

OTÁZKY KOLEM ODPOVĚDÍ NA OTÁZKY V DOTAZNÍCÍCH

Seminář Psychologie ve školní praxi

Škola a data

- Školní provoz generuje spoustu údajů, jejich využití ale závisí na snadnosti zpracování a nenáročnosti
- V současnosti posun od tužka-papír k elektronické evidenci (př. [online dotazníků](#); Big data – sběr velkého množství dílčích dat např. Jednotný informační systém ČŠI)
- Řada různých problémů současných dětí a dospívajících, které přinášejí požadavek na screening ve škole (a v odůvodněných případech doporučovat specializované vyšetření)
 - SPU, nadání, ..., sebepoškozování, poruchy příjmu potravy...
 - Mohou být integrální součástí ŠVP (informace o sobě, mezipředmětové vztahy...)

Přednosti a slabé stránky dotazování

MOŽNÉ PŘEDNOSTI

- Mnohem snazší přístup k širší paletě jevů
- Časová nezávislost
- Menší náročnost - finanční, časová v porovnání s dalšími možnostmi zjišťování informací

MOŽNÁ SLABÁ MÍSTA

- Zranitelnost daná zprostředkovaností
- Kvality nástroje

Jak odpovídáme na otázky

POROZUMĚNÍ	Identifikace požadované informace Propojení s relevantními pojmy Sociální kognice - účel tázání
VYBAVENÍ	Stanovení strategie vybavení Vybavení specifických a obecných paměťových stop Doplnění chybějících detailů
POSOUZENÍ	... kompletnosti a relevantnosti vybaveného ... vhodnosti, přípustnosti Vytvoření odhadu na základě dílčích informací
ODPOVĚĎ	Srovnání svého odhadu s nabízenými kategoriemi Provádění úprav...

Model odpovídání na otázky

Canell, Miller, Oksenberg, upraveno dle Tourangeau, Rips, Rasinski (2000)



Jak hádáme odpovědi

- Respondenti odpovědi obvykle „odhadují“
 - ve schopnostech a motivaci se respondenti liší
 - platí zde obecné heuristiky a zkreslení odhadů
- V odhadu využívají kontextuální nápovědi
 - kontext „vyplňování dotazníku“
 - dotazování jako sociální setkání (Grice)
 - kontext ostatních otázek a odpovědí
 - formulace otázky
 - otázka, nabídnuté odpovědi
- Odpovídání na otázky ovlivňuje další chování a kognici

Zkreslení v odpovědích

- PŘITAKÁVÁNÍ
- SOCIÁLNÍ ŽÁDOUCNOST
- SOCIÁLNÍ HOSTILITA
- PAMĚŤOVÉ CHYBY
- LHOSTEJNOST
- VYHÝBÁNÍ SE EXTRÉMŮM

DOTAZOVÁNÍ, DOTAZNÍKY



Kladení otázek – dotazník

ROZHOVOR	DOTAZNÍK
Nižší možnost standardizace	Vyšší možnost standardizace
Vyšší potenciál pro validitu	Nižší potenciál pro validitu
Nižší potenciál pro reliabilitu	Vyšší potenciál pro reliabilitu
Vliv tazatele vysoký (+ i -)	Vliv tazatele minimální
Návratnost vysoká a snáze kontrolovatelná	Návratnost menší a hůře kontrolovatelná
Drahý (čas i peníze)	Levný (až laciný)
Anonymita problematická	Anonymita možná
Vyšší možnost motivovat	Omezené motivování / demotivace

Kladení otázek – focus groups

FG (=ohnisková skupina)

- rozhovor s malou skupinou (5-10)

ROZHOVOR	FOCUS GROUP SKUPINOVÝ ROZHOVOR
Vyšší možnost standardizace	Nižší možnost standardizace
Širší rozsah	Užší rozsah
Snazší na management	Náročnější na management
Drahý (čas i peníze)	Levnější
	Větší problém s citlivými tématy
	Sledování interakcí

Formy (formáty) otázek

- **OTEVŘENÉ** - charakter odpovědi není určen
 - **UZAVŘENÉ** - omezené odpověďové varianty
 - ▣ Ano/ne, dichotomické, alternativní
 - ▣ Multiple-choice (*ustáleně alternativní, mnohonásobné volby ;-*)
 - ▣ **ŠKÁLOVÉ** (posuzovací, ratingové) - přímá kvantifikace (*např. míra souhlasu s tvrzením*)
-
- **SPECIÁLNÍ (PSYCHOLOGICKÉ)** - vědomé porušení „pravidel“ >> skrytí pravého účelu >> verbální chování
 - ▣ Např. projektivní, asociační (konotační)
 - ▣ Manipulativní, experimentální (npř. nucená volba, sugesce)

Pravidla volby/formulace otázek

- RELEVANCE, ZNÁMOST TÉMATU - pro vás i respondenta
- JEDNODUCHOST, KRÁTKOST - krátkodobá paměť (7-2)
- jen na JEDNU VĚC (x dvouhlavňovost), pozor na podmiňování,
- SROZUMITELNOST, vyhýbejte se slangu, je nutné ji ověřovat, srozumitelnost všem respondentům
- POZOR NA ZÁPORY v otázce
- VYHÝBEJTE SE SUGESTIVNÍM otázkám, zvažujte dojem na respondenta
- VYHÝBEJTE SE EMOTIVNÍM otázkám
- VYVAŽUJTE - zahrňte do otázky oba póly
- nabídněte „NEVÍM“, kdykoli lze nevědět
- POZOR NA KONTEXT daný předchozími ot.

... a další

Formulace otázek do dotazníku

- Spíše specifické než obecné
- Spíše uzavřené než otevřené (ale...)
- Spíše nabídnout „nevím/nemám názor“, než ne
 - popř. zvážit možnost střední/neutrální alternativy
- Spíše nucená volba než (ne)souhlas
- Pořadí otázek (obecnější před specifickými)
- Specifika konkrétních formulací
- Pozor na obecné kvantifikátory
- *Neptejte se, na co byste se nezeptali ústně*

Griceho konverzační ideály

Normální konverzace v běžném životě interpretujeme tak, jako bychom očekávali od svých konverzačních partnerů naplnění následujících ideálů:

□ IDEÁL KVALITY

- Neříkáme lži, ani věci, pro které nemáme důkazy

□ IDEÁL RELEVANCE

- Říkáme pouze věci, které jsou pro účel konverzace relevantní, smysluplné, účelné

□ IDEÁL KVANTITY

- Naše příspěvky do konverzace jsou přesně tolik informativní, jak je třeba, ani o trochu víc

□ IDEÁL MRAVŮ

- Naše příspěvky jsou jasné a stručné

Předpokládá se, že mluvíme pravdu, sdělujeme relevantní informace, sdělujeme adekvátní množství informací, a to jasně.

http://en.wikipedia.org/wiki/Gricean_maxims

Zvyšování reliability zmnožením položek

- Jedna otázka je velmi zranitelná
- Když se zeptáme vícekrát trochu jinak, máme více šancí na úspěch
- Průnik více otázek hledáme zprůměrováním (popř. sečtením)

Kdy lze sčítat položky

- **Kladná korelace** - odpovědi jsou produktem téže vnitřní tendence
- **Kumulace** - chování, událostí

PSYCHOSEMÁNTICKÉ METODY

Sebepojetí a sebehodnocení

Sémantický diferenciál

- **Sémantický diferenciál** C.E. Osgood , C.J. Suci a P.H. Tannenbaumem 1(957).
- Je to asociační metoda měření postojů prostřednictvím významu- konotátů.
- hodnocení daného objektu na sedmibodové bipolární škále.
- Subjektivní význam daného slova definován třírozměrným prostorem (sémantický prostor).
- **Obvyklé dimenze:**
- 1) hodnocení (evaluation)
 - škála sycená adjektivy jako:dobrý- špatný, milý – odporný,
 - krásný – ošklivý, příjemný – nepříjemný, čistý – špinavý,
 - voňavý – páchnoucí, čestný – nečestný
- 2) potence (dimenze síly) je sycena adjektivy: silný –
 - slabý, velký – malý, těžký – lehký, tvrdý – měkký
- 3) aktivity
 - rychlý – pomalý,
 - aktivní – pasivní, (sharp – dull), (Suci, str. 53,1972)

Okázka

(© Wikipedie)

Jaké vlastnosti připisujete mužům?									
V každém řádku zakroužkujte číslo na škále od 1 (odvážný atd.) do 7 (ustrášený atd.).									
Postupujte po řádcích →									
a	odvážný	1	2	3	4	5	6	7	ustrášený
b	starostlivý	1	2	3	4	5	6	7	lhostejný
c	vychovaný	1	2	3	4	5	6	7	nevychovaný
d	zručný	1	2	3	4	5	6	7	nešikovný
e	společenský	1	2	3	4	5	6	7	samotářský
f	schopný vcítit se	1	2	3	4	5	6	7	neschopný vcítit se
g	citlivý	1	2	3	4	5	6	7	necitlivý
h	aktivní	1	2	3	4	5	6	7	líný
i	štědrý	1	2	3	4	5	6	7	lakomý
j	schopný zvládat víc činností najednou	1	2	3	4	5	6	7	neschopný zvládat víc činností najednou
k	hádavý	1	2	3	4	5	6	7	smířlivý
l	soustředěný	1	2	3	4	5	6	7	roztěkaný
m	zodpovědný	1	2	3	4	5	6	7	nezodpovědný

Sebepojetí

metodologické problémy zkoumání sebepojetí souvisejí s tím, že (volně podle Bittmana, 1980):

- ▣ chybí přesné vymezení pojmu sebepojetí (self-concept)
- ▣ chybí tedy i přesnější vymezení parametrů sebepojetí, které by mohly být operacionalizovány a diagnostikovány,
- ▣ v příslušném kontextu jde spíše o diagnostiku některého aspektu sebepojetí (self-conceptu)

Sebepojetí - diagnostika

- rozdílný interpretaceční rámec výsledků.
 - ze subjektivních výpovědí o sobě usuzujeme na více méně stabilní a "objektivní" **charakteristiky osobnosti** - to je typické pro většinu osobnostních dotazníků, které z řady položek charakterizují určité osobnostní dimenze
 - nebo výsledky interpretujeme právě jako **subjektivní výpovědi o sobě samém** - interpretační rámec tedy tvoří některý aspekt sebepojetí osobnosti.
 - *Otázkou pak zůstává, zda všechny subjektivní výpovědi o sobě samém jsou skutečně relevantní obsahu sebepojetí, nebo zda jsou spíše subjektivně nevýznamným artefaktem použité metody.*
 - *Stejně tak je velmi obtížné odlišit, co je subjektivně pravdivá výpověď o vlastním "já", co je sebe prezentace nebo obranný mechanismus.*

Diagnostika - možnosti:

Velmi zjednodušeně lze ve vztahu k diagnostice sebepojetí uvažovat o dvou základních rozměrech úvah o sobě samém (např. Macek, 1991):

- o diagnostice převážně **kognitivních obsahů** vztahovaných k já, nejčastěji charakterizované jako self-concept
- o diagnostice více méně **globálního a emociálně nasyceného vztahu k sobě** - zde se nejčastěji mluví o sebeúctě (self-esteem)

Diagnostika - typy:

Podle tohoto schematického klíče můžeme rozdělit metody dvě skupiny:

- převážně **diagnostikující obsah sebepojetí** (strukturu, míru jednotlivých charakteristik), tj. zejména vícedimenzionální dotazníky, škály, metody volného popisu, psychosémantické techniky a další,
- převážně **diagnostikující kvalitu vztahu k sobě samému** (sebeúctu, vysoké nízké sebehodnocení a pod.) - jednodimenzionální škály a metody, které vyvozují nějaký globální ukazatel vztahu k sobě např. technikou Q-sort atp.
- Uvažujeme-li o sebepojetí jako o postoji k sobě samému, můžeme diagnostikovat i konativní aspekt.

Sebehodnocení

- je **součástí sebepojetí**; označení **jáské zkušenosti** manifestující se jako celkový vztah k sobě nebo hodnota sebe sama
- termín spíše označuje **proces**, i když se také používá pro označení **výsledku** toho procesu
- součástí sebehodnocení je **znalostní a emocionální stránka** sebereflexe
- sebehodnocení je chápáno jako **výsledek sociálního srovnávání** a sebeposouzení na základě pozorování vlastní činnosti
- důležitou roli při utváření sebehodnocení hrají signály z okolního prostředí a emotivita
- má **tři složky**, z nich dvě jsou závislé na temperamentu, resp. emotivitě, třetí složka je na nich nezávislá a je založena na sociálním srovnávání
 - ▣ první je tvořena souhrnem pozitivních tvrzení o sobě (**sebeúcta**)
 - ▣ druhou tvoří popírání negativních tvrzení o sobě (**sebesnižování**)
 - ▣ třetí složkou je **srovnání s druhými** lidmi
- sebehodnocení je uváděno do **vztahu s temperamentem a emotivitou**
 - ▣ negativní složka sebehodnocení nejčastěji spojována s neuroticismem, dominancí a afiliací.

Ukázka

Rep test kombinovaný se sémantickým diferencialem.

□ Návrh postupu:

- ▣ Vyberte 5 osob, které jsou pro vás významné + jáské reprezentace (*aktuální já - jaký jsem nyní, ideální já - jaký bych chtěl být, nechtěné já - jaký bych nechtěl být*). Seřadte v pořadí 1. - 8.
- ▣ Náhodně vytvořit dvojice (1-5, 2-6, 3-7, 4-8).
- ▣ Naleznout podobnosti a rozdíly mezi dvojicemi -> adjektiva.

Ukázka - pokračování:

- Vybrat 15 adjektiv a naleznout protiklad k adjektivům.
- Označit polaritu adjektiv (+ -). V případě, že je to možné. Polarita důležitá pro vyhodnocení globálního sebehodnocení.
- Vytvořit sémantický diferenciál

Vlastnost 1(kladná)	3	2	1	0	-1	-2	-3	Vlastnost 1 (záporný opak)
Vlastnost 2(kladná)	3	2	1	0	-1	-2	-3	Vlastnost 2 (záporný opak)

Ukázka – pokračování (2):

- Posoudit adjektiva (např. pro: aktuální já, ideální já, matku, partnera/ku)

Ukázka – vyhodnocení (př.):

- **Globální sebehodnocení** - součet plusových a minusových odpovědí. Maximální počet +45, minimální -45. Hodnota určuje míru sebehodnocení.
- **Rozdíl mezi aktuálním a ideálním já** - součet rozdílů absolutních hodnot mezi stejnými dvojicemi adjektiv. Minimální hodnota 0 (žádný rozdíl mezi aktuálním a ideálním já), maximální hodnota 90 (největší rozdíl mezi aktuálním a ideálním já).