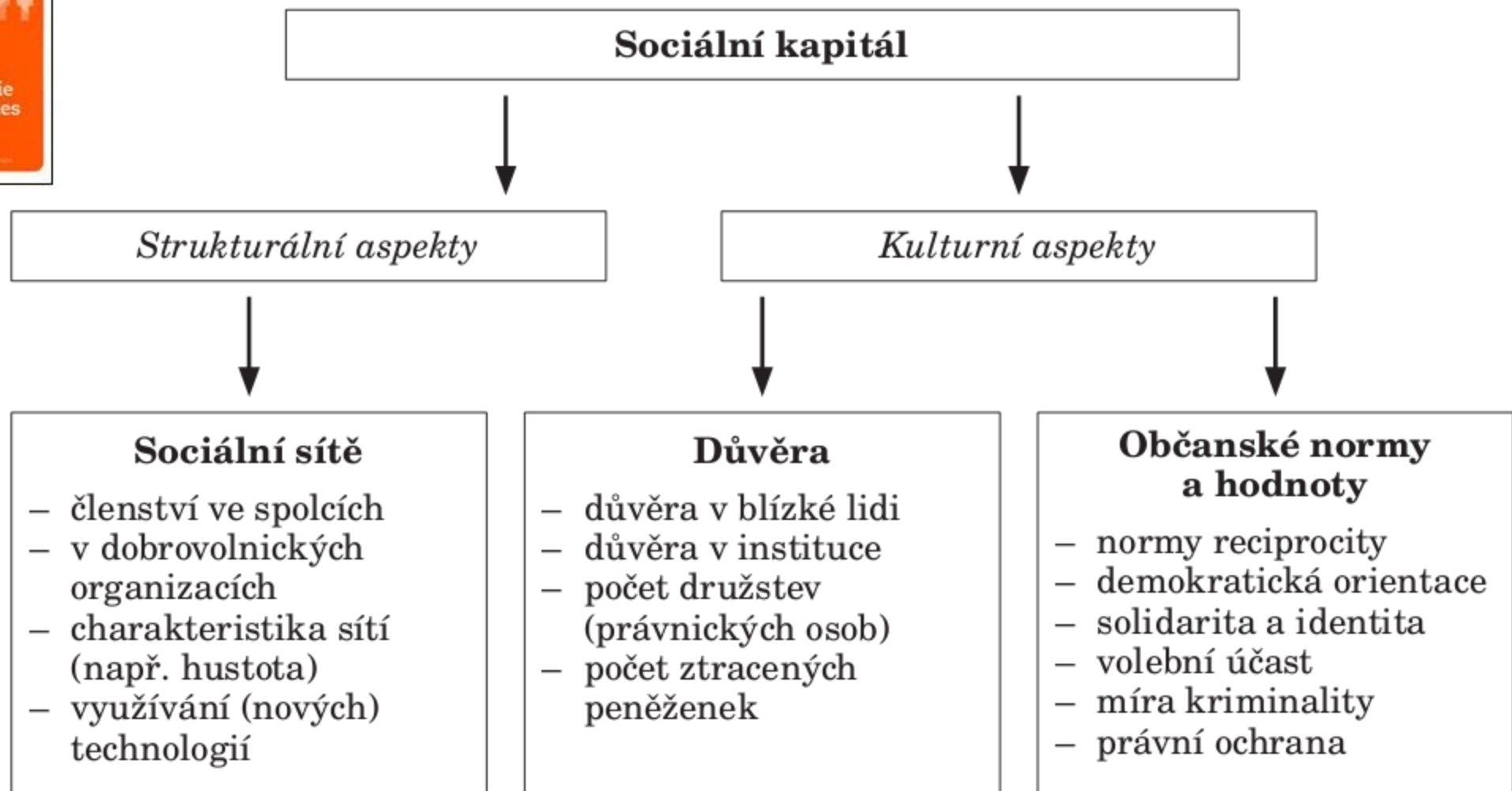
Tab. 1 – Přehled vybraných ukazatelů použitých při hodnocení územní diferenciaci sociálního kapitálu v rámci Česka

Řádovostní úroveň	Autor	Ukazatel
Kraj	Kostelecký, Patočková, Vobecká (2007)	počet nestátních neziskových organizací
		čtenost regionálních, celostátních novin a sledovanost TV zpráv, % populace
		důvěra prezidentovi, krajským a obecním zastupitelstvům, % populace
		počet dobrovolných dárců krve
		účast ve volbách do Poslanecké sněmovny Parlamentu ČR, % voličů
		účast ve volbách do krajských zastupitelstev, % voličů
		účast v referendu o vstupu ČR do Evropské unie, % voličů
Okres	Hallér (2006)	míra kriminality
		počet potratů na 100 živě narozených dětí
		počet dětí živě narozených mimo manželství
		počet rozvodů na 1 000 obyvatel
	Pokorák (2007)	počet nestátních neziskových organizací na počet obyvatel (P)
		počet základních škol na počet obyvatel (P)
		počet podnikatelských subjektů na počet obyvatel (P)
		volební účast v komunálních volbách (P)
		počet rozvodů na 1 000 obyvatel (N)
		počet živě narozených dětí mimo manželství (N)
Správní obvod obce s pověřeným obecním úřadem	Jančák, Havlíček, Chromý, Marada (2008)	volební účast v komunálních volbách
		počet kandidátů na počet mandátů v komunálních volbách



Šafr, Jiří, Markéta Sedláčková. 2006. *Sociální kapitál. Koncepty, teorie a metody měření*. Sociologické studie / Sociological Studies 06:7. Praha: Sociologický ústav AV ČR. 93 s. ISBN 80-7330-095-8.

Zdroj: vybraní autoři



Obr. 2 – Model měření kolektivního sociálního kapitálu
Zdroj: van Deth (2008; upraveno)

dotazník

dotazník je základním nástrojem sběru dat pro výběrová šetření

obvykle je věnován jednomu tématu (výjimkou jsou komerční omnibusy)

délka rozhovoru obvykle nepřesahuje 1 hodinu

otázky by se daly rozlišit do několika typů:

- sociodemografické
- věcné
 - indikátory závisle proměnné
 - Indikátory nezávisle proměnné
 - indikátory kontrolních proměnných
- filtrační

dále podle formátu na:

- uzavřené (výběr z několika kategorií)
- otevřené (vlastní odpověď)

Rozlišení typů otázek I

TYP REALITY, KTEROU ZKOU MÁME

CHOVÁNÍ – co dělá, jak žije

např. oženil/vdala se?

Typy chování

Frekvence

PŘESVĚDČENÍ/VĚDOMOSTI – co si myslí
(*co je a co není pravda*)

právní výhody manželství
trend sňatečnosti

POSTOJE - aspekt hodnocení
(*co je a není žádoucí*)

mají se lidé brát? /Když mají děti
jaké jsou role mužů/žen

- Složka emocionální

- Složka kognitivní

- Složka behaviorální

- charakteristiky postojů: valence, intenzita, trvalost, centralita

ATRIBUTY – kdo je

pohlaví, věk

Rozlišení typů otázek (indikátorů) II

z hlediska úrovně měření

nominální – vlastnosti, které lze rozlišit do kategorií, ale nikoliv seřadit
(*etnicita, pohlaví, zaměstnání, bydliště*)

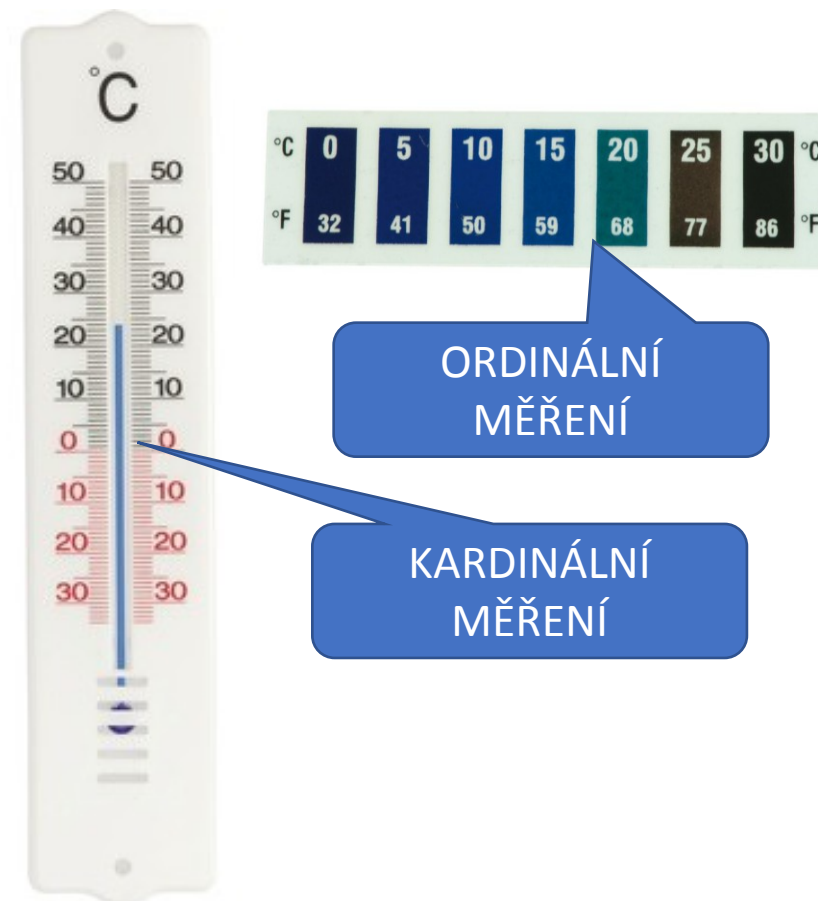
ordinální – varianty lze seřadit, ale nelze určit vzdálenosti mezi nimi
(*míra souhlasu s výrokem, dosažená úroveň vzdělání*)

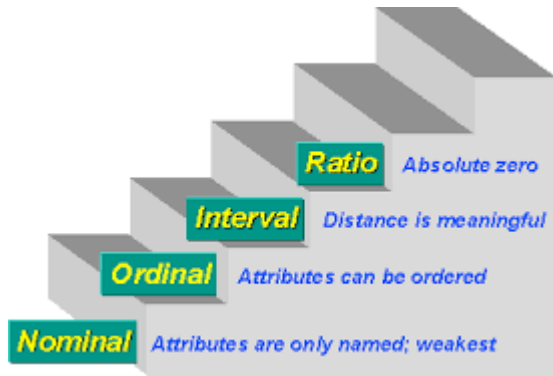
kardinální – lze určit vzdálenost mezi hodnotami
(*příjem, počet dětí, věk*)

kardinální se někdy dále rozlišují na: intervalové a poměrové

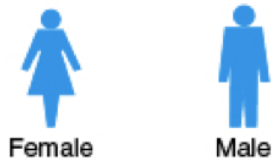
TOTO ROZLIŠENÍ JE DŮLEŽITÉ PRO ANALÝZU DAT

V sociálních vědách často nejsou hranice mezi úrovněmi měření jednoznačné:
Např. kvazi-kardinální desetibodové škály, kvazi-kardinální součtové indexy
(argument ekvidistance)

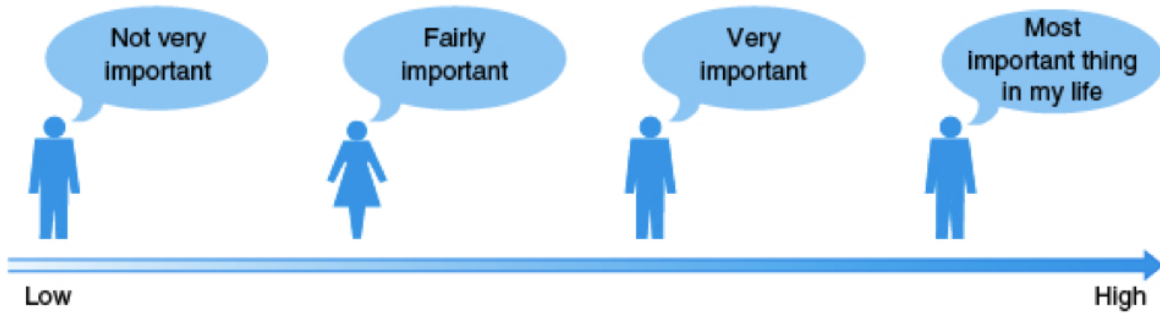




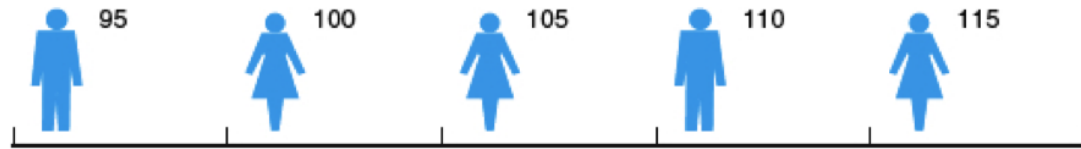
Nominal Measure Example: Gender



Ordinal Measure Example: Religiosity "How important is religion to you?"



Interval Measure Example: IQ



Ratio Measure Example: Income



Rozlišení typů otázek III

z hlediska formulace:

OTÁZKY S UZAVŘENÝM FORMÁTEM ODPOVĚDI

souhlas / nesouhlas

výběr vzájemně se vylučujících alternativ

výběr více možností

hodnocení (rating)

seřazení (ranking)

OTÁZKY S OTEVŘENÝM FORMÁTEM ODPOVĚDI

doplňky k jiným otázkám

samostatné otázky

Vyjádři svou míru souhlasu s výroky týkajícími se bydliště.

	Naprostou souhlasím	Spíše souhlasím	Nevím	Spíše nesouhlasím	Naprostou nesouhlasím
a) Lidé z města se nestarají o životní prostředí	1	2	3	4	5
b) Lidé z vesnice vstávají brzy ráno	1	2	3	4	5
c) Lidé na vesnicích jsou přátelštější	1	2	3	4	5
d) Lidé z města nemají vztah ke zvířatům	1	2	3	4	5
e) Lidé z města jsou lhostejní ke svému okolí	1	2	3	4	5
f) Lidé z města zbytečně utrácejí a plýtvají	1	2	3	4	5
g) Lidé z vesnice nedbají o svůj vzhled	1	2	3	4	5
h) Lidé na vesnicích jsou zdravější	1	2	3	4	5

What persuaded you
to signup today?

Send >

Rozlišení typů otázek IV

z hlediska formulace:

OTÁZKY S UZAVŘENÝM FORMÁTEM ODPOVĚDI

souhlas / nesouhlas

výběr vzájemně se vylučujících alternativ

výběr více možností

hodnocení (rating)























seřazení (ranking)

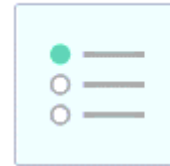
OTÁZKY S OTEVŘENÝM FORMÁTEM ODPOVĚDI

doplňky k jiným otázkám

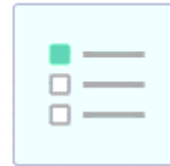
samostatné otázky

ZÁKLADNÍ FORMÁTY OTÁZEK

Static Content	 Descriptive Text	 Graphic
Standard Questions	 Multiple Choice	 Matrix Table
	 Text Entry	 Slider
	 Rank Order	 Side by Side
Specialty Questions	 Constant Sum	 Pick, Group, and Rank
	 Hot Spot	 Heat Map
	 Graphic Slider	 Drill Down
	 Net Promoter Score®	 Highlight
	 Signature	
	Advanced	 Timing
 File Upload		 Screen Capture
 Captcha Verification		
Replace From Library	 Question Library	



Radio buttons



Check boxes



Text



Textarea



Rating



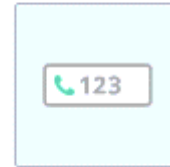
Dropdown



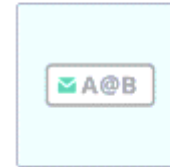
NPS



Consent



Mobile



Email



Hidden

ZÁKLADNÍ VÝBĚRY Z KATEGORIÍ

VÝBĚR JEDNÉ POLOŽKY

VÝBĚR NĚKOLIKA POLOŽEK (MULTIPLE CHOICE)

What types of credit cards do you have (Select all that apply)?

- Visa
- Mastercard
- American Express
- Discover
- Diners Club

Add Option or Add Other

Have you ever attended universi

- Yes
- No

Have you ever smoked marijuana?

- Yes
- No

If yes, about how many times have you smoked marijuana?

- Once
- 2 to 5 times
- 6 to 10 times
- 11 to 20 times
- more than 20 times

3. What's your age?

- Under 18
- 18-24
- 25-34
- 35-44
- 45-54
- 55-64
- 65+



How often do you conduct surveys?

- Weekly
- Monthly
- Quarterly
- Annually

Add Option or Add Other

ŠKÁLY LIKERTOVA TYPU (SOUHLAS-NESOUHLAS, DŮLEŽITOST, SPOKOJENOST...)

Mají různý počet bodů, různou polaritu, různě zachází s neutrální hodnotou (ale jsou symetrické)

	Likert-type Scale
1	Totally Disagree
2	Disagree
3	Neither Disagree nor Agree
4	Agree
5	Totally Agree



8. I'm satisfied with the investment my organization makes in education:

- Strongly agree Disagree
 Agree Strongly disagree
 Neither agree nor disagree

* 1. How would you rate your experience with our product?

- Very satisfied Dissatisfied
 Satisfied Very dissatisfied
 Neither agree nor disagree

HODNOCENÍ NA ŠKÁLE OPOZIT – PŘÍKLON K JEDNÉ STRANĚ (ODVOZENO ZE SÉMANTICKÉHO DIFERENCIÁLU)

ROZSÁHLEJŠÍ ŠKÁLY

Vícebodová škála s definovanými krajními body

* 2. How likely is it that you would recommend this company to a friend or colleague?



Táhla vyjadřující míru

Please rate the quality of each service that you received.
Drag the slider to a point on the scale.

Quickly greeted upon arrival.

Terrible 2 Acceptable Excellent

Service adviser was helpful.

Terrible 3 Acceptable Excellent

McCroskey Teacher Credibility Questionnaire

Instructions: The following are a series of attitude scales. You are asked to evaluate your instructor in terms of the adjectives on each scale. For example if you think your instructor is very tall you might mark the following scale as below:

Short ① ② ③ ④ ⑤ ⑥ ● Tall

Of course, if you consider your instructor to be shorter you would mark your "X" nearer the "short" adjective. The middle space on each adjective should be considered "neutral". Mark this space if you feel neither adjective on the scale applies to your instructor or if you feel both apply equally.

1	Irritable	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	Good-natured
2	Gloomy	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	Cheerful
3	Unsociable	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	Sociable
4	Anxious	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	Calm
5	Tense	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	Relaxed
6	Nervous	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	Poised
7	Cruel	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	Kind
8	Selfish	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	Unselfish
9	Silent	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	Talkative
10	Timid	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	Bold
11	Quiet	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	Verbal
12	Meek	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	Aggressive
13	Unreliable	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	Reliable
14	Inexpert	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	Expert

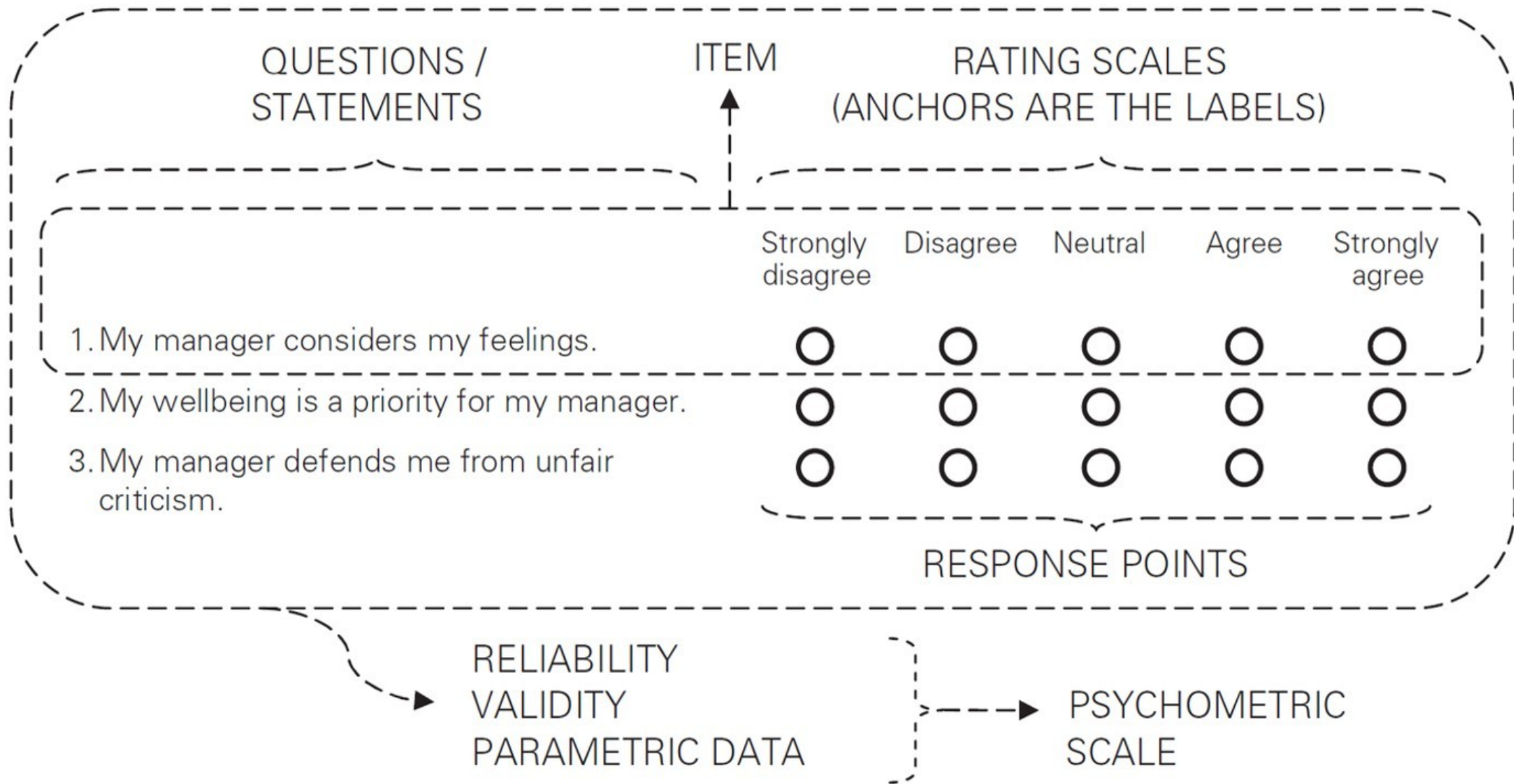
BATERIE OTÁZEK (MĚŘENÉ NA STEJNÉ ŠKÁLE)

většina konceptů není měřena jedním indikátorem ale sadou indikátorů, což bývají v dotaznících obvykle sady výroků

příklad z dotazníku Manželství, práce, rodina 2005:

4 Do jaké míry jste spokojen/a s jízdními vlastnostmi svého nového automobilu?

	Velmi spokojen/a	Spokojen/a	Nevím	Nespokojen/a	Velmi nespokojen/a
Spotřeba	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Pohodlí	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Zrychlení	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Brzdy	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Podvozek	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ovládání	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>



https://en.wikipedia.org/wiki/Questionnaire#/media/File:Multi-item_psychometric_scale.jpg

Robinson, M. A. (2018). Using multi-item psychometric scales for research and practice in human resource management. *Human Resource Management*, 57(3), 739–750.

SEŘAZENÍ POLOŽEK (RANKING)

Seřadte, prosím, podle důležitosti rozhodující faktory při nákupu zájezdu do zahraničí?

Seřadte odpovědi přetažením do pravého sloupce.

Cena

Lokalita

Způsob dopravy

Jiný,

50

Drag & Drop


1. Seřadte jednotky od nejmenší po největší.

Změňte pořadí položek dle svých preferencí (1. - nejmenší, 5. - největší)

- ◇ 1. gram
- ◇ 2. kilogram
- ◇ 3. mikrogram
- ◇ 4. tuna
- ◇ 5. miligram

←

ODESLAT



PRÁCE S GRAFIKOU: NAPŘ. VÝBĚR OBRÁZKU, OBRÁZKOVÁ KLIKACÍ MAPA

Click the part of the packaging that is the most appealing to you.



7. Now that you've reviewed the logos, please pick your favorite.



Q1 - Click the yummiest part of the image.



+ Add Note + Add Visualization

Q1 - Click the yummiest part of the image. - Regions

Page Options ▾

Metric
Default (Choice Count) ▾

Decimal Places
Default (2) ▾

Title
 Default - Click to edit

Radius

Blur

Block Mode
 Show Regions
 Show Region Labels

Otázky o otázkách - checklist

1. Je jazyk jednoduchý?
2. Může být otázka zkrácena?
3. Neptá se otázka na dvě různé věci?
4. Není otázka návodná?
5. Není otázka nejasně negativně formulována?
6. Disponuje respondent požadovanou informací?
7. Má formulace stejný význam pro každého?
8. Není zde zkreslení prestiží?
9. Není otázka dvojznačná?
10. Potřebujeme přímou, či nepřímou formulaci?
11. Je dostatečně jasný referenční rámec otázky?
12. Nevytváří otázka postoje uměle?
13. Je lepší osobní, nebo neosobní formulace?
14. Není formulace zbytečně detailní či nepříjemná?
15. Nenabízí otázka nejasné alternativy?
16. Neprodukuje otázka systematické zkreslení?

DOTAZNÍK NEJSOU JEN OTÁZKY:

PODLE TYPU VYUŽITÍ DOTAZNÍKU JE TŘEBA MYSLET NA DALŠÍ
VLASTNOSTI:

- ODPOVĚDI

JSOU KATEGORIE VYČERPÁVAJÍCÍ?
VYLUČUJÍ SE KATEGORIE VZÁJEMNĚ?
JSOU KATEGORIE VYVÁŽENÉ?

JAKÝ FORMÁT?

Souhlas? Kolik bodů? Škála?

ODPOVĚDI UZAVŘENÉ / OTEVŘENÉ?

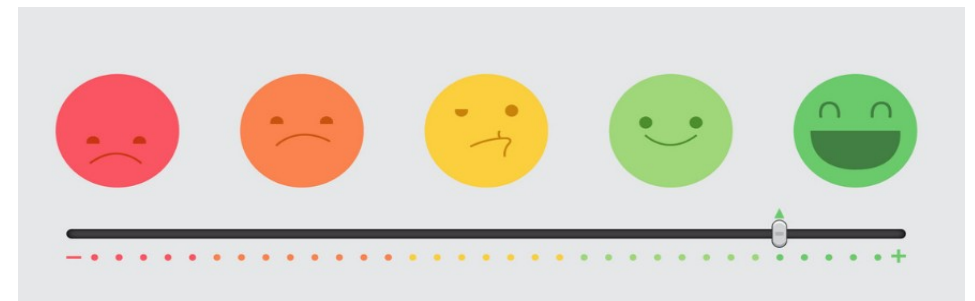
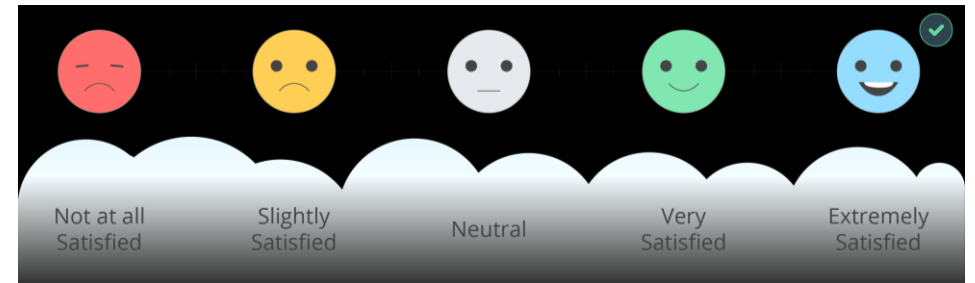
->ŘEŠÍ PILOTÁŽ, PŘEDVÝZKUM



YOUR FEEDBACK

How satisfied are you with *

	Very Unsatisfied	Unsatisfied	Neutral	Satisfied	Very Satisfied
Purchase	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Service	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
Company Overall	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>



DOTAZNÍK NEJSOU JEN OTÁZKY:

- INSTRUKCE PRO TAZATELE/RESPONDENTA

dotazník má mít určitou logickou dramaturgii, bloky musí navazovat, obvykle jsou uvedeny nějakým obecnějším vstupem do tématu...

JSOU INSTRUKCE DOSTATEČNĚ JASNÉ, KOMUNIKATIVNÍ?

Vážená paní, vážený pane,

v posledních letech jsme svědky mnoha změn v rodinném životě české společnosti. Mladí lidé se žení a vdávají později, snižují se počty dětí v rodině, rozvodovost není právě nejnižší. V tomto rozhovoru se Vás budeme ptát na Vaše názory na tyto jevy.

TAZATEL: OZNAČTE VARIANTU DOMÁCNOSTI A POKRAČUJTE VE ČTENÍ TEXTU.

- žena a muž (pár) žijí ve společné domácnosti (žena je ve věku 20–40 let, věk muže není omezen) – bude vyplněn CELÝ DOTAZNÍK**
ČTĚTE: Jelikož se názory mužů a žen mohou odlišovat, uskutečníme rozhovor i s Vaším partnerem. Rozhovor ale provedeme s každým z Vás zvlášť. Vaše odpovědi jsou pro nás cenným zdrojem informací, které nám pomohu pochopit důvody, které k těmto změnám vedou. Důvěrnost informací je plně zaručena, nedozví se je ani Váš partner. Předem děkujeme za spolupráci.
- žena žijící sama (žena je ve věku 20–40 let) – bude vyplněna pouze ČÁST PRO ŽENY**
- muž žijící sám (muž je ve věku 20-40 let) – bude vyplněna pouze ČÁST PRO MUŽE**
ČTĚTE: Vaše odpovědi jsou pro nás cenným zdrojem informací, které nám pomohu pochopit důvody, které k těmto změnám vedou. Důvěrnost informací je plně zaručena. Předem děkujeme za spolupráci.

DOTAZNÍK NEJSOU JEN OTÁZKY (pro tištěné dotazníky):

- MÍSTA PRO VYZNAČENÍ ODPOVĚDÍ JE JASNÉ JAK VYZNAČIT ODPOVĚĎ? JE DOST MÍSTA NA OTEVŘENÉ ODPOVĚDI?

R2. Kolik osob žije celkem ve Vaší domácnosti?

- 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
a více
-

- KARTY PRO SLOŽITĚJŠÍ OTÁZKY

Nejdříve dovoďte, abychom se Vás zeptali na Vaše názory na manželství.

PŘEDLOŽTE KARTU

M1. Narůstá počet mladých lidí, kteří se žení a vdávají ve stále vyšším věku nebo se neberou vůbec. My Vám teď nabídneme několik možných důvodů a poprosíme Vás, abyste z nich vybrala dva, které jsou podle Vašeho názoru nejdůležitější. Tyto vybrané důvody pak ještě seřadte podle pořadí důležitosti.

Mladí lidé odkládají sňatky:

1. Kvůli klesající hodnotě manželství
2. Kvůli rostoucí touze po nezávislosti, nechtějí se vázat
3. Protože je pro ně obtížné najít si bydlení
4. Protože je pro ně obtížné najít si práci
5. Kvůli neochotě vzít na sebe zodpovědnost
6. Protože žít spolu „jen tak“ je dnes přípustnější než bývalo
7. Protože na vstup do manželství nemají dostatečný příjem
8. Protože mají první dítě ve vyšším věku
9. Protože žít u rodičů je velmi pohodlné
10. Protože dávají přednost kariéře
11. Protože se chtějí déle vzdělávat.

JAK UDĚLAT TIŠTĚNÝ DOTAZNÍK, ABY SE DATA DOBŘE PŘEPISOVALA

Odovědi vždy kóduji číselně a již při přípravě dotazníku myslím na přepis

- lze udělat dotazník on-line? (přepis odpadá)
- vyplatí se připravit dotazník ke skenování? (podle počtu a složitosti)
- budu přepisovat sám, nebo někdo jiný?

Kódy proměnných

PŘEDLOŽTE KARTU

R4. Nyní Vám ukážu škálu měsíčních příjmů. Rádi bychom věděli, do které kategorie spadá Vaše domácnost po započtení všech mezd, platů, důchodů a jakýchkoliv dalších příjmů. Jedná se o hrubý měsíční příjem domácnosti.

- 1. do 7.000,- Kč
- 2. 7.001 – 9.500,- Kč
- 3. 9.501 – 12.000,- Kč
- 4. 12.001 – 14.000,- Kč
- 5. 14.001 – 17.000,- Kč
- 6. 17.001 – 20.000,- Kč
- 7. 20.001 – 23.000,- Kč
- 8. 23.001 – 27.000,- Kč
- 9. 27.001 – 34.000,- Kč
- 10. 34.001,- Kč a více
- 98. neví
- 99. neodpověděl(a)

Kódy hodnot (kategorií)

Nezapomenu ani na kódy chybějících hodnot (pokud je potřebuji)

Kódy proměnných

C8. Do které z následujících společenských skupin či tříd byste se samá zařadila?

- 1. nižší třída
- 2. dělnická třída
- 3. nižší střední třída
- 4. střední třída
- 5. vyšší střední třída
- 6. vyšší třída

Kódy hodnot (kategorií)



Volba nástroje:

Osobní dotazování? (dnes nejčastěji s tabletem a on-line odesláním dat)

Telefonické dotazování?

Distribuce papírového dotazníku k vyplnění respondentem?

On-line dotazování?

Kombinované techniky?



qualtrics^{XM}