

respondents and deals with the frequency of their use. The article concludes that the estimation strategy is used more frequently than the episodic enumeration strategy. However the episodic enumeration strategy is still used more frequently than the other strategies when deciding on the frequency of regular behavior.

Klíčová slova

Otázky na frekvenci chování; kognitivní proces; strategie rozhodování; metodologie; kognitivní rozhovor

Keywords

Behavioral frequency questions; cognitive process; response strategies; methodology; cognitive interview

Strategie rozhodování u otázek na frekvenci chování Decision-making Strategy Concerning Questions about the Frequency of Behavior

Markéta Tůmová*

Abstrakt

Práce „Strategie rozhodování u otázek na frekvenci chování“ se zabývá strategiemi rozhodování, které respondenti používají k určení frekvence chování v průběhu kognitivního procesu odpovídání na otevřené i uzavřené otázky, které se na frekvence chování dotazují. Teoretická část práce popisuje, v čem spočívají jednotlivé strategie rozhodování, a představuje řadu faktorů, které mají vliv na volbu těchto strategií. Analytická část práce je založena na kvalitativním metodologickém výzkumu pomocí metody kognitivního interview. Popisuje jednotlivé druhy strategií rozhodování, které čeští respondenti používají a frekvenci jejich používání. Dospívá k závěru, že respondenti používají strategii odhadu častěji, než strategii sčítání. Pokud se však rozhodují o frekvenci chování, které dělají pravidelně, používají naopak strategii sčítání častěji, než jiné strategie.

Abstract

This article "Response strategies of behavioral frequency questions" deals with response strategies that respondents use to determine the frequency of behavior during the cognitive process of answering to the open-ended as well as closed behavioral frequency questions. The theoretical part describes different response strategies used by respondents and deals with variety of factors that influence the choice of these strategies. The analytical part is based on a qualitative research method of cognitive interview. It describes different types of response strategies used by Czech

1. Úvod

Snad každý výzkum může být zatížený velkou řadou chyb, spojených s různými fázemi výzkumu. (Groves 2004) Problematice různých druhů chyb spojených s vytvářením výzkumného nástroje, výběrem vhodných respondentů, sběrem dat či analýzou těchto dat je věnováno velké množství studií. Avšak ne všem oblastem metodologického výzkumu je věnována stejně velká pozornost. Jednou z oblastí, které byla v českém prostředí věnována malá pozornost, jsou chyby spojené s otázkami na frekvenci chování.

Jedním ze způsobů, jak lze zkoumat chyby spojené s odpovídáním na otázky na frekvenci chování, je analýza kognitivních procesů, které probíhají v mysli respondenta při vytváření odpovědi na otázku. V průběhu tohoto procesu se respondent obvykle snaží porozumět otázce, vybavit si příslušné informace z paměti, rozhodnout se o frekvenci chování na základě nějaké strategie a nakonec případně přizpůsobit odpověď nabídce odpovědí, společenskému očekávání apod.

Řada výzkumníků dokázala, že strategie rozhodování o frekvenci chování, které respondenti používají během kognitivního procesu vytváření odpovědi na otázku, hrají v tomto procesu významnou roli. Použití odlišné strategie rozhodování o frekvenci chování vede k odlišné odpovědi

na položenou otázku. (Schwarz, Bless, Bohner a kol. 1991; Conrad, Brown, Cashman 1998 a další)

Čím více porozumíme procesům, pomocí nichž lidé vytváří odpovědi na otázky, tím více můžeme zlepšit kvalitu otázek na frekvenci chování a následně přesnost odpovědí.

Přesnost odpovědí a kvalita otázek na frekvenci chování je pro evaluátory, kteří využívají tento typ otázek jak u dotazníkových šetření, tak u dalších evaluačních nástrojů, velmi důležitá. Díky hlubšímu porozumění tomu, jakým způsobem respondent dospívá k odpovědi na otázku na frekvenci chování, mohou evaluátoři vylepšovat evaluační nástroje, které využívají k hodnocení výsledků programu nebo intervencí.

2. Otázky na frekvenci chování

Otázky na frekvenci chování se používají při výzkumech různých společenských oblastí. Hojně jsou využívány zejména u sociálních a marketingových výzkumů. Sociální vědci je používají například při výzkumech volebního chování, kriminality, konzumace alkoholu a cigaret, sexuální aktivity, zdravotních potíží, životního stylu apod. (Blair, Burton 1987: 280; Schwarz, Oyserman 2001: 128) Tyto otázky jsou dnes také běžnou součástí marketingových výzkumů. Zjišťují se podle nich nákupní a spotřební trendy zákazníků a provádí se předpovědi o velikosti trhu a podílech jednotlivých značek na trhu.

V oblasti evaluací mohou být otázky na frekvenci chování využity například v případě evaluace procesů, kdy je účelem evaluace zlepšit program (službu či intervenci), tzn. najít odpovědi na otázku, jakým způsobem lze daný program (službu či intervenci) změnit tak, aby lépe dosahoval plánovaných cílů. Tyto otázky mohou být využity také v případě zkoumání fungování programu (služby či intervence), tzn., když je evaluace prováděna za účelem vyhodnocení toho, co se děje v průběhu realizace programu, jaké procesy zde probíhají, a jestli vše funguje tak, jak bylo plánováno. K tomu, aby respondent odpověděl na otázku na frekvenci chování přesně, je nutné, aby byla splněna řada podmínek. Mezi tři nejdůležitější podmínky patří, že si respondent musí být schopen vybavit příslušnou informaci z paměti. (Schwarz, Bienias 1990; Bless, Bohner, Hild, Schwarz

1992) K vybavení přesné odpovědi také musí mít dostatek času. (Stocké 2004) Otázka nesmí vést například k efektu social desirability, tedy ke změně odpovědi, aby byla v souladu se společenským očekáváním. (Sudman, Bradburn 1974) Tyto podmínky jsou však málokdy splněny. (Menon, Yorkston in Stone a kol. 2000: 64)

Čím více je pro respondenta těžší přesně si vybavit odpověď na otázku, tím více je jeho odpověď ovlivněna dalšími vlivy. (Bless, Bohner, Hild 1992: 311; Schwarz, Oyserman 2001: 127; Stocké 2004: 50) Odpověď může být ovlivněna zejména kontextem výzkumu, použitými slovy, délkou referenčního období nebo použitím uzavřeného či otevřeného formátu otázky. (Schwarz, Oyserman 2001)

3. Strategie rozhodování

Respondenti mohou v průběhu procesu vytváření odpovědi na otázku používat různé strategie rozhodování o frekvenci chování. Použití odlišné strategie rozhodování o frekvenci chování často vede k odlišné odpovědi na danou otázku. (Schwarz, Bless, Bohner 1991; Conrad, Brown, Cashman 1998)

První ze strategií, kterou respondenti používají při rozhodování o frekvenci chování, je použití nabídky odpovědi jako referenčního rámce pro vlastní chování. (Schwarz, Bienias 1990; Bless, Bohner, Hild, Schwarz 1992)

Respondenti často předpokládají, že střed škály udává průměrnou frekvenci dotazovaného chování ve společnosti a rozpětí škály udává rozmezí, ve kterém se lidé běžně pohybují. Krajiní odpovědi zastupují extrémní frekvence daného chování v populaci. V případě, že respondenti použijí nabídku odpovědi jako referenční rámec pro hodnocení vlastního chování, rozhodují se o odpovědi podle toho, nakolik dělají dotazovanou činnost průměrně, podprůměrně, nadprůměrně nebo hodně často a podobně. (Schwarz 1999: 97-98; Schwarz, Bienias 1990: 63)

Nabídku odpovědi nepoužívají jako referenční rámec pro odhad chování pouze respondenti, ale také odborníci, kteří hodnotí výsledky výzkumu.¹

Použití strategie rozhodování podle nabídky odpovědi jako referenčního rámce má vliv na odpovědi respondentů. Tento vliv byl zjišťován pomocí použití nízkofrekvenční a vysokofrekvenční škály odpovědi. V případě, že respondenti odpovídali na otázku s vysokofrekvenční škálou nabídky odpovědi, dospěli k vyšší frekvenci chování než v případě, že odpovídali na otázku s nízkofrekvenční škálou nabídky odpovědi.² (Bless, Bohner, Hild, Schwarz 1992; Schwarz, Bienias 1990; Stocké 2004)

Respondenti mají také obecnou tendenci vyhýbat se extrémním odpovědím, tedy nepoužívat krajní body škály nabízených odpovědí. (Vinopal 2008: 44)

Další ze strategií, kterou respondenti používají k určení frekvence chování, je strategie sčítání. Tuto strategii lze rozdělit na dva subtypy, které je potřeba mezi sebou rozlišovat. (Conrad, Brown, Cashman 1998) Prvním subtypem je strategie sčítání jednotlivých událostí.³ Druhým subtypem je strategie součtu a převodu na dotazované období.⁴

Při strategii sčítání jednotlivých událostí respondenti identifikují dané chování, vybaví si z paměti všechny případy tohoto chování během dané referenční doby a tyto jednotlivé případy sečtou, aby dospěli k frekvenci chování. (Schwarz in Stone a kol. 2007: 16)

¹ Například doktoři, studenti medicíny a další odborníci používají nabídku odpovědi jako referenční rámec pro hodnocení výsledků výzkumu fyzických obtíží. Zvracení jednou týdně považují za závažnější diagnózu a častěji respondentům doporučují návštěvu lékaře, pokud jsou tyto obtíže hodnoceny na škále od „méně často než 1x za 6 měsíců“ do „častěji než 1x za měsíc“ než na škále od „méně často než 1x měsíčně“ do „2x za týden“. [Schwarz, Bless, Bohner 1991]

² Nízko frekvenční škála se pohybovala v rozmezí „do ½ hodiny“ a „více než 2 ½ hodiny“ a vysokofrekvenční v rozmezí „více než 2 ½ hodiny“ a „více než 4 ½ hodiny“. [Bless, Bohner, Hild, Schwarz 1992]

³ V anglicky psané literatuře označovaná jako „episodic recall“ [Bradburn, Rips, Shevell 1987; Schwarz 1999], „episodic enumeration“ [Conrad, Brown, Cashman 1998] nebo také jako „recall and count strategy“. [Schwarz in Stone a kol. 2007]

⁴ V anglicky psané literatuře označovaná jako „rate retrieval“ [Conrad, Brown, Cashman 1998] nebo „rate of occurrence“. [Blair, Burton 1987]

Strategie sčítání jednotlivých případů vede spíše k podceňování, než přeceňování frekvence chování, protože lidé mají tendenci zapomínat nebo si nevybavit jednotlivé epizody daného chování. (Conrad, Brown, Cashman 1998)

Druhým subtypem strategie sčítání je součet a převod na dotazované období. Při této strategii respondenti sečtou frekvenci za určité období a následně tuto frekvenci znásobí na referenční období, na které se ptá otázka. (Conrad, Brown, Cashman 1998) Například respondent při odpovídání na otázku, kolikrát za poslední měsíc šel cvičit do posilovny, sečte, že chodí každé pondělí, středu a pátek, takže třikrát za týden. Tento součet následně vynásobí čtyřmi, aby zjistil frekvenci za měsíc.

Další ze strategií, kterou respondenti používají k určení frekvence chování, je strategie odhadu. Tuto strategii lze rozdělit na tři subtypy, strategii odhadu na základě kontextu, strategii hrubého odhadu a strategii odhadu a převodu na dotazované období. (Conrad, Brown, Cashman 1998; Menon 1993)

Při strategii odhadu na základě kontextu provádí respondenti odhad pomocí nějakého kontextu, se kterým mají dané chování v paměti spojené. (Menon, Yorkston in Stone a kol. 2000: 72-73) Kontext může být například tematický nebo časový.

Dalším subtypem je strategie hrubého odhadu. Při této strategii respondenti odhadují frekvenci na základě obecného dojmu, jak často danou činnost dělají. Nepoužívají žádné nápovědy v podobě kontextu. (Conrad, Brown, Cashman 1998: 349)

Poslední ze subtypů strategie odhadu je odhad a převod na dotazované období. Při této strategii respondent odhadne frekvenci za určité období, a následně tuto frekvenci vynásobí podle délky referenčního období, na které se ptá otázka. (Conrad, Brown, Cashman 1998: 349) Například při odpovídání na otázku, kolikrát za poslední měsíc si koupil čokoládu, respondent odhadne, že za minulý týden to bylo asi dvakrát. Tento odhad následně znásobí čtyřmi, aby zjistil frekvenci za měsíc.

4. Vlivy na volbu strategie

Rozhodnutí, jakou strategii respondent k určení frekvence chování použije, může být ovlivněno velkou řadou faktorů.

Chování obvykle není v paměti uloženo v podobě izolovaných událostí, ale jako sítě různých událostí spojené s určitým kontextem. Kontext mohou tvořit činnosti, příležitosti, lidé, místa, časová období a podobně. (Schwarz, Oyserman 2001: 137) Například chování „pití alkoholu“ může být v paměti spojené s oslavou, návštěvou nového klubu, s určitými přáteli a podobně.

Pokud si respondenti při rozhodování vybaví nějaké kontextové informace dotazovaného chování, lépe si díky tomu vybaví frekvenci příslušného chování, což následně může vést k větší přesnosti výsledku u dané strategie rozhodování. (Menon 1997)

Jakou strategii respondent použije, ovlivňuje také délka referenčního období, na které se otázka ptá. (Winkielman, Knauper, and Schwarz 1998)

Je obecně známo, že lidé mají tendenci si lépe vybavovat novější události a zapomínat starší. Pokud výzkumník stanoví u otázky relativně krátké referenční období, respondenti budou častěji používat strategii sčítání, než pokud použije dlouhé referenční období. Nevýhodou je, že respondent může dělat danou činnost málo často a za krátké období odpovědět, že ji dělá 0x. Na druhou stranu u delšího referenčního období lidé více spoléhají na strategii odhadu než na strategii sčítání. (Schwarz, Oyserman 2001: 138)

Dalšími faktory, které ovlivňují volbu strategie rozhodování o frekvenci chování, jsou (ne)pravidelnost a absolutní frekvence dotazovaného chování. (Menon 1993; Schwarz in Stone 2007; Menon, Yorkston in Stone a kol. 2000)

U otázek na frekvenci chování, které respondenti podle svých vlastních slov provádějí nepravidelně, používají častěji strategii nabídky odpovědi jako referenčního rámce, ve srovnání s otázkami na pravidelné chování. (Menon, Yorkston in Stone 2000) Stejně tak u chování, které respondenti považují za částečně pravidelné, používají častěji strategii nabídky odpo-

vědí jako referenčního rámce, ve srovnání s otázkami na pravidelné chování. (tamtéž) Je to způsobeno tím, že u nepravidelného chování je pro respondenty těžší si vybavit příslušné informace z paměti ve srovnání s pravidelným chováním. (Menon, Raghubir, Schwarz 1995)

Respondenti při rozhodování o frekvenci u otázek na pravidelné chování méně často používají kontextové informace k vybavení informací z paměti, ve srovnání s otázkami na nepravidelné chování. (Menon 1993)

U otázek na pravidelné chování používají respondenti strategii součtu a převodu na referenční období častěji než u otázek na nepravidelné chování. (Menon 1993)

Respondenti mají obecně tendenci uvádět nižší frekvenci u častých činností a naopak vyšší frekvenci u méně častých událostí, než je tomu ve skutečnosti. (Underwood, Zimmerman, Freund 1971)

Případy chování, které respondenti dělají málo často, si vybavují snadněji, než případy chování, které dělají hodně často. Díky tomu u málo frekventovaného chování používají strategii sčítání jednotlivých případů častěji než u hodně frekventovaného chování, u něhož obvykle nemají v paměti informace o jednotlivých epizodách chování. (Menon 1993; Burton, Blair 1991)

Naopak u hodně frekventovaného chování respondenti častěji spoléhají na strategii odhadu než na strategii sčítání. (Strube in Hippler and Sudman 1987; Blair Burton 1987; Felcher, Calder in Goldberg a kol. 1990)

U hodně frekventovaného a všedního chování používají respondenti strategii nabídky odpovědi jako referenčního rámce častěji než u málo frekventovaného chování. (Schwarz, Bienias 1990)

Volba strategie rozhodování může být ovlivněna také formátem otázky. Při vytváření odpovědi na uzavřené otázky mohou respondenti použít strategii nabídky odpovědi jako referenčního rámce pro dané chování. Tuto strategii používají zejména v případech, když si nejsou schopni nebo nechtějí vybavit příslušnou informaci z paměti. (Schwarz, Bienias 1990; Bless, Bohner, Hild, Schwarz 1992; Knäuper, Schwarz, Park 2004) Z tohoto důvodu někteří autoři doporučují ptát se na frekvenci chování

raději otevřenými otázkami než uzavřenými, protože se v takových případech nemůže stát, že nabídka odpovědi ovlivní odpověď respondenta. (Schwarz 1999; Schwarz, Bienias 1990)

5. Metodologie výzkumu

Hlavním cílem bylo prozkoumat, jaké strategie rozhodování respondenti používají při odpovídání na otázky na frekvenci chování. K dosažení tohoto cíle byla zvolena kvalitativní výzkumná metoda kognitivního interview. Kognitivní interview umožňuje zkoumat, jak lidé konstruují odpovědi na otázky, a jaké mechanismy a strategie při tom používají. Tato metoda je tudíž vhodná k zjišťování chyb, které vznikají z důvodu použití otevřeného/uzavřeného formátu otázky. (Willis 2005)

Jak již vysvětluje teoretická část této práce, ne/pravidelnost chování a míra jeho frekvence podle předchozích výzkumů významně ovlivňují volbu strategie rozhodování o odpovědi na otázku na frekvenci chování. (Conrad, Brown, Cashman 1998; Menon 1993) Tento fakt byl zohledněn při výběru vhodných a pestrých otázek. Do výzkumu byly zařazeny otázky, u kterých autorka předpokládala, že je lidé obvykle dělají na pravidelné bázi nebo nepravidelně a také otázky, u nichž se čekalo, že je lidé dělají spíše hodně často (v řádech dnů) nebo málo často (v řádech měsíců a let). Tyto 4 možnosti byly provázány, aby ve výzkumu byly zastoupené otázky na chování, u kterého se předpokládalo, že je spíše velmi časté pravidelné, velmi časté nepravidelné, málo časté pravidelné i málo časté nepravidelné.

Celkem bylo připraveno 20 otázek na frekvenci chování. Jejich seznam je součástí přílohy (příloha č. 1).

Každému respondentovi byla vždy položena polovina (tj. 10) otázek v uzavřeném formátu a polovina v otevřeném formátu. Otevřené a uzavřené otázky byly střídány. Témata otevřených a uzavřených otázek se měnila. Stejně tak bylo rotováno celkové pořadí otázek v rámci jednotlivých interview, aby se eliminovala možná zkreslení způsobená pořadím otázek a tím se zlepšila validita dat a následných výzkumných zjištění.

Rozhovory proběhly v pěti případech u respondentů doma a ve třech případech v kavárně. Realizovány byly v rozmezí tří týdnů. Délka rozho-

vorů se pohybovala mezi 18 a 31 minutami.⁵ Všechny rozhovory byly nahrány na diktafon autorky a následně přepsány do počítače. Data byla zpracovávána v analytickém softwaru pro zpracování kvalitativních dat, ATLAS, ti.

Data byla kódována polootevřeně. Bylo připraveno základní kódovací schéma, které se v průběhu kódování doplňovalo o další kódy. Byla kódována jednotlivá slova, věty i celé pasáže.

6. Strategie sčítání

První ze strategií rozhodování, kterou respondenti používali, byla strategie sčítání. V rozhovorech se objevovaly dva subtypy této strategie, strategie sčítání jednotlivých událostí a strategie součtu a převodu na dané referenční období.

Ve všech případech, kdy respondenti používali strategii sčítání jednotlivých událostí, používali k vybavení jednotlivých případů kontext. Dotazovanou činnost měli spojenou například s jinou či výjimečnou událostí, činností, speciálním zážitkem, osobou apod. „*Tak asi naposledy, když jsme slavili narozeniny [...] my tam pravidelně něco slavíme.*“ (Ctirad, 48 let, vyučen)

„...a tu jsem četl asi tak od 21:10, co dávali Cesty domů na jednom nejmenovaném televizním kanálu, a díval nebo četl jsem tu knihu do konce tohoto seriálu.“ (Filip, 25 let, VŠ)

Při použití strategie součtu a převodu respondenti provedli součet za kratší, případně delší období, než na které se otázka ptala, a následně tento součet vynásobili nebo vydělili, aby vypočítali frekvenci za dotazované období. Také u této strategie používali k vybavení frekvence ve všech případech kontext. „*Aha, tak to musíme zase spočítat a rozpočítat. (...) 3,5 hodiny k tomu dvakrát týdně Ordinace v růžové zahradě, to je; 3,5; 4,5; 5,5 a v neděli Doktoři. 5,5; 6,5; 7 [...] plus to žehlení, 11,12 děleno 7 je...*“ (Hana, 50 let, SŠ)

⁵ Průměrná délka rozhovoru byla 25 minut.

„To vůbec nevím, no, protože, no za poslední měsíc 3x, takže jestli se to dá podle toho určit [...] No takže možná skutečně alespoň 40x za rok to je.“ (David, 57 let, VŠ)

Při použití strategie sčítání v části případů respondenti pocífovali nejistotu, zda danou činnost prováděli v době, na kterou se ptala otázka, například v posledním roce. *„Tohle jistě nevím, no. To jsme byli vlastně na..., na čem jsme to byli, teďko na tom Santanovi no a předtím, předtím tam byl Sting, ale to nevím, jestli to je rok a ten ještě, Brian Adams, ale to nevím, jestli to je rok nebo rok a něco.“* (David, 57 let, VŠ)

7. Strategie odhadu

Další ze strategií rozhodování, kterou respondenti používali, byla strategie odhadu. Respondenti používali tři subtypy strategie odhadu.

Zprv se jednalo o odhad pomocí kontextu, se kterým měli dané chování spojené. Odhad prováděli podle jiné události, okolnosti a podobně. Dotazované činnosti měly spojené například s žehlením prádla, cestou z hospody, sledovanými seriály, ukládáním ke spánku nebo cestou do práce.

„...takže to odhadnu, vím, že poslední týden to bylo určitě dvakrát, ale to bylo na mě víc, většinou je to tak jednou, takže, hm, tam ještě asi jednou určitě bylo. Tak já nevím, tak 3x až 4x. Je to možný? Protože já tam chodím, jenom když jdu z hospody, nebo když někde čekám a nemám nic k jídlu a to bylo teda výjimečně. No, asi to céčko. Bud' někdy, někde mezi tím béčkem a céčkem, někdy to asi bylo 2x za týden, to je různý. No asi bych tak tipoval, takže c.“ (Emil, 28 let, VŠ)

Frekvenci odhadovali také jako poměr z doby, kterou stráví jinou činností, například jako část z celkové pracovní doby, doby výletu nebo také volného času.

„...tak to určitě tu hodinu až dvě strávím telefonováním v práci. [...] Taky to není pravidelně, ale když vezmu, podle pracovní doby, když pracuju 8 hodin, tak vím, že tak asi kolik mě volá lidi, kolikrát odpovídám na ty jejich dotazy, tak bych to tak tipla, takže myslím, že z té pracovní doby takovou část můžu provolat. Zase to není pravidelně, je třeba den, kdy vůbec a je den, kdy pořád, ale když to zprůměruju, tak bych řekla takhle.“ (Barbora, 49 let, SŠ)

Další ze strategií odhadu, kterou respondenti používali, byl hrubý odhad. V těchto případech respondenti svoji odpověď odhadovali pouze na základě dojmů o frekvenci děláním dané činnosti, aniž by si vybavovali jiné činnosti či události, které mají s dotazovanou činností spojené. *„Tak občas něco volám [...] Tak já si myslím, že takový 2 hodiny, ale je to hrubý odhad.“* (David, 57 let, VŠ)

„To já nevím, jednou, maximálně dvakrát za měsíc. [...] Nevím, tipuju. [...] Nejsem si jistý, třeba to je jednou za 2 měsíce.“ (Emil, 28 let, VŠ)

Posledním subtypem je strategie odhadu a převodu na dané referenční období. Při použití této strategie respondenti odhadli frekvenci za kratší období, než na které se otázka ptala, a následně tento odhad vynásobili, aby vypočítali frekvenci za dotazované období. V takových případech respondenti první provedli odhad na základě nějakého kontextu nebo udělali hrubý odhad a následně převedli odhadovanou frekvenci na dané období. *„Celkově denně tomu můžu dát tak 2 hodiny, takže z toho vycházím, že celkově za týden tomu můžu dát tak 10 hodin.“* (Filip, 25 let, VŠ)

„Takže Dudlajz každý den minimálně 10 minut...no...tak asi tak hodinku a půl. [...] Tak zhruba. [...] Z násobením průměrných denních hovorů.“ (Hana, 50 let, SŠ)

Při použití strategie odhadu respondenti vyjadřovali větší či menší míru nejistoty o správnosti odpovědi. *„No, když to je těžký, já to zase nejsem schopn nějak spočítat.“* (David, 57 let, VŠ)

8. Strategie nabídky odpovědi jako referenčního rámce

Další strategie, kterou respondenti používali, byl odhad pomocí použití nabídky odpovědi jako referenčního rámce pro dané chování. Tuto strategii respondenti používali pouze u uzavřených otázek, jak plyne už z její definice.

Respondenti vybírali „nízkou“ odpověď, s odůvodněním, že danou činnost dělají málo často. *„Takže méně než 2 hodiny. Protože já to víceméně nesleduju.“* (David, 57 let, VŠ)

Respondenti vybírali odpověď ve středu, pokud se domnívali, že danou činnost dělají středně často. „Tak to bude gěčko, protože je uprostřed, protože jeden den skoro nic další den třeba hodně, takže uprostřed.“ (Adam, 26 let, VŠ)

Pokud se rozhodli pro nejvyšší odpověď, odůvodnili to tím, že danou činnost dělají velmi často. „No, dáme tomu tu hodinu a půl až dvě, to éčko. [...] Protože to mám zapnuté pořád.“ (Ctirad, 48 let, vyučen)

Nabídku odpovědí také používali k vyřazování nepravděpodobných odpovědí, aby se dostali k nejvíce pravděpodobné odpovědi. „No, protože vůbec žádný čas pravda není, protože občas si dojdu zaplavat [...] takže a) je vyloučená, zbytek je vyloučen též. Zbývá b).“ (Hana, 50 let, SŠ)

V jednom případě se stalo, že si respondent po rozhodnutí o odpovědi uvědomil, co všechno otázka zahrnuje, a bez počítání změnil svoji odpověď o jednu kategorii. „To psaní, to mi jde pomaleji, to přidáme, to tam dáme éčko.“ (Ctirad, 48 let, vyučen)

Respondenti předpokládali, že nabídka odpovědí by měla odpovídat rozložení frekvence provádění dané činnosti ve společnosti. „A zase tady je, že někdo čte 12 hodin, jo? Týdně? Je to upravený na ty noviny nebo ne?“ (Emil, 28 let, VŠ)

9. Kombinace strategií

Respondenti používali při rozhodování o odpovědi na otázku také kombinace strategií, popsanych v předchozích kapitolách.

Používali dva různé druhy kombinací strategií rozhodování. V prvním případě sečetli jednotlivé události daného chování, které si vybavili a zbytek odhadli. „Tak to jsme byli jednou, podruhé potřetí, počtvrté, popáté, no [...] No, tak jsme tady určitě byli s Mařulou a s Evčou [...] Tak já nevím, zhruba 10x, tak odhadem za rok, myslím.“ (Hana, 50 let, SŠ)

„Takže v létě to bylo někdy na začátku léta. No a předtím na jaře asi jednou, takže to bylo dvakrát... Tak 4x maximálně, bych tipoval.“ (Emil, 28 let, VŠ)

V druhém případě provedli součet několika odhadů. „Jo, papírových novin, tak v průměru každý den tak 20 minut, všední den teda. O víkendu... taky 20 minut nebo půl hodiny dáme, takže 5x 20, hodinu dvacet, 100minut, to je nějak hodně. 5x 20, 100 minut...plus ještě za sobotu, to je dvacet, tak to vychází na 2 hodiny. [...] Nedokážu říct, jak dlouho to tak trvá. Navíc je to takový rozkouskovaný, že. No, něco kolem těch 2 hodin asi.“ (Emil, 28 let, VŠ)

Schéma 1: Strategie rozhodování o frekvenci chování



Zdroj: Vlastní výzkum autorky

10. Frekvence používání strategií

V průběhu výzkumu bylo respondentům položeno celkem 160 otázek. U 25 otázek respondenti odpověděli, že danou činnost nedělají nikdy. U zbylých 135 otázek respondenti použili k určení frekvence chování jednu ze strategií rozhodování.

Ukázalo se, že respondenti používají strategii sčítání méně často než strategii odhadu. Z tabulky č. 1 je vidět, že respondenti použili strategii odhadu u 44 % otázek na frekvenci chování a strategii sčítání pouze u 34 % otázek.

Tabulka 1: Frekvence použití jednotlivých strategií rozhodování

Typ strategie	STRATEGIE ROZHODOVÁNÍ (n=135)			
	Sčítání	Odhad	Nabídka odpovědi jako referenční rámec	Kombinace strategií
Frekvence použití	34 %	44 %	11 %	11 %

Zdroj: Vlastní výzkum autorky

Respondenti vypovídali, že je pro ně těžké spočítat frekvenci některých činností, protože si ji nepamatují. „No, to se mi strašně těžko počítá.“ (Adam,

26 let, VŠ); „Je to častý, no, to by člověk si nepamatoval, kdy viděl nějaký video.“ (Emil, 28 let, VŠ)

V případech, kdy si respondenti nebyli schopni, nebo nechtěli⁶ vybavit příslušné informace o frekvenci z paměti, nemohli používat strategii sčítání. Naopak k určení frekvence pomocí strategie odhadu si mohli, ale také nemuseli vybavit příslušné informace z paměti. Strategii odhadu tedy používali v obou dvou typech situací, jak znázorňuje schéma č. 1.

V průběhu rozhovorů si často nebyli schopni nebo nechtěli vybavit příslušné informace z paměti, což může být vysvětlením pro to, že používali strategii odhadu častěji než strategii sčítání.

11. Pravidelné chování

Respondenti dělají některé činnosti pravidelně. Tento fakt sami nebo po dodatečné otázce tazatelky zmínili celkem u 26 otázek.

Přestože respondenti obecně používají strategii sčítání méně často než strategii odhadu, ukázalo se, že pokud dělají nějakou činnost pravidelně, používají strategii sčítání častěji než jiné strategie. Z tabulky č. 2 je vidět, že respondenti použili u otázek na chování, které dělají pravidelně, strategii sčítání v 69 % případů a strategii odhadu pouze v 19 % případů.

Tabulka 2: Frekvence použití jednotlivých strategií rozhodování u otázek na pravidelné chování

Typ strategie	STRATEGIE ROZHODOVÁNÍ (n=26)			
	Sčítání	Odhad	Nabídka odpovědí jako referenční rámec	Kombinace strategií
Frekvence použití	69 %	19 %	-	12 %

Zdroj: Vlastní výzkum autorky

Ve všech třech případech, kdy respondenti používali k rozhodování kombinaci strategií, se jednalo o chování, které sice dělají pravidelně, ale občas se stává, že ho dělají také nepravidelně. „Do práce, z práce každý den, každý den (...) když je pěkně, tak i o víkend.“ (Ctirad, 48 let, vyučen)

⁶ Nikdy nelze s jistotou říci, zda respondent skutečně není schopen vybavit si danou informaci z paměti nebo zda si ji jen nechce z nějakého důvodu vybavit.

Strategii odhadu respondenti u pravidelného chování používali, pokud danou činnost dělají sice pravidelně, ale nebyli si jistí, kolik času přesně této činnosti věnují. „Protože já běžně tyhle papírový časopisy, magazíny nečtu, mám jeden jediný oblíbený, a to je magazín Mladá fronta a ten čtu pravidelně ve čtvrtek, protože vychází a čtu ho před spaním (...) to asi tak půl hodiny až hodinu.“ (Barbora, 49 let, SŠ)

Fakt, že u pravidelného chování respondenti ani v jednom případě nepoužili strategii nabídky odpovědí jako referenčního rámce, odpovídá předchozím zjištěním, protože jak popisuje teoretická kapitola této práce, respondenti tuto strategii používají tím častěji, čím méně jsou si schopni vybavit případy daného chování a pravidelné chování mají obvykle dobře uložené v paměti.

Strategii sčítání použili u 69 % otázek na chování, které dělají pravidelně. Přesně v polovině případů respondenti použili strategii sčítání jednotlivých událostí a v druhé polovině případů použili strategii součtu a převodu na dané referenční období.

Respondenti používali strategii sčítání jednotlivých událostí nejčastěji v případech, kdy se otázka ptala na obvyklý všední den. Naopak strategii součtu a převodu na dané referenční období nejčastěji používali u otázek, které se ptaly na frekvenci za poslední rok. Naznačuje to, že čím je referenční období u pravidelného chování delší, tím spíše respondenti používají strategii součtu a převodu než strategii sčítání jednotlivých událostí.

12. Závěr

Ukázalo se, že všechny strategie rozhodování, které zmiňuje odborná literatura, čeští respondenti skutečně používají. Respondenti používají strategii sčítání jednotlivých událostí, součtu a převodu na dotazované referenční období, strategii odhadu podle kontextu, hrubého odhadu, odhadu a převodu na dotazované referenční období a strategii nabídky odpovědí jako referenčního rámce. V neposlední řadě k určení frekvence respondenti používají kombinace těchto strategií.

Výzkum ukázal, že respondenti používají strategii sčítání méně často než strategii odhadu. Strategii sčítání respondenti používají pouze v pří-

padě, že si jsou schopni a ochotni vybavit příslušné informace z paměti. Naopak strategii odhadu používají i v případech, že si dané informace nejsou schopni vybavit. A protože v průběhu kognitivních rozhovorů si respondenti často nebyli schopni, nebo nechtěli, vybavit potřebné informace z paměti, vysvětluje to, proč používali strategii odhadu častěji než strategii sčítání.

Pokud se však rozhodují o frekvenci chování, které dělají pravidelně, používají naopak strategii sčítání častěji než jiné strategie. U pravidelného chování nepoužívají ani jeden ze subtypů strategie sčítání, strategii sčítání jednotlivých událostí nebo strategii součtu a převodu, výrazně častěji než druhý. Ale čím je referenční období u pravidelného chování delší, tím spíše respondenti používají strategii součtu a převodu než strategii sčítání jednotlivých událostí.

Přílohy

Otázky pro kognitivní interview (seznam)

- A) Kolik času celkově strávíte během průměrného všedního dne sledováním televize?
- B) Kolik času celkově strávíte během průměrného týdne posloucháním rádia?
- C) Kolik času celkově strávíte během průměrného týdne čtením papírových novin?
- D) Kolik času celkově strávíte během průměrného týdne sledováním videí na internetu?
- E) Kolik času celkově strávíte během průměrného všedního dne čtením internetových novin a časopisů/magazínů?
- F) Kolik času celkově strávíte během průměrného všedního dne čtením papírových časopisů/magazínů?
- G) Kolikrát za poslední rok jste se šel/šla podívat na film do kina?
- H) Kolikrát za poslední rok jste se šel/šla podívat na představení do divadla?
- I) Kolikrát za poslední rok jste si šel/šla poslechnout hudební koncert?
- J) Kolikrát za poslední rok jste si nechal/a ostříhat vlasy/ ostříhal/a vlasy?
- K) Kolik času celkově strávíte během průměrného týdne domácími pracemi?
- L) Kolik času celkově strávíte během průměrného týdne nákupy čehokoliv v obchodech?
- M) Kolik času celkově strávíte během průměrného týdne čtením knih (i na čtečce)?
- N) Kolik času celkově strávíte během průměrného týdne telefonováním a psáním textových zpráv?
- O) Kolikrát za poslední rok jste šel/šla do restaurace na večeři?
- P) Kolikrát za poslední rok jste si šel/šla něco koupit do lékárny (nejenom léky)?
- Q) Kolikrát za poslední rok jste si na sebe koupil/a oblečení?
- R) Kolikrát za poslední měsíc jste si stříhal/a, štípal/a či piloval/a nehty?
- S) Kolik času celkově strávíte během průměrného týdne sportováním?
- T) Kolikrát za poslední měsíc jste jedl ve fast-foodu (= restauraci rychlého stravování)?

Použitá literatura

- [1] Blair, E.; Burton, S. (1987) „Cognitive Processes Used by Survey Respondents to Answer Behavioral Frequency Questions“. *Journal of Consumer Research* 14 (2): 280–288.
- [2] Bless, H.; Bohner, G.; Hild, T.; Schwarz, N. (1992) „Asking Difficult Questions: Task Complexity Increases the Impact of Response Alternatives“. *European Journal of Social Psychology* 22: 309–312.
- [3] Bradburn, N.; Rips, L. J.; Shevell, S. K. (1987) „Answering Autobiographical Questions: The impact of Memory and Inference on Surveys“. *Science* 57 (5): 157–161.
- [4] Burton, S.; Blair, E. (1991) „Task Conditions, Response Formulation Processes and Response Accuracy for Behavioral Frequency Questions in Surveys“. *Public Opinion Quarterly* 55 (1): 50–79.
- [5] Conrad, F. G.; Brown, N. R.; Cashman, E. R. (1998) „Strategies for Estimating Behavioral Frequency in Survey Interviews“. *Memory* 6 (4): 339–366.
- [6] Felcher, E. M.; Calder, B. (1990) „Cognitive Models For Behavioral Frequency Survey Questions“. In Goldberg, M. E.; Gorn, G.; Pollay, R. W. *NA - Advances in Consumer Research*.
- [7] Groves, R. M. (2004) *Survey Errors and Survey Costs*. New Jersey: Wiley.
- [8] Knauper, B.; Schwarz, N.; Park, D. (2004) „Frequency Reports Across Age Groups: Differential effects of frequency scales“. *Journal of Official Statistics* 20: 91–96.
- [9] Menon, G. (1993) „The Effects of Accessibility of Information in Memory on Judgments of Behavioral Frequencies“. *Journal of Consumer Research* 20: 431–440.
- [10] Menon, G. (1997) „Are the Parts Better than the Whole? The Effects of Decompositional Questions on Judgments of Frequent Behaviors“. *Journal of Marketing Research* 34 (3): 335–346.
- [11] Menon, G.; Raghubir P.; Schwarz N. (1995) „Behavioral Frequency Judgements: An Accessibility-Diagnosticity Framework“. *Journal of Consumer Research* 22: 212–228.
- [12] Menon, G.; Yorkstone, E. A. (2000) „The Use of Memory and Contextual Cues in the Formation of Behavioral Frequency Judgments“. In Stone, A. a kol. *The Science of Self-report: Implications for Research and Practice*. UK: Psychology Press.
- [13] Schwarz, N. Self-Reports. (1999) „How the Questions Shape the Answers“. *American Psychologist* 54 (2): 93–105.

- [14] Schwarz, N. (2007) „Retrospective and Concurrent Self-Reports: The Rationale for Real-Time Data Capture“. In Stone, A.; Shiffman, S.; Atienza, A. A.; Nebeling L. *The Science of Real-Time Data Capture: Self-Reports in Health Research*. Oxford: University Press.
- [15] Schwarz, N.; Bianias, J. (1990) „What Mediates the Impact of Response Alternatives on Frequency Reports of Mundane Behaviors?“ *Applied Cognitive Psychology* 4: 61–72.
- [16] Schwarz, N.; Bless H.; Bohner, G. a kol. (1991) „Response Scales as Frames of Reference: The Impact of Frequency Range on Diagnostic Judgements“. *Applied Cognitive Psychology* 5: 37–49.
- [17] Schwarz, N.; Oyserman, D. (2001) „Asking Questions About Behavior: Cognition, Communication, and Questionnaire Construction“. *American Journal of Evaluation*, 2001, 22 (2): 127–160.
- [18] Stocké, V. (2004) „Measuring Information Accessibility and Predicting Response-Effects: The Validity of Response-Certainties and Response Latencies“. *Metodološki zvezki* 1 (1): 33–55.
- [19] Strube, G. (1987) „Answering Survey Questions: The Role of Memory“. In Hippler, H. J.; Sudman, S. *Social information processing and survey methodology*. New York: Springer.
- [20] Sudman, S.; Bradburn, N. M.; Schwarz, N. (1996) „Thinking about Answers: The Application of Cognitive Processes to Survey Methodology“. San Francisco: Jossey-Bass.
- [21] Underwood, B. J.; Zimmerman, J.; Freund, J. S. (1971) „Retention of frequency information with observations on recognition and recall“. *Journal of Experimental Psychology* 87 (2): 149–162.
- [22] Vinopal, J. (2008) *Kognitivní přístupy v metodologii výzkumných šetření: metoda okamžité validizace*. Sociologický ústav AV ČR, v.v.i.
- [23] Winkielman, P.; Knauper, B.; Schwarz, N. (1998) „Looking back at anger: Reference periods change the interpretation of emotion frequency questions“. *Journal of Personality and Social Psychology* 75 (3): 719–728.
- [24] Willis, G. B. (2005) *Cognitive Interviewing. A Tool of Improving Questionnaire Design*. London: SAGE Publications, 2005.