

UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Tomaž Burnik

Kakovost anketnega vprašalnika »Internet Dating«

Diplomsko delo

Ljubljana, 2010

UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Tomaž Burnik

Mentorica: izr. prof. dr. Valentina Hlebec

Somentorica: izr. prof. dr. Tina Kogovšek

Kakovost anketnega vprašalnika »Internet Dating«

Diplomsko delo

Ljubljana, 2010

Želel bi se zahvaliti staršema Maji in Boštjanu, ki sta me ves čas študija bodrila in finančno podpirala.

KAKOVOST ANKETNEGA VPRAŠALNIKA »INTERNET DATING«

Osrednja raziskovalna tema diplomskega dela je kakovost anketnega vprašalnika Internet Dating. Diplomsko delo najprej predstavlja anketno metodologijo s poudarkom na povezavi med anketnim vprašalnikom in napako iz opazovanja, s čimer osvetlim obravnavano problematiko in pomembnost kakovostnega merskega instrumenta v anketnem raziskovanju. Sledi opredelitev pojma kakovostnega anketnega vprašalnika in opis izbranih metod za evalvacijo anketnega vprašalnika. Empirični del diplomskega dela temelji na evalvaciji anketnega vprašalnika Internet Dating z metodami kodiranja vedenja, fokusnih skupin, kognitivnega intervjuja in kvantitativni analizi podatkov – analizi neodgovorov posameznih vprašanj. Deloma vprašalnik Internet Dating evalviram sam, deloma pa analiziram gradivo in ugotovitve že opravljenih evalvacij vprašalnika. Ugotovitve iz analize povezujem z opredelitvijo kakovostnega anketnega vprašalnika. Glavni ugotovitvi diplomskega dela sta, da anketni vprašalnik Internet Dating v celoti ne zadosti lastnostim kakovostnega anketnega vprašalnika in da so različne metode za evalvacijo anketnih vprašanj pri njem odkrivale različne vrste težav. V primeru tega vprašalnika najbolj celovito evalvacijo zagotavlja kombiniranje metode fokusnih skupin in metode kognitivnega intervjuja.

Ključne besede: kakovost anketnega vprašalnika, kodiranje vedenja, fokusne skupine, kognitivni intervju, neodgovori posameznih vprašanj

THE QUALITY OF THE »INTERNET DATING« SURVEY QUESTIONNAIRE

The main theme of this production work is the quality of the Internet Dating survey questionnaire. In the production work, survey methodology with the focus on a relation between the survey questionnaire and errors of observation are presented. With that, the tackled problem is highlighted and the importance of using a quality measurement instrument in the survey research is emphasized. Then, the concept of quality survey questionnaire is defined and some of the selected methods for evaluating survey questionnaires are presented. The empirical part of the production work is based on the evaluation of the Internet Dating questionnaire with behaviour coding, focus groups, cognitive interview, and quantitative data analysis – item nonresponse analysis. The evaluations were partly done by me and partly the material and findings of other evaluations were analysed. The findings of the analysis were related to the concept of the quality of a survey questionnaire. The main findings of this work were that the Internet Dating survey questionnaire does not completely fulfil the requirements which the quality survey instrument should meet and that different evaluating methods found different types of problems. In the case of the Internet dating survey questionnaire, the most complete questionnaire evaluation is guaranteed by the questionnaire evaluation with the combination of two methods: focus groups and cognitive interview.

Key words: the quality of a survey questionnaire, behaviour coding, focus groups, cognitive interview, item nonresponse

Kazalo

1	UVOD.....	6
2	TEORETIČNI DEL.....	8
2.1	Anketna metodologija.....	8
2.2	Kakovost anketnega vprašalnika.....	9
2.3	Metode evalvacije anketnega vprašalnika.....	11
2.3.1	Kognitivni intervju.....	12
2.3.2	Nadgrajeni konvencionalni predtesti.....	15
2.3.3	Fokusne skupine.....	21
2.3.4	Ekspertna evalvacija.....	24
2.3.5	Eksperiment.....	25
3	EVALVACIJA ANKETNEGA VPRAŠALNIKA.....	28
3.1	Metodologija in podatki.....	28
3.2	Rezultati.....	29
4	SKLEP.....	39
5	LITERATURA.....	40
6	PRILOGI.....	42
	Priloga A: Izkušvena shema.....	42
	Priloga B: Anketni vprašalnik Internet Dating.....	50

Kazalo slik

Slika 2.1: Povezave med nekaterimi indikatorji težavnosti naloge.....	17
---	----

Kazalo tabel

Tabela 2.1: Primer seznama kod.....	15
Tabela 2.2: Primer izseka check liste.....	24

1 UVOD

Anketno raziskovanje je v družboslovju ena najpogostejše uporabljenih metod za zbiranje podatkov. Z anketno raziskavo pridobimo podatke o družbenem svetu, na podlagi katerih lahko nato preverimo teorijo, ugotovimo, kakšno je javno mnenje glede aktualnih političnih vprašanj, kolikšna je naklonjenost aktualni vladi, zadovoljstvo potrošnikov, stopnja brezposelnosti in analiziramo druge družbene pojave.

Anketa je sistematična metoda, s katero iz (vzorca) enot pridobimo podatke z namenom, da iz teh izračunamo statistike atributov populacije, katere del so te enote. Beseda »sistematična« je preudarjeno uporabljena in pomensko ločuje anketo od drugih načinov zbiranja informacij. Beseda »vzorec« je v oklepaju, ker včasih z anketo merimo vse enote v populaciji, včasih pa le iz vzorca (Groves in drugi 2004, 2).

Pri merjenju v anketnem raziskovanju poznamo dva glavna vira napak. Pri prvem gre za napake »neopazovanja«, kjer se karakteristike vprašanih ne ujemajo s karakteristikami celotne populacije. V drugem primeru gre za napako iz opazovanja oziroma merjenja, kjer odgovori na vprašanja ne merijo želenega konstrukta (Groves in drugi 2004, 241).

Do napake pri merjenju pride, ker odgovori, ki jih uspemo pridobiti, ne predstavljajo dejanske vrednosti, ki jo imajo enote na spremenljivkah, in lahko pridobimo netočne odgovore. »Netočni odgovori izhajajo iz slabega besedila oziroma oblike anketnega vprašalnika, slabe izvedbe intervjuja, učinka izbranega načina anketiranja (*angl. mode effect*) ali pa zaradi anketirančevega vedenja. /.../ Pravzaprav so identificirani štirje viri napake: anketar, anketiranec, vprašalnik in način zbiranja podatkov« (Groves v Lozar Manfreda 2001, 78). Ker je lahko anketni vprašalnik vir napake, ki lahko v anketni raziskavi proizvede napačne rezultate, obenem pa je anketiranje za družbene znanosti »osnovno sredstvo pridobivanja podatkov o družbenem svetu« (Hlebec v Nadrag 2002, 13), je še posebej na mestu, da anketni vprašalnik evalviramo in ga popravimo, če je to potrebno.

Cilj diplomske naloge je oceniti kakovost anketnega vprašalnika Internet Dating. Anketni vprašalnik je merski instrument ankete (Schuman in Jordan v Hlebec 1996, 9). Če bo vprašalnik dober (kakovosten), bo tudi napaka zaradi vprašalnika manjša, s tem pa bo manjša tudi napaka merjenja.

Kot pravijo Groves in drugi (2004, 241), ima evalvacija anketnega vprašanja dve komponenti:

Prva komponenta se nanaša na oceno, kako dobro so vprašanja razumljena in kako težko je nanje odgovoriti. Gre za evalvacijo anketnega vprašanja z vidika kognitivnih procesov, ki potekajo pri anketirancih, medtem ko berejo (oziroma poslušajo) in odgovarjajo na zastavljeno vprašanje. Predpostavljamo, da vprašanja, ki pri anketirancu povzročajo več kognitivnih težav, povečujejo mersko napako. Vprašanje večinoma evalviramo tako, da posameznike opazujemo, medtem ko skušajo razumeti vprašanje in nanj odgovoriti, pri tem pa ocenjujemo razumevanje vprašanja, težavnost priklica odgovora in druge težave.

Druga komponenta predstavlja oceno, kako dobro se odgovori ujemajo s tem, kar smo želeli meriti. Gre za vprašanje zanesljivosti (ali lahko merjenje ponovimo) in veljavnosti (ali lahko dobljene odgovore primerjamo z zunanjim virom). Če sta oba odgovora pozitivna, lahko neposredno ocenimo, kolikšna je merska napaka.

Diplomsko delo je sestavljeno iz treh delov.

V prvem delu je predstavljena teorija, ki se navezuje na težavo kakovosti anketnega vprašalnika, predstavljena je anketna metodologija in opredeljen je pojem »kakovost anketnega vprašalnika«. Sledi predstavitev izbranih metod za evalvacijo anketnega vprašalnika.

V drugem, empiričnem delu je predstavljena evalvacija anketnega vprašalnika Internet Dating s štirimi različnimi metodami za evalvacijo anketnih vprašalnikov. Skupaj s kolegicami (Niko Kerkež, Vesno Knafelj, Ireno Mihalić, Majo Osolnik in Eriko Vitez) smo anketni vprašalnik evalvirali z metodo »kodiranja vedenja«. Nato sem naredil še meta analizo evalvacije anketnega vprašalnika z metodo fokusnih skupin, ki so jo opravili Legat in drugi (2007). Sledi analiza tekstovnih zapisov kognitivnih intervjujev, ki so jih opravili Omahne in drugi (2007). Nazadnje sem anketni vprašalnik Internet Dating evalviral tudi s kvantitativno analizo podatkov, kjer sem na podatkih, zbranih z anketiranjem, analiziral število neodgovorov posameznih vprašanj.

V tretjem, zaključnem delu, je sklep, kjer je povzet namen in rezultat diplomskega dela.

2 TEORETIČNI DEL

2.1 Anketna metodologija

Anketna metodologija skuša identificirati osnovne principe o oblikovanju (*angl. design*), zbiranju, procesiranju in analizah v anketah v povezavi s stroški in kakovostjo anketnih ocen. Anketna metodologija skuša odkriti, zakaj se pri anketnih statistikah pojavljajo napake. Če želimo razumeti anketno metodologijo, je najprej treba v celoti razumeti, kaj v anketni metodologiji pomeni pojem »napaka« (Groves in drugi 2004, 30 in 39).

Kot že zapisano v uvodu, obstajata dve glavni vrsti napak v anketnem raziskovanju, in sicer napaka iz opazovanja in napaka iz neopazovanja. Če se osredotočimo na napake iz opazovanja, obstajajo štirje viri napak: anketar, anketiranec, vprašalnik in način zbiranja podatkov. Anketni vprašalnik, ki je obenem merski instrument, je lahko torej tudi vir napake iz opazovanja oziroma merjenja.

Kot pravi Fowler (1995, 105), vsebuje izdelava merskega instrumenta dva dela. Najprej se moramo odločiti, kaj bomo merili, nato pa moramo izoblikovati in testirati vprašanja, ki bodo dobro merila tisto, kar želimo meriti. Fowler (*ibid*) pozna naslednje korake pri izdelavi anketnega vprašalnika:

- *diskusija v fokusni skupini,*
- *izdelava poskusnega nabora vprašanj,*
- *kritični pregled vprašanj (odkrivanje napak),*
- *posamični laboratorijski intervjuji,*
- *vnos vprašanj v merski instrument,*
- *predtestiranje z uporabo približka postopkov zbiranja podatkov, ki jih nameravamo uporabiti v anketi.*

V zvezi s kakovostnim anketnim vprašalnikom se v literaturi večkrat omenjata pojma zanesljivost in veljavnost. »/Z/anesljivost podatkov opredelimo kot zmožnost pridobitve istih (ali vsaj zelo podobnih) vrednosti ob ponovljenih meritvah na istih enotah in ob predpostavki, da so dejanske vrednosti ostale enake. Veljavnost pa pomeni, da dejansko merimo tisto, kar želimo meriti« (Ferligoj in drugi v Kogovšek 2001, 4).

2.2 Kakovost anketnega vprašalnika

Anketni vprašalnik je kakovosten merski instrument, če lahko z njim pridobimo veljavne in zanesljive odgovore, ki jih potrebujemo za doseg cilja naše raziskave. Fowler (1995) veljavnost in zanesljivost odgovorov na vprašanja opredeljuje kot »najvišja standarda«, kakovost anketnega vprašalnika v smislu veljavnosti in zanesljivosti pa opredeljujejo tudi drugi avtorji, na primer Kogovšek (2001). Da bi dosegli veljavno in zanesljivo merjenje, mora anketni vprašalnik vsebovati dobra vprašanja. Strokovnjaki s področja anketne metodologije, na primer Fowler (1995) ter Groves in drugi (2004), so postavili standarde, ki jih mora dosegati dobro vprašanje.

Groves in drugi (2004, 241) so opredelili tri standarde, ki bi jim moralo zadoščati vsako anketno vprašanje: »Vsebinski standard, kognitivni standard in standard uporabnosti.« Pri **vsebinskem standardu** gre za vprašanje, ali vprašanja sprašujejo po pravih stvareh, medtem ko gre pri **kognitivnem standardu** za vprašanje, ali vsi anketiranci vprašanje enako razumejo in imajo vse potrebne informacije za oblikovanje odgovora, ali so pripravljeni odgovoriti in ali lahko oblikujejo odgovor na vprašanje. **Standard uporabnosti** pa se nanaša na vprašanje, ali lahko anketiranci (in anketarji, če jih uporabimo) zlahka izpolnijo vprašalnik in uporabijo metodo, ki je bila predvidena (Groves in drugi 2004, 241.)

Da bi oblikovali vprašanja, ki zadoščajo zgornjim standardom, lahko uporabimo navodila za pisanje dobrih anketnih vprašanj, uporabimo pa lahko tudi tako imenovano »check listo« (glej podpoglavje 2.3.4). Fowler (1995, 103) navaja sedem načel, ki naj bi se jih držali pri oblikovanju anketnih vprašanj:

1. *Anketirance sprašujemo po izkušnjah iz prve roke: kaj so počeli, v kakšni situaciji se nahajajo, kakšna so njihova občutja in percepcije. Izogibajmo se povpraševanju po informacijah iz druge roke. Pri hipotetičnih vprašanjih moramo biti pazljivi. Izogibajmo se vprašanj, ki sprašujejo po vzročnosti. Izogibajmo se vprašanj, ki od anketiranca zahtevajo rešitev kompleksne težave.*
2. *Istočasno postavimo samo eno vprašanje. Ne postavljajmo dveh vprašanj hkrati. Ne postavljajmo vprašanj, ki vsebujejo neupravičene domneve. Izogibajmo se vprašanj, ki zadevajo le del populacije.*
3. *Besedilo vprašanja mora biti tako, da vsi anketiranci odgovarjajo na isto vprašanje. Besede morajo biti vsem anketirancem razumljive in vsi jih morajo razumeti na enak način. Besede naj bodo enoznačne, opredelitve izrazov pa na razpolago vsem anketirancem. Čas, na katerega se nanaša vprašanje, mora biti nedvoumno določen. Če sprašujemo po preveč kompleksni stvari, da bi vse zajeli v eno vprašanje, oblikujemo več vprašanj.*

4. Če pri anketiranju uporabimo anketarja, mora besedilo vprašanja vsebovati celotno potrebno besedilo, tako da lahko anketiranec že začne odgovarjati, ko anketar prebere vprašanje. Če anketirancu podajamo tudi opredelitve, jih preberemo, preden preberemo vprašanje samo. Vprašanje naj se konča s samim vprašanjem. Če pa imamo ponujene možne odgovore, naj ti predstavljajo zadnji del vprašanja.
5. Anketirancu moramo dati vedeti, kakšne vrste odgovor pričakujemo. Najlažje to storimo tako, da mu predstavimo seznam možnih odgovorov. Pri vprašanjih, kjer lahko anketiranec poda več odgovorov, moramo določiti število možnih odgovorov.
6. Anketni vprašalnik moramo oblikovati tako, da bodo anketiranci in anketarji čim lažje brali vprašanja, sledili navodilom in beležili odgovore.
7. Da bo merjenje boljše, vsem anketirancem dajemo enaka navodila in jih enako usmerjamo pri izpolnjevanju anketnega vprašalnika.

Poleg tega, da kakovostni anketni vprašalnik vsebuje »dobra« vprašanja, mora biti tudi ustrezno oblikovan. Pri oblikovanju vprašalnika upoštevamo šesto in sedmo načelo po Fowlerju. Pri face-to-face in telefonskem intervjuju anketar nastopa kot posrednik med anketirancem in anketnim vprašalnikom (Groves in drugi 2004, 235). V takem primeru mora biti oblika anketnega vprašalnika drugačna kot v primeru, kjer anketiranec sam izpolnjuje anketni vprašalnik. Osredotočimo se na anketarja, da bo lažje izvedel intervju.

Jasno in konsistentno označujemo mesta, kjer se mora anketar odločiti, katero izmed možnih besed bo prebral, možne besede pa damo v oklepaje, na primer (mož/žena). Narediti moramo jasno ločnico med besedilom, ki predstavlja navodila anketarju, in besedilom, ki predstavlja vprašanje. To lahko storimo tako, da navodila anketarju pišemo z velikimi črkami. Jasno moramo označiti preskočke in določiti konsistenten način beleženja odgovorov. (Fowler 1995, 93–94)

Pri anketah, kjer anketiranci sami izpolnjujejo anketni vprašalnik, se pri oblikovanju osredotočimo na anketiranca. Vprašalnik mora imeti obliko, ki bo »anketirancu prijazna«. Pri oblikovanju anketnega vprašalnika v tem primeru upoštevamo naslednja priporočila (Jenkins in Dillman v Groves in drugi 2004, 235):

1. *Vižualne elemente (osvetlitev, barva, oblika in pozicija na strani) uporabimo na konsistenten način, in sicer tako, da določimo pot, po kateri se anketiranec prebija skozi anketni vprašalnik.*
2. *Če mora med izpolnjevanjem anketnega vprašalnika anketiranec spremeniti način izpolnjevanja vprašalnika (na primer prehod na drugačno obliko beleženja odgovorov), mora biti to vidno označeno.*

3. Navodila postavimo tja, kjer jih anketiranec potrebuje in kjer jih zlahka opazi.
4. Informacije, ki jih anketiranec potrebuje za odgovor na vprašanje, pripišemo tja, kjer jih lahko anketiranec takoj uporabi.
5. Naenkrat postavimo samo eno vprašanje.

2.3 Metode evalvacije anketnega vprašalnika

V literaturi o anketni metodologiji se navaja, da je testiranje anketnega vprašalnika pred dejansko izvedbo ankete nujno potrebno. Le tako lahko vnaprej ocenimo, ali povzroča anketni vprašalnik težave pri anketarjih in anketirancih. Največ so o tem pisali Presser in drugi (2004, 1–2), po katerih povzemam poglavje 2.3 (do podpoglavja 2.3.1).

Presser in drugi navajajo, da ima testiranje anketnega vprašalnika pred dejansko izvedbo anketne raziskave (*angl. pretesting*) oziroma predtest svoje začetke v sredini 30-ih letih prejšnjega stoletja (ali malo po tem), torej v času začetka sodobnega anketiranja z vzorčenjem. Predvideva se, da je skozi velik del zgodovine anketnega raziskovanja obstajala le ena oblika predtesta, čeprav zaradi pomanjkanja dokumentacije ne moremo biti prepričani. Pri tem, tako imenovanem konvencionalnem predtestu, gre pravzaprav za neke vrste generalko, kjer gredo anketarji skozi enako usposabljanje kot pri glavni izvedbi ankete in upravljajo anketni vprašalnik tako, kot bi to storili pri anketi sami. Po tem, ko vsak od anketarjev opravi določeno število intervjujev, se pogleda porazdelitev odgovorov in opravi posvet, kjer anketarji delijo svoje izkušnje glede anketnega vprašalnika in predstavijo svoj pogled na težave anketnega vprašalnika.

S predtestom lahko odkrijemo številne težave vprašalnika, kot so, na primer, vprašanja, ki vsebujejo neupravičene domneve, slabo izbiro besed ali manjkajoče kategorije odgovorov. Pojavi se vprašanje, ali lahko s predtestom identificiramo glavne težave anketnega vprašalnika. Pri konvencionalnem predtestu, kjer anketirancem običajno ne razkrijemo namena, obstaja možnost, da nekatere vrste težav anketar ne more odkriti zgolj z opazovanjem anketirančevega vedenja, obenem pa obstaja možnost, da se tudi anketiranci sami ne zavedajo težav. Anketirancev se običajno neposredno ne sprašuje po interpretacijah ali težavah, ki jih lahko povzročijo vprašanja. Tako je konvencionalni predtest, pri katerem anketirancem ne razkrijemo namena predtestiranja, bolj oblikovan za identificiranje težav, ki jih anketni vprašalnik predstavlja za anketarje, ki poznajo namen

testiranja, kot pa za anketirance, ki z namenom testiranja niso seznanjeni. Navajajo pa še eno pomanjkljivost konvencionalnega predtesta. Ko anketarji opisujejo anketirančeve težave, pravila za oceno njihovih opisov ne obstajajo, niti ne obstajajo pravila, ki bi določala, za katero odkrito težavo pravzaprav gre. Raziskovalci se pri tehtanju, za kako resno težavo gre in kako jo odpraviti, večinoma zanašajo na intuicijo in izkušnje.

Ker so se raziskovalci zavedali slabosti konvencionalnega predtesta, ki so navedene v prejšnjem odstavku, sta se na področju evalviranja anketnih vprašalnikov v zadnjih nekaj desetletjih zgodili dve med seboj povezani spremembi.

Pri prvi spremembi gre za rahlo spremembo namena testiranja. Če je bilo prej v središču odkrivanje in odpravljanje očitnih težav, ki so jih izkusili anketarji in anketiranci, je zdaj v ospredju širša skrb za izboljšanje kakovosti podatkov z namenom, da bi merili tisto, kar je cilj anketne raziskave.

Druga sprememba pa je, da so bile razvite nove metode evalviranja ali pa so bile prevzete metode, ki so se sicer uporabljale za druge namene.

Te metode, ki jih v nadaljevanju tudi predstavljam, so po Presserju in drugih (2004, 2) kognitivni intervju, nadgrajeni konvencionalni predtesti in eksperiment, Groves in drugi (2004, 242) pa dodajo še ekspertno evalvacijo in fokusno skupino. Prvi omenjajo še metodo statistično modeliranje, ki pa je v diplomskem delu ne obravnavam.

2.3.1 Kognitivni intervju

Kognitivni intervju je metoda, pri kateri se prepletata področji anketne metodologije in kognitivne psihologije. Za kognitivni intervju se uporablja tudi izraz »poglobljeni intervju« (Bratušek 2009, 14). Namen kognitivnega intervjuja v anketni metodologiji je ugotoviti, kako anketiranci vprašanje razumejo in kako anketiranci oblikujejo odgovor na vprašanje. Kognitivni intervju je osnovan na analiznem protokolu (*angl. protocol analysis*), kar je tehnika, ki so jo iznašli Simon in njegovi kolegi (Ericsson in Simon v Groves in drugi 2004, 246). Po analiznem protokolu se posameznike naprosi, naj glasno razmišljajo, medtem ko rešujejo neko težavo, to, kar posameznik ubesedi, pa se zabeleži. Kognitivni intervju je širši pojem, znotraj katerega poznamo vrsto postopkov, ki so po svoji naravi kognitivni (Groves in drugi 2004, 246). Med njimi so tudi naslednji:

- *Sočasno glasno razmišljanje (angl. Concurrent think-alouds), kjer anketiranci ubesediijo svoje razmišljanje, medtem ko odgovarjajo na vprašanje;*

- *Retrospektivno glasno razmišljanje (angl. Retrospective think-alouds), kjer anketiranci takoj po odgovoru na vprašanje ali pa na koncu intervjuja opišejo, kako so prišli do odgovora;*
- *Rangiranje zaupanja (angl. Confidence ratings), kjer anketiranci ocenijo, kako prepričani so v svoje odgovore;*
- *Parafraziranje (angl. Paraphrasing), kjer anketiranci preoblikujejo vprašanje po svojih besedah;*
- *Definicije (angl. Definitions), kjer anketiranci opredelijo ključne termine v vprašanjih;*
- *Pojasnilna vprašanja (angl. Probes), kjer anketirancu zastavimo dodatna vprašanja, ki so oblikovana za odkrivanje anketirančeve strategije odgovarjanja.*

(Jobe and Mingay v Groves in drugi 2004, 246)

Obstaja torej več načinov izvedbe kognitivnega intervjuja: poleg tega, da lahko izbiramo med zgoraj navedenimi postopki, se odločamo tudi med niansami, kot na primer, ali bomo pri retrospektivnem glasnem razmišljanju anketiranca povprašali takoj po odgovoru na vprašanje ali pa bomo to storili na koncu intervjuja. Obstajajo tudi različni načini beleženja intervjuja, kjer lahko izbiramo med video snemanjem, audio snemanjem, lahko pa beležke v času intervjuja anketiranec piše sam (Groves in drugi 2004, 246).

Različne organizacije se pri kognitivnem intervjuju odločajo za različne tehnike zbiranja informacij, tehnike pa lahko tudi »mešajo« med seboj. Običajno je, da so na strani anketirancev plačani prostovoljci, anketarji pa so lahko znanstveni raziskovalci, kognitivni psihologi, strokovnjaki metodologije anketnih vprašanj, anketarji, usposobljeni za evalvacijo vprašanj, ali pa standardni anketarji, ki ne gredo skozi posebno usposabljanje (Groves in drugi 2004, 246).

Prvo vprašanje, ki se zastavlja, je, ali med temi različnimi pristopi, ki smo jih opisali, obstajajo razlike pri rezultatih, ki jih te tehnike prinesejo. Obširna raziskava, ki sta jo opravila DeMaio in Landreth (v Groves in drugi 2004, 246), je pokazala, da lahko različni pristopi prinesejo podobne rezultate, a je obenem je odkrila razlike med tremi skupinami, ki so ocenjevale ista vprašanja. Razlike so obstajale pri identifikacija problematičnih vprašanj, pri opredelitvi, za kakšne težave gre, ter pri predlogih, kako popraviti vprašanje. Na premisleka vredne razlike med anketarji so pokazale tudi observacijske študije kognitivnih intervjujev (Beatty v Groves in drugi 2004). Beattyjeve ugotovitve kažejo, da vedenje anketarja vpliva na anketirančeve odgovore. Iz tega sklepam, da je metoda kognitivnega intervjuja podvržena vplivu anketarjev.

Drugo vprašanje je, kakšno vlogo ima kognitivni intervju pri izboljšanju kakovosti podatkov. Kakovost podatkov je cilj, h kateremu stremimo pri vsaki anketni raziskavi. Narejeno je bilo premalo empiričnih študij, ki bi preverjale zanesljivost rezultatov, pridobljenih z uporabo kognitivnega intervjuja, in ki bi preverjale, kakšno vlogo imajo ti rezultati pri izboljšanju kakovosti podatkov (Groves in drugi 2004, 246). Fowler po drugi strani navaja primere vprašanj, popravljenih na podlagi kognitivnega testiranja, ki so prinesla očitno boljše podatke (v Groves in drugi 2004, 247). Pa vendar so dokazi, ki bi nam kazali, do kakšne mere kognitivno testiranje v splošnem izboljša anketne podatke, omejeni (Willis in drugi ter Forsyth in drugi v Groves in drugi 2004, 247). Iz tega sklepam, da kljub temu, da ne vemo, v kolikšni meri vprašanja, ki so bila popravljenjena na podlagi kognitivnega testiranja, izboljšajo podatke, lahko s kognitivnim testiranjem izboljšamo kakovost anketnih vprašanj.

Gordon B. Willis (2004) se je ukvarjal z vprašanjem teorijskega ozadja kognitivnega intervjuja. Pregledal je teoretične temelje Ericsson-Simonove vpeljave intervjuja z glasnim razmišljanjem (*angl. think-alouds*) v proučevanje kognitivnih procesov subjekta, ki skuša razrešiti neko kognitivno težavo. Zanimalo ga je tudi, ali je vsesplošna uporaba metod verbalnega izražanja (*angl. verbal report methods*) za namen evalvacije anketnega vprašalnika s strani Ericsson-Simonove teorije upravičena. Ericsson in Simon ugotavljata, da je verbalno izražanje opazovanega subjekta **lahko** verodostojno, če vsebuje informacijo, ki se ob času, ko subjekt izjavo ubesedi, nahaja v subjektovem kratkoročnem spominu (Willis 2004, 27). Če govorimo o anketah, nekateri kognitivni procesi, ki so povezani predvsem z razumevanjem dolgih in kompleksnih vprašanj ter netrivialnimi načini (*angl. nontrivial forms*) priklica informacij in rekonstrukcijo spominov, vključujejo delovanje kratkoročnega spomina in vsebujejo tudi ostale elemente, ki so po Ericsson in Simonu pogoj za veljavnost ustnih izjav (*angl. verbal reports*) (ibid). Po drugi strani pa vsesplošno uporabo metod verbalnega izražanja za proučevanje kognitivnih procesov pri odgovarjanju na vprašanja, še posebej tista, ki vključujejo **razumevanje pojmov**, težko upravičimo na podlagi Ericsson-Simonove teorije, saj preprosto ne izpolnjujejo pogojev, ki jih ta teorija predvideva (Willis 2004, 33).

Willis (2004) je primerjal tudi postopek »sočasnega glasnega razmišljanja« in »pojasnilnih vprašanj« ter prišel do zaključka, da je pri proučevanju anketirančevega **interpretiranja pomenov besed** bolj učinkovito uporabiti postopek »pojasnilna vprašanja«. Če imamo, na

primer, vprašanje: »Ali uporabljate internet za iskanje partnerjev za swingerstvo?« pri uporabi postopka »sočasnega glasnega razmišljanja« ne dobimo nujno povratne informacije, kaj si anketiranec predstavlja pod pojmom swingerstvo. Če pa uporabimo postopek »pojasnilnih vprašanj«, anketirancu neposredno zastavimo vprašanje (na primer »Kaj pomeni beseda swingerstvo?«), s katerim pridobimo to informacijo. Po drugi strani pa je postopek »sočasnega glasnega razmišljanja« primeren za vprašanja, kjer gre za izrazit primer »reševanja težave« (Willis 2004, 36).

2.3.2 Nadgrajeni konvencionalni predtesti

Že v uvodnem odstavku tega poglavja sem zapisal, da ima konvencionalni predtest nekatere pomanjkljivosti pri odkrivanju težav. Bolj je uporaben za odkrivanje težav na strani anketarja kot pa za odkrivanje težav na strani anketiranca. Razvile so se metode, ki jih lahko uporabimo kot dodatek h konvencionalnemu predtestu. Te metode so: kodiranje vedenja (*angl. behavior coding*), zamik odgovora (*angl. response latency*), vinjete (*angl. vignettes*) in formalni razgovor (*angl. formal respondent debriefings*) (Presser in drugi 2004, 8). Sledi njihova predstavitev.

2.3.2.1 Kodiranje vedenja

»Kodiranje vedenja je sistematično klasificiranje in naštevanje interakcij med anketarjem in anketirancem z namenom, da opišemo vedenje anketarja in anketiranca ob procesu izpolnjevanja anketnega vprašalnika« (Groves in drugi 2004, 248). Dogajanje lahko opazujemo in beležimo sproti. Lahko pa intervju posnamemo ter nato ponovno poslušamo in beležimo vedenje. Pri tem uporabimo »seznam kod«, ki je pripravljen vnaprej. Za vsako vprašanje posebej zabeležimo, ali je anketar imel težave pri branju vprašanja ter anketirančevo vedenje ob odgovarjanju na vprašanja.

Tabela 2.1: Primer seznama kod

Vedenje anketarja	
koda	vedenje
A1	Anketar je vprašanje prebral pravilno.
A2	Anketar je vprašanje prebral z manjšimi spremembami, ki pa ne spremenijo pomena vprašanja.
A3	Anketar je vprašanje prebral z večjimi spremembami, ki spremenijo pomen vprašanja.
A4	Anketar vprašanja sploh ni prebral v celoti.

Vedenje intervjujanca	
koda	vedenje
I1	Anketiranec je prekinil anketarja med postavljanjem vprašanja.
I2	Anketiranec je prosil anketarja za dodatno razlago vprašanja.
I3	Anketiranec je podal nezadosten odgovor.
I4	Anketiranec je odgovoril z ne vem.
I5	Anketiranec je odgovoril brez napake.
I6	Anketiranec je odgovoril, še preden je bilo vprašanje prebrano do konca.
I7	Anketiranec je narobe razumel vprašanje.
I8	Anketiranec je izpostavil dvomnost zastavljenega vprašanja.

Vir: Burnik in drugi 2007, 7–8.

V praksi se izkaže, da je morda treba dodati še kakšno kodo, saj se lahko zgodi, da opazimo vedenje, ki ga ne moremo uvrstiti v nobeno od možnosti, ki jih ponuja zgornja tabela 2.1, »nastajanje kodirne sheme je iterativni proces« (Zrimšek 2009, 26).

Tako dobimo podatke, ki vključujejo kodirano vedenje za vsako vprašanje posebej za vsak intervju. Iz teh podatkov za vsako vprašanje izračunamo naslednje (po Groves in drugi 2004, 248):

- odstotek intervjujev, v katerih je bilo vprašanje prebrano tako, kot je napisano,
- odstotek intervjujev, v katerih je anketiranec zaprosil za pojasnitev nekega dela vprašanja, ter
- odstotek intervjujev, v katerih anketiranec sprva ni podal primerne odgovora na vprašanje, tako da je anketiranec moral uporabiti dodatno vprašanje oziroma zaprositi za pojasnitev, da je lahko dobil odgovor, ki ga je lahko kodiral.

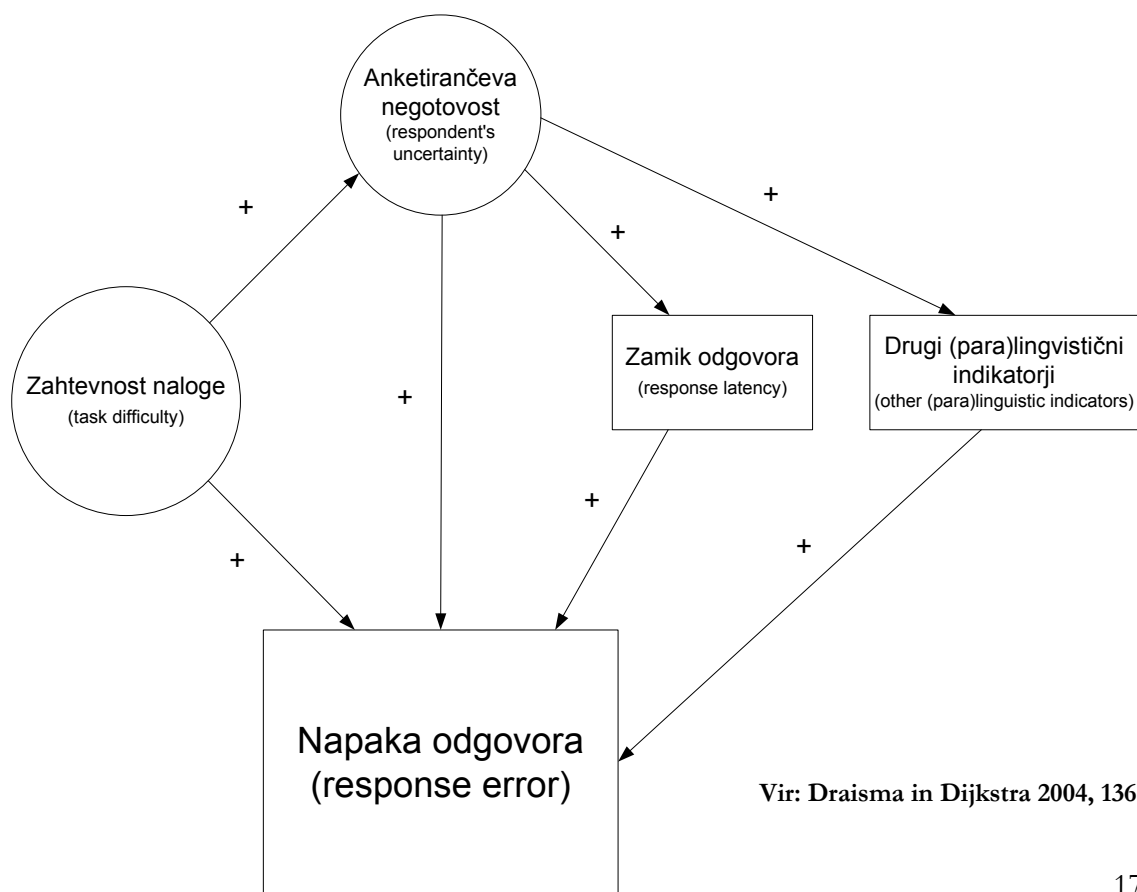
Kodiranje vedenja lahko izvedemo kot samostojno testiranje anketnega vprašalnika. Lahko pa preprosto nadgradimo konvencionalni predtest, tako da intervjuje posnamemo. Pri tem moramo seveda o tem seznanimi anketiranca in pridobiti njegovo dovoljenje za snemanje. Nato ob poslušanju posnetkov opravimo že prej opisani postopek. Tako navadno predtestiranje nadgradimo z rezultati, ki so sistematični, objektivni in ponovljivi (Groves in drugi 2004, 249). Fowler in Cannel poročata (v Groves in drugi 2004, 249), da »sta dve skupini anketarjev samostojno, vsaka zase, testirali enak nabor anketnih vprašanj, korelacija med številom posameznih vedenj pri posameznem vprašanju med obema skupinama pa je bila med 0,75 in 0,90«. To kaže na to, da vprašanje konsistentno in zanesljivo ustvarja veliko ali malo število posameznih vedenj, ne glede na to, kateri anketar postavlja vprašanja (Groves in drugi 2004, 249).

2.3.2.2 Zamik odgovora

Pri evalvaciji anketnih vprašanj lahko uporabimo še eno metodo, ki temelji na opazovanju anketirančevega vedenja. Pri tej metodi merimo zamik odgovora, to je čas, ki ga anketiranec potrebuje, da oblikuje odgovor na vprašanje. »Predpostavlja se, da se anketirančev proces mišljenja, ki vodi v odgovor, odraža v času, ki ga anketiranec potrebuje, da odgovori na zastavljeno vprašanje« (Draisma in Dijkstra 2004, 132). Težko vprašanje potrebuje več procesiranja in se zato odraža v dolgem zamiku odgovora. Predpostavlja se, da je težavnost vprašanj pomemben vzrok napake odgovorov: bolj ko so vprašanja težka, večja je možnost, da bomo dobili netočen odgovor (Draisma in Dijkstra 2004, 131–132).

Težka vprašanja na strani anketiranca lahko povzročijo tudi **negotovost** glede točnega odgovora. Vedenja, ki jih lahko uporabimo kot indikatorje negotovosti v odgovore, so: zamik odgovora (*angl. response latency*), besedno izražanje (*angl. verbal behavior*) in paralingvistično izražanje (*angl. paralinguistic behavior*). Predhodne študije s tega področja kažejo na to, da bi lahko bil zamik odgovora dober indikator anketirančeve negotovosti; torej daljši kot je zamik odgovora, bolj negotov je anketiranec in večja je možnost, da pridobimo nepravilen odgovor (Draisma in Dijkstra 2004, 132–123).

Slika 2.1: Povezave med nekaterimi indikatorji težavnosti naloge



Slika 2.1 prikazuje model povezave med zahtevnostjo naloge, ki je v našem primeru težavnost vprašanja, in med napako odgovora. Težavno vprašanje lahko neposredno povečuje napako odgovora, povečuje pa tudi anketirančevo negotovost. Anketirančeva negotovost lahko neposredno povečuje napako odgovora, obenem pa se lahko anketirančeva negotovost izrazi v povečanem zamiku odgovora in v drugih oblikah vedenja, to je v drugih lingvističnih in paralingvističnih indikatorjih. »Paralingvistično verbalno izražanje je lahko izraz negotovosti« (Draisma in Dijkstra 2004, 136). Paralingvistični izrazi so lahko verbalni izrazi, kot na primer: »Aha ja, pravzaprav nisem prepričan« ali »hm«, »pravzaprav«, »torej, kaj pa vem«. Paralingvistični izrazi so lahko tudi neverbalni, na primer prozodija (merjenje zlogov po dolžini in kračini), in so prav tako lahko indikatorji negotovosti. Sacks in drugi kot poseben primer paralingvističnega izražanja navajajo premor (v Draisma in Dijkstra 2004, 136), ki lahko pomeni, da se anketiranec obotavlja, kateri odgovor bo izbral, ali da razmišlja oziroma rešuje neko kognitivno težavo.

Draisma in Dijkstra sta izvedla raziskavo, pri kateri sta uporabila vprašanja, za katera sta imela podatke o pravih vrednostih za posameznike, ki sta jih telefonsko anketirala. Tako sta lahko določila napako merjenja glede na pravilno oziroma nepravilno podane odgovore na vprašanja. Ocenjevala sta tudi zamik odgovora. Za zamik odgovora v raziskavi velja čas, ki je pretekel od zaključenega branja vprašanja do točke, v kateri je anketiranec začel podajati odgovor na vprašanje. Ugotovila sta, da obstaja povezava med zamikom odgovora in napako odgovorov; daljši kot je zamik odgovora, večja je možnost, da dobimo nepravilen odgovor. Prav tako (para)lingvistični indikatorji povečujejo napako odgovora (Draisma in Dijkstra 2004, 145–146). Glede na vsesplošno uporabo računalnikov v današnjem času predstavlja merjenje odgovora zamika poceni in enostavno zbrane podatke, ki jih lahko uporabimo za identifikacijo tistih vprašanj, ki so pretežno zastavljena.

2.3.2.3 Vignete

»Vinjete so kratke zgodbe oziroma scenariji, ki opisujejo hipotetične karakterje oziroma situacije, sodelujočega (anketiranca) pa se naprosi, da se na situacijo odzove« (Martin 2004, 149). Sodelujočega lahko naprosimo, da se vživi v hipotetično situacijo ali lik, ga povprašamo, kaj bi naredil, če bi se znašel v taki situaciji ali če bi bil ta lik on, lahko pa ga prosimo, da razvršča različne vinjete v kategorije. »Uporaba vinjet ne more odstraniti vseh presenečenj, ki nas čakajo pri oblikovanju anketnega vprašalnika in predtestiranju, lahko pa

pomagajo pri boljšem razumevanju narave in osnov učinka anketnega vprašalnika» (Martin 2004, 168).

Primer vinjete¹ (Martin 2004): »Cindy M., študentka prvega letnika, je ob priložnosti govorila z Garyjem T., samskim, 65-letnim profesorjem. Po končanem predavanju je odšla v njegov kabinet. Videti je bila zaskrbljena in profesorja je povprašala po svojih ocenah pri predmetu. Povedal je, da je pri predmetu precej napredovala. Stegnil je roko in jo pogladil po lasih. Rekel ji je, da bi ji lahko, če bi sodelovala, bistveno izboljšal njeno oceno.«

V zgoraj navedeni študiji so pri vinjeti sistematično spreminjali nekatere elemente v zgodbi (na primer fizična dejanja profesorja) z namenom, da bi ugotovili, kakšen učinek imajo te spremembe na sodbo, ki jo poda sodelujoči (anketiranec). To zamisel lahko uporabimo za ugotavljanje, kako spremembe besedila (na primer zamenjave ene besede z drugo besedo sorodnega pomena) vplivajo na anketirančevo interpretacijo vprašanja.

Finch meni, da ponujajo vinjete prijaznejši način za proučevanje občutljivejših subjektov, ker predstavljajo hipotetične situacije (v Martin 2004, 150). Specifičnost vinjet omogoča, da proučujemo vpliv konteksta na sodbo. Da bi ohranili povezavo z resničnostjo, lahko kvalitativni raziskovalci ustvarijo vinjeto, ki temelji na resnični situaciji (Martin 2004, 150).

Vinjete, kot metodološko orodje za oblikovanje in evalviranje anketnih vprašalnikov, lahko uporabimo za:

- *raziskovanje področja koncepta;*
- *testiranje konsistentnosti interpretacij anketirancev z anketnimi opredelitvami, za diagnosticiranje težav, ki izhajajo iz besedila vprašanj, ter za oceno enotnosti pomenov (angl. uniformity of meanings);*
- *evalviranje vpliva alternativnih vprašalnikov na interpretacijo anketnih konceptov;*
- *analiziranje dimenzionalnosti anketnih konceptov.* (Martin 2004, 151)

Prednost vinjet (pa tudi metode »formalnega razgovora«) je v tem, da lahko odkrije težave, ki se nanašajo na pomene, ki se jih anketarji in anketiranci lahko ne zavedajo, in ni nujno, da povzročajo težave v času samega intervjuja. To prednost ima tudi metoda kognitivnega

¹ Primer vinjete je vzet iz Rossi in Andersonove študije, 1982: Study of judgments of sexual harassment.

intervjuja, ne pa tudi kodiranje vedenja. Z metodo pridobimo uporabne informacije, četudi jo izvedemo na majhnem vzorcu. Anketiranec lahko poda svoje interpretacije, četudi situacije sam ni izkusil (Martin 2004, 168).

Uporaba vinjet ali formalnega razgovora sta dokaj nezahtevni nalogi glede časa in stroškov. Stroški so nizki v primeru, da metodi uporabimo kot dodatek k tekoči anketi ali k terenskemu pretestiranju (field pretest). Obe metodi lahko trajata samo 5–8 minut. Prednost vinjet je tudi v tem, da je primerna za proučevanje občutljivih ali stigmatiziranih subjektov, saj predstavljajo vinjete hipotetične situacije, ki so »odstranjene« iz situacije samega subjekta (Martin 2004, 170).

2.3.2.4 Formalni razgovor

Formalni razgovor je metoda, pri kateri anketiranca po anketiranju znova anketiramo in opravimo formalni razgovor, pri katerem povprašujemo anketiranca po odgovorih na vprašanja, ki jih je podal v anketi. Ponavlja anketirancu povemo, da je glavni intervju že opravljen, nato pa mu zastavimo splošna vprašanja (*angl. general probing questions*) ali pa standardizirana retrospektivna vprašanja o njegovi izkušnji v zvezi z intervjujem, kako je odgovarjal ali kako je interpretiral vprašanja (Martin 2004, 161). Anketiranca spomnimo, kakšno je bilo vprašanje, in mu tudi povemo, kako je na vprašanje odgovoril, nato pa povprašamo, kako je razumel vprašanje in kako je prišel do odgovora, ki ga je podal v glavnem intervjuju. Ker formalni razgovor opravimo pozneje kot glavni intervju, s tem preprečimo, da bi intervjuvanca med intervjujem begali z dodatnimi vprašanji, tako da lahko glavni intervju poteka tekoče. Formalni razgovor kot metoda ima naslednje lastnosti:

Prvič, pomen vprašanja oziroma druge zadeve glede odgovorov so evalvirane v kontekstu pravega anketnega intervjuja; drugič, formalni razgovori so standardizirani in opravljeni po glavnem intervjuju, zato da se izognemo vplivu na odgovore na anketna vprašanja glavnega intervjuja; in tretjič, anketiranci so iskreno vpoklicani, da pomagajo izboljšati anketo, s povabilom, da prevzamejo novo vlogo, torej da 'preidejo iz osebe, ki odgovarja na vprašanja, na osebo, ki je vir informacij' (Oksenberg in drugi 1991). (Martin 2004, 161–162).

Vprašanja, ki jih pri formalnem razgovoru uporabimo za pretestiranje, lahko povprašujejo: po interpretaciji uporabljene terminologije, interpretaciji vprašanj ali interpretaciji navodil; po subjektivnih reakcijah ali mišljenju med spraševanjem in po dogodkih ali dejstvih, ki jih anketiranec ni navedel ali pa jih je napačno navedel (ibid).

V primerjavi z vinjetami merimo s formalnimi razgovori bolj neposredno. Pridobimo lahko tudi več informacij o več vrstah težav odgovorov. Če imamo dovolj velik vzorec, lahko celo neposredno merimo napako poročanja (*angl. reporting error*) (Martin 2004, 170).

2.3.3 Fokusne skupine

V primerjavi z do zdaj omenjenimi metodami (kognitivni intervju in metode nadgrajevanja konvencionalnega predtesta) lahko fokusne skupine uporabljamo že v prvih fazah izdelave anketnega vprašalnika. Če smo z ostalimi metodami testirali osnutke vprašanj ali že oblikovana vprašanja, lahko fokusne skupine izvedemo že v zgodnejši fazi, da raziščemo področje, ki ga pokriva anketna raziskava.

Statistics Canada (1998) navajajo naslednje namene, za katere lahko uporabimo fokusne skupine:

- *Pomoč pri razjasnitvi, kaj je cilj raziskave in kakšne podatke potrebujemo (data requirements) (Fowler; Gower in Nargundkar; Morgan);*
- *Doseganje boljšega razumevanja koncepta in problematike s perspektive anketirancev, še preden izdelamo anketni vprašalnik (Statistics Sweden);*
- *Testiranje anketnega vprašalnika, vključno z vprašanji in kategorijami odgovorov, ter postopka zbiranja podatkov (Fowler; Gower; Gower in Haarsma; Statistics Sweden);*
- *Evalvacija alternativnih različic vprašanj in kategorij odgovorov (Gower in Haarsma; Gower in Nargundkar);*
- *Da vidimo, kakšen je odziv anketirancev na anketni vprašalnik (Statistics Sweden);*
- *Da ugotovimo, kakšen besednjak uporabljajo anketiranci (Statistics Sweden);*
- *Da ocenimo, kako anketirancu prijažen je anketni vprašalnik (Gower in Dibbs);*
- *Diskusija o zadevah glede odnosov z anketiranci (discuss respondent relations issues) (Statistics Sweden).*

Vse naštetе uporabe fokusnih skupin se izvajajo pred izvedbo glavne ankete. Možna pa je tudi uporaba fokusnih skupin za evalviranje anketnega vprašalnika in postopka zbiranja podatkov po izvedbi glavne ankete. Taka oblika aplikacije fokusnih skupin je uporabna predvsem pri evalvaciji ponavljajočih anketnih raziskavah in pri longitudinalnih anketnih raziskavah, da izboljšamo merski instrument in postopke zbiranja podatkov (Statistics Canada 1998).

V Kanadi je bila leta 1996 izvedena raziskava o potrošnji gospodinjstev. Raziskavo je izvedel kanadski statistični urad (ang. Statistics Canada). V tem odstavku prikazujem potek njihove raziskave (Statistics Canada 1998). V začetku leta 1997 so uporabili metodo fokusnih skupin, da bi izboljšali anketni vprašalnik, stopnjo odgovorov in kakovost pridobljenih podatkov v prihodnjih raziskavah. K sodelovanju so povabili tako anketarje kot anketirance, ki so sodelovali v raziskavi leta 1996, fokusne skupine pa so izvajali ločeno za anketarje in za anketirance. Točke, ki so jih obravnavali anketiranci, so se nanašale na predstavitveni material, anketarja in njegovo vodenje intervjuja, intervju (dolžina, občutja ob končanem intervjuju), anketni vprašalnik (težka vprašanja, vprašanja, na katera je bilo anketirance sram odgovoriti), sodelujoče so povprašali tudi o tem, kaj jih je v intervjuju najbolj zmotilo in kaj bi spremenili, da bi bil vprašalnik bolj prijazen anketirancu. Točke, ki so jih obravnavali anketarji, so se nanašale na predstavitveni material, intervju, predstavitev ankete anketirancem, anketni vprašalnik, usposabljanje anketarjev, povprašali so jih tudi o tem, kaj bi spremenili, da bi bil anketni vprašalnik bolj anketirancu prijazen in da bi bil vprašalnik bolj prijazen anketarju ter kaj predlagajo za olajšanje dela anketarjem v prihodnje. Navedena raziskava je dober primer tega, kako lahko fokusne skupine uporabimo za evalvacijo anketnega vprašalnika in postopkov zbiranja podatkov po opravljeni anketni raziskavi.

Fokusne skupine, ki jih uporabimo v prvih fazah izdelave anketnega vprašalnika, so pol-strukturirane diskusije, kjer oblikovalci ankete razpravljajo s člani ciljne populacije, da bi raziskali, kaj vedo o temah, ki jih bo vprašalnik obsegal, kako razmišljajo o temah ter kakšne termine uporabljajo med pogovorom o teh temah. Razprava »fokusnih skupin« je razprava med majhnim številom (6 do 10) pripadnikov ciljne populacije, ki jo vodi moderator. V eno fokusno skupino ponavadi povabimo ljudi, ki so homogeni glede na ključne dimenzije obravnavane teme (Groves in drugi 2004, 242–244). Fokusno skupino izvedemo v mirni sobi, stole pa razporedimo v polkrog, tako da si sodelujoči lahko gledajo v oči. Na drugi strani je moderator, ki je viden vsem in prav tako vidi vse udeležence.

Fokusne skupine lahko izvedemo v posebnih sobah z »enosmernim« ogledalom, ki omogoča, da ekipa raziskovalcev iz druge sobe opazuje dogajanje (ibid). Ker pa ponavadi nimamo te možnosti, je najbolje, da eden od opazovalcev sedi v isti sobi, v kateri razpravlja fokusna skupina, vendar izven polkroga, torej odmaknjen in izven središča pozornosti.

Celotno razpravo posnamemo, seveda pa moramo s tem seznaniti sodelujoče in pridobiti njihovo dovoljenje.

Sodelujoče v fokusni skupini spodbujamo, da izrazijo svoje poglede in svobodno izrazijo nestrinjanje s pogledi ostalih sodelujočih. Sodelujoči lahko svobodno vplivajo na zamisli ostalih sodelujočih. Raziskovalec mora vložiti veliko napora v strukturiranje točk, ki se bodo obravnavale v fokusni skupini, da bo s tem pokril ključna vprašanja, ki zadevajo obravnavano tematiko. Naloga moderatorja v fokusni skupini je, da ustvari sproščeno vzdušje, ki dopušča sodelujočim, da izrazijo svoje mnenje. Znati mora vljudno vzeti besedo tistim sodelujočim, ki veliko govorijo, in spodbuditi tiste bolj sramežljive, da izrazijo svoje mnenje. Spretno mora speljati pogovor na področje, ki je relevantno. Ko moderator želi, da razprava preide z ene točke obravnave na drugo, mora to speljati tekoče, brez očitnih prehodov (Groves in drugi 2004, 243).

Če se omejimo na prve faze izdelave anketnega vprašalnika, so za oblikovalca anketnega vprašalnika fokusne skupine zanimive, ker (povzeto po Groves in drugi 2004, 244-245):

- so učinkovita metoda za ugotavljanje, kaj morebitni anketiranci vedo in česa ne vedo o temi, ki jo obsega anketni vprašalnik, ter kako je to vedenje strukturirano;
- so dobra metoda za identifikacijo izrazov, ki jih morebitni anketiranci uporabljajo v pogovoru o izbrani temi in kako te izraze razumejo;
- skozi njih dobimo občutek o izkustvih in pogledih, ki jih imajo anketiranci o določeni temi in na podlagi katerih bodo oblikovali svoje odgovore na anketna vprašanja.

Fokusne skupine kot metoda imajo tudi nekatere pomanjkljivosti. Ena pomanjkljivost je v tem, da »sodelujoči v fokusni skupini niso nujno reprezentativni predstavniki celotne populacije« (Groves in drugi 2004, 245). Fokusne skupine tudi niso primerne za evalvacijo besedila določenega vprašanja, niti niso primerne za ugotavljanje, na kakšen način anketiranci pridejo do odgovora na vprašanje. Ker so podatki, ki jih zberemo s fokusnimi skupinami, redko kvantitativni, so lahko ugotovitve nezanesljive, težko ponovljive in podvržene subjektivni presoji izvajalca (ibid).

2.3.4 Ekspertna evalvacija

Pri ekspertni evalvaciji strokovnjaki pregledajo anketna vprašanja z namenom, da ocenijo, ali so vprašanja postavljena tako, da merijo želeni koncept, ali če anketna vprašanja izpolnjujejo tri standarde kakovosti (glej podpoglavje 2.2). Strokovnjaki za vsebino se ukvarjajo z vprašanjem, ali so vprašanja taka, da merijo želeni koncept, strokovnjaki za oblikovanje anketnega vprašalnika pa z vprašanjem izpolnjevanja treh standardov (Groves in drugi 2004, 242).

Strokovnjaki za oblikovanje anketnega vprašalnika pregledajo besedila vprašanj, strukturo vprašanj, ponujene odgovore, vrstni red vprašanj in pravila za logično ureditev vprašanj (ibid). Uporabijo lahko tako imenovano check listo, seznam navodil za oblikovanje anketnih vprašanj, ki jih lahko uporabimo tudi za evalvacijo anketnih vprašanj. Tabela 2.2 predstavlja primer, ki je relevanten za evalvacijo posameznih anketnih vprašanj že obstoječega anketnega vprašalnika:

Tabela 2.2: Primer izseka check liste

Oblikovanje anketnih vprašanj
a. Ne dodajaj vprašanj le zato, ker so zanimiva.
b. Jezik naj bo enostaven.
c. Vprašanja naj bodo jasna in kratka.
d. Opredeli dvomne izraze.
e. Postavi vprašanja v logično in vsebinsko povezane skupine.
f. Premisli zaporedje vprašanj.
g. V vsakem vprašanju vprašaj le eno stvar.
h. Opredeli čas in prostor.
i. Pazljivo oblikuj hipotetična vprašanja (npr. o načrtih v prihodnosti) in retrospektivna vprašanja (vprašanja o preteklosti).
j. Izogibaj se vprašanj, ki odgovor vsiljujejo (npr. se strinjam).
k. Izogibaj se čustveno obremenjenih besed in zavajajočih vprašanj.
l. Vprašanja o stališčih vedno uravnovesi.
m. Zagotovi, da vprašanja na anketiranca ne delujejo zastrašujoče ali žaljivo.
Odgovori
a. Oblikovanje odgovorov:
i. Odgovori morajo vsebovati vse možnosti.
ii. Odgovori naj vsebujejo vse možne vrednosti (ekstremi se morajo dovolj razlikovati).
iii. Razmisli o navajanju sidrišča.
iv. Uporabi lestvico, če je mogoče.
v. Odprta vprašanja uporabi le, ko so nujno potrebna.
b. Vnaprej oblikovani odgovori:
i. Odgovori naj bodo izčrpni (ne pozabi na odgovor: »Drugo«).
ii. Odgovori naj bodo medsebojno izključujoči.
iii. Odgovorov naj ne bo preveč.

iv. Odgovori tipa »da-ne« se lahko zdijo anketirancem preveč omejujoči.
v. Anketirancev ne sili k odgovorom na vprašanja, o katerih nič ne vedo (dodaj nevtralni odgovor ali odgovor »Ne vem«).
vi. Preveri zaporedje odgovorov.

Vir: Statistics Sweden v Hlebec 2004/2005.

Ko uporabimo check listo za evalvacijo vprašanja, gremo za vsako vprašanje posebej skozi celotni seznam in preverimo, ali je vprašanje (pa tudi odgovori) skladno z zgornjimi priporočili. Če vprašanje popravimo, ga moramo ponovno evalvirati. Težava, ki se pojavi pri uporabi takih seznamov, je v tem, da je uporaba podvržena subjektivnim ocenam in interpretacijam, zato se lahko zgodi, da bo en strokovnjak presodil, da je neko vprašanje dvoumno, medtem ko se drugemu vprašanje ne bo zdelo dvoumno (Groves in drugi 2004, 242–243).

2.3.5 Eksperiment

Z zgoraj navedenimi metodami lahko odkrijemo, katera vprašanja so slabše kakovosti in jih je treba popraviti. Ne moremo pa z neko gotovostjo predvideti, kako se bodo te spremembe v anketnih vprašanjih odrazile v podatkih. Vprašanje je, v kolikšni meri spremenjeno anketno vprašanje vpliva na kakovost podatkov, če sploh vpliva. To lahko ugotovimo z eksperimentom. Pri eksperimentu z razpolovljenim vzorcem oziroma slučajno razporeditvijo enot vzorec anketirancev slučajno razdelimo v skupine, nato pa pri teh skupinah uporabimo različne različice vprašalnika ali različne metode zbiranja podatkov (Groves in drugi 2004, 249).

Če pri anketirancih naključno uporabimo dve različici vprašanja, s katerima želimo meriti isto stvar, lahko primerjamo porazdelitev odgovorov pri obeh različicah (Fowler 2004, 174). Fowler navaja, da obstajajo vsaj trije razlogi, zakaj je treba na kvantitativen način oceniti, kakšen je učinek spremenjenega vprašanja:

1. *Če popravimo vprašanje, ki z enega vidika povzroča težavo, se lahko zgodi, da proizvedemo novo težavo z drugega vidika;*
2. *Nekatera že uveljavljena vprašanja samoumevno jemljemo kot dobra vprašanja, raziskovalci tudi radi vzamejo vprašanja iz drugih raziskav in jih uporabijo v svoji raziskavi zato, da bi lahko primerjali dobljene rezultate. Če ugotovimo, da je tako vprašanje problematično, je dobro vedeti, v kolikšni meri se to pozna na kakovosti podatkov in kako bo izpopolnjena različica vprašanja vplivala na oceno parametrov;*

3. *Ko popravimo vprašanje, je dobro vedeti, ali popravljeno vprašanje proizvede podatke, za katere lahko rečemo, da so bolj veljavni oziroma boljši po katerem drugem kriteriju.*

(Fowler v Presser 2004, 174).

Groves in drugi (2004, 250) navajajo, da čeprav lahko z eksperimentom pokažemo, da dve različni različici anketnega vprašalnika proizvedeta različne podatke, ponavadi ne moremo vedeti, kateri podatki so boljši. Pri tem se postavlja vprašanje, kako ugotoviti, katero izmed dveh vprašanj je boljše oziroma proizvede bolj kakovostne podatke. Vprašanja lahko med seboj primerjamo na tri načine: »Primerjamo porazdelitev odgovorov: če sta porazdelitvi odgovorov virtualno identični, gre verjetno za virtualno enako vprašanje. Primerjamo veljavnost obeh vprašanj: da bi to lahko storili, potrebujemo neodvisni kriterij, s katerim ocenimo, kateri odgovori so bolj veljavni. Primerjamo uporabnost dveh vprašanj.« (Fowler 2004, 176). Katero vprašanje je boljše oziroma proizvede bolj kakovostne podatke, lahko ugotovimo na več načinov. En način je, da preprosto pogledamo porazdelitev odgovorov (Fowler 2004, 177): če smo pri kognitivnem testiranju vprašanja odkrili težavo, pri kateri se zdi, da sistematično povzroča napako v odgovorih, alternativno vprašanje pa je bilo oblikovano z namenom, da odpravi anketirančevo napačno razumevanje vprašanja, lahko v primeru, da popravljeno vprašanje spremeni porazdelitev odgovorov v pričakovano smer, raziskovalec zaključi, da je popravljeno vprašanje bolj veljavno.

Kateri odgovori so bolj veljavni, lahko ugotovimo tudi tako, da odgovore primerjamo s standardom (neodvisnim kriterijem), s katerim naj bi odgovori korelirali (ibid). Za vprašanja, ki povprašujejo po stališčih, težko najdemo zunanji vir za primerjavo, medtem ko je pri bolj objektivnih vprašanjih lažje najti zunanji vir, s katerim primerjamo svoje podatke in tako ocenimo zanesljivost (Tourangeau 2004, 209). To sta dva načina, kako se odločiti med dvema različicama vprašanja, lahko pa odločitev sprejmemo tudi na podlagi teoretičnih razlogov (Groves in drugi 2004, 250). Če intervjuje posnamemo in vključimo tudi metodo »kodiranja vedenja«, lahko sistematično ocenimo »uporabnost« dveh različic vprašanja (Fowler 2004, 178). Tudi na podlagi »uporabnosti« vprašanja se lahko odločimo za eno izmed različic.

Pri odkrivanju problematičnih vprašanj s pomočjo analize podatkov moramo biti pozorni tudi na število neodgovorov pri posameznih vprašanjih (*angl. item nonresponse*). V anketni metodologiji poznamo dve vrsti neodgovorov: »*unit nonresponse* in »*item nonresponse*« (Groves

in drugi 2004, 169). V prvem primeru (*unit nonresponse*) gre za neuspeh pri pritegnitvi enote iz vzorca k sodelovanju, torej enota, ki je v vzorcu, ne želi ali pa ne more sodelovati v anketni raziskavi. V drugem primeru (*item nonresponse*) pa oseba (enota), ki sicer sodeluje v raziskavi, ne poda odgovora na eno izmed vprašanj. Groves navaja tri vzroke, zakaj anketiranec ne odgovori na eno izmed vprašanj: »a) anketiranec ne razume, kaj vprašanje zahteva od njega, b) anketiranec presodi, da ne more priklicati ustrezne informacije, in c) pomanjkanje pripravljenosti ali motivacije za razkritje informacije« (Beatty in Hermann ter Krosnick v Groves in drugi 2004, 188).

Anketirančevo vedenje ob soočenju z občutljivimi vprašanji lahko razložimo s »teorijo racionalne izbire«. Po tej teoriji anketiranci **izberejo** svoj odgovor, anketiranec pa izbere tisti odgovor, za katerega meni, da je izmed vseh možnih odgovorov najboljši (Schräpler 2004, 120). "Za občutljiva vprašanja pa obstajajo trije vidiki: »1) vdor v zasebnost, 2) tveganje, da se odgovori razkrijejo tretjim osebam, ter 3) družbena zaželenost in nezaželenost odgovorov« (Tourangeau in drugi v Schräpler 2004, 120). V smislu teorije racionalne izbire v povezavi zgornjimi tremi vidiki anketiranec, ko se sooči z občutljivim vprašanjem, tehta med dobrimi in slabimi posledicami odgovarjanja oziroma ne odgovarjanja na vprašanje. Na tehtnici pa zgornji vidiki predstavljajo stran, ki pomeni izgubo. Anketirančev strah pred razkritjem intimnih in osebnih podatkov tretjim osebam, vpliv družbene zaželenosti in splošni odpor proti razkrivanju intimnih dejstev vplivajo na neodgovore pri vprašanjih (Schräpler 2004, 122). Število neodgovorov na vprašanja lahko zmanjšamo tako, da zmanjšamo zahtevnost vprašanj, vprašanja postavimo tako, da se anketiranci počutijo manj ogrožene, ali pa povečamo zasebnost (na primer samo-izpolnitev vprašalnika), pa tudi tako, da skuša anketar razjasniti odgovor oziroma postavi dodatna vprašanja, s katerimi pridobi odgovor (Groves in drugi 2004, 189).

3 EVALVACIJA ANKETNEGA VPRAŠALNIKA

3.1 Metodologija in podatki

Cilj diplomskega dela je oceniti kakovost anketnega vprašalnika Internet dating. V prvem koraku sem skupaj s kolegicami² leta 2007 v okviru predmeta »Oblikovanje anketnega vprašalnika« na Fakulteti za družbene vede izvedel testiranje vprašalnika. Anketni vprašalnik Internet dating smo testirali z metodo **kodiranja vedenja**. Testirali smo tri sklope vprašanj: Internetne navade, Iskanje partnerja/partnerke prek interneta in Demografija. Izvedli smo 25 intervjujev, jih posneli, za kodiranje vedenja pa smo uporabili enotno kodirno shemo (Tabela 2.1). Med 25 anketiranci je bilo 9 žensk in 16 moških, starih med 18 in 49 let. Povprečna starost anketiranca je bila 26,6 let. Po izobrazbi sta imela 2 anketiranca osnovnošolsko izobrazbo, 22 srednješolsko in 1 fakultetno. Glede na status so bili med anketiranci: 1 dijak, 10 študentov, 13 zaposlenih in 1 iskalka zaposlitve. Po opravljenih intervjujih je bila opravljena analiza vseh 25 intervjujev skupaj. Vsak od petih anketarjev, ki so izvajali intervjuje, je pripravil poročilo, kjer je na podlagi izpolnjene kodirne sheme izpostavil problematična vprašanja.

V drugem koraku sem analiziral delo fokusne skupine na primeru vprašalnika »Internet Dating«, kjer so Legat in drugi (2007) celoten anketni vprašalnik Internet Dating evalvirali z metodo **fokusnih skupin**. Naredili so šest fokusnih skupin, v katerih je bilo udeleženih od 5 do 7 posameznikov.

V tretjem koraku sem analiziral tekstovne zapise **kognitivnih intervjujev**, ki so jih opravili Omahne in drugi (2007). Kognitivni intervjuji so bili opravljeni samo na sklopu vprašanj »Seksualnost«. Vsak od avtorjev je na primeru anketnega vprašalnika Internet Dating opravil pet kognitivnih intervjujev, skupno je bilo opravljenih 25 intervjujev.

V četrtem koraku sem naredil kvantitativno analizo podatkov, pridobljenih pri anketni raziskavi Internet Dating. V okviru kvantitativne analize sem analiziral število neodgovorov posameznih vprašanj.

² Nika Kerkez, Vesna Knafelj, Irena Mihalić, Maja Osolnik in Erika Vitez.

Izdelal sem izkustveno shemo (glej Prilogo A), kjer sem za vsako posamično vprašanje zabeležil ugotovitve kodiranja vedenja, fokusnih skupin, kognitivnih intervjujev in odstotek neodgovorov posameznih vprašanj. Na podlagi izkustvene sheme sem ocenil kakovost anketnega vprašalnika in primerjal metode med seboj, pri tem pa sem upošteval, da so bili z metodo kodiranja vedenja evalvirani sklopi Internetne navade, Iskanje partnerja/partnerke prek interneta in Demografija, z metodo fokusnih skupin je bil evalviran celoten vprašalnik, z metodo kognitivnega intervjuja pa sklop Seksualnost.

3.2 Rezultati

Na podlagi izdelane izkustvene sheme sem ugotovil, da nekatera vprašanja anketnega vprašalnika Internet Dating niso v skladu z načeli »dobrih« vprašanj (glej podpoglavje 2.2) in ne zadostujejo trem standardom kakovosti (vsebinski, kognitivni in uporabnostni). Problematičnih je naslednjih 12 vprašanj:

Sklop »Internetne navade«, 5. vprašanje:

Ali ste prek internetnih strani za spoznavanje partnerjev vzpostavili tudi nova prijateljstva?

- a) Da
- b) Ne

Evalvacija z metodo kodiranja vedenja je pokazala, da vprašanje v taki obliki anketirancu ne da dovolj informacij o tem, ali pod internetne strani sodijo tudi priljubljene spletne klepetalnice. Prav tako je evalvacija z metodo kodiranja vedenja pokazala, da je problematičen pojem prijateljstva, ki je premalo opredeljen, saj ne vemo, ali vključuje tudi poznanstva. Sklepam, da nekateri anketiranci pojem »prijateljstva« dojemajo kot zelo močno, tesno in dolgotrajno razmerje ter imajo v svojem krogu prijateljev le peščico oseb. Zato osebo, ki so jo spoznali prek interneta, le stežka pojmujejo kot »prijatelja«, četudi se z njo družijo. Vprašanje ni v skladu s 3. načelom, ki pravi, da morajo biti besede enoznačne, opredelitve izrazov pa na razpolago vsem anketirancem, oziroma da morajo besede vsi anketiranci razumeti na enak način. Vprašanje tako ne dosega kognitivnega standarda kakovosti.

Sklop »Iskanje partnerja/partnerke prek interneta«, 4. vprašanje:

Ali uporabljate internet za naslednje namene, ki jih bom naštel/a? Ocenite na lestvici od 1 do 5, pri čemer 1. pomeni nikoli, 2. redko, 3. včasih, 4. pogosto in 5. dnevno.

- a) Iskanje partnerja/partnerke za partnersko zvezo.
- b) Iskanje partnerja/partnerke zato, da si ustvarim družino.

- c) *Iskanje partnerja/partnerke za eno noč (t.i. "one night stand" oziroma "kratka seksualna avantura").*
- d) *Iskanje partnerja/partnerke za redni seks (t.i. seksualna zveza oziroma "fuck buddy").*
- e) *Iskanje partnerja/partnerke za virtualni seks (on-line seks).*
- f) *Iskanje partnerjev za swingerstvo, skupinski seks in podobno.*
- g) *Vzpostavitev stikov za prijateljstvo in druženje (izleti, konjički ipd.).*
- h) *Vzpostavitev stikov za klepet po internetu.*
- g) *Drugo _____*

Pri tem vprašanju je evalvacija z metodo kodiranja vedenja pokazala, da imajo anketiranci težave pri odgovarjanju, ker ne vedo, na katero obdobje se vprašanje nanaša. Pri podvprašanju a) bi anketiranec, ki trenutno ne išče partnerske zveze prek interneta, v preteklosti pa jo je, lahko odgovoril z *nikoli*, če bi se omejil zgolj na sedanost. Če bi se isti anketiranec omejil na daljše časovno obdobje, pa bi izbral drug odgovor. Enako bi se lahko zgodilo tudi pri drugih točkah, kjer bi anketiranci z isto situacijo v obzir vzeli različno časovno obdobje, posledično pa izbrali različne odgovore, čeprav je njihova resnična vrednost enaka. Ker čas, na katerega se nanaša vprašanje, ni nedvoumno določen, vprašanje ni v skladu s 3. načelom. Prav tako vprašanje ne zadostuje kognitivnemu standardu kakovosti. Kot je razvidno iz izkustvene sheme, je eden od anketarjev predlagal naslednjo obliko tega vprašanja: *Ali ste že kdaj uporabljali internet za naslednje namene?*, pri čemer bi bilo treba spremeniti tudi možne odgovore. S tem bi jasno določili, da je čas, na katerega se vprašanje nanaša, ves čas do sedanjega trenutka.

Sklop »Iskanje partnerja/partnerke prek interneta«, 5. vprašanje:

S koliko ljudmi (povejte številko za vsako kategorijo posebej), ki ste jih spoznali prek interneta, ste:

- a) *se spoznali v živo* _____
- b) *imeli spolni odnos* _____
- c) *imeli virtualni spolni odnos prek interneta ali po telefonu* _____
- d) *vstopili v partnersko zvezo* _____
- e) *se poročili* _____
- f) *ste ostali prijatelji* _____

Pri evalvaciji z metodo kodiranja vedenja je bilo ugotovljeno, da imajo pri tem vprašanju anketiranci težave pri priklicu natančnega števila ljudi. Pri fokusnih skupinah pa je bilo ugotovljeno, da bi anketiranci raje odgovarjali s kategorijami (na primer od 1 do 10). Podvprašanja imajo tudi visoko stopnjo neodgovorov, od 25,0 % do 26,4 %, kar prav tako kaže, da z vprašanjem nekaj ni v redu. Vprašanje sprašuje po natančnem številu ljudi, kar je za posameznike, ki morda že leta uporabljajo internet in prek njega spoznavajo ljudi, zelo zahtevno. Če bi bili podani možni odgovori v obliki kategorij, bi anketiranci lažje podajali odgovore. Vprašanje ni v skladu s 6. načelom, ki med drugim pravi, da mora biti vprašalnik

oblikovan tako, da bodo anketiranci čim lažje beležili odgovore. Vprašanje tudi ne zadostuje uporabnostnemu standardu kakovosti.

Sklop »Iskanje partnerja/partnerke prek interneta«, 6. vprašanje:

Kateri so razlogi, da iščete oziroma ste iskali osebo za morebitno partnersko zvezo prek interneta? Prosim, da pri vsakem vprašanju odgovorite z da ali ne.

1. Ker sem bil/ bila/ sem nezadovoljen/ nezadovoljna v trenutni partnerski zvezi.	DA	NE
2. Ker nikjer drugje ne najdem partnerja/ partnerke.	DA	NE
3. Nimam časa, da bi partnerja/ partnerko iskal drugje.	DA	NE
4. Nimam drugih možnosti, da bi ga/ jo našel (npr. med prijatelji, v diskoteki...).	DA	NE
5. Tako se mi zdi najlažje navezati stik.	DA	NE
6. To je najbolj anonimno - vedno se lahko umakneš brez obveznosti.	DA	NE
Drugo		

Z metodo kodiranja vedenja je bilo ugotovljeno, da je pri tem vprašanju problematično postavljanje neupravičene domneve, saj ni nujno, da uporabnik internetnih strani za navezovanje stikov te strani resnično uporablja z namenom iskanja osebe za morebitno partnersko zvezo. Ker vprašanje vsebuje neupravičeno domnevo, da anketiranec išče osebo za morebitno partnersko zvezo, je to v neskladju z 2. načelom, ki pravi, da naj ne postavljamo vprašanj, ki vsebujejo neupravičene domneve. Vprašanje ne zadosti kognitivnemu standardu kakovosti. Težavo bi lahko rešili tako, da bi pri 4. vprašanju glede na odgovor pri podvprašanju a) vključili filter, ki bi tiste, ki ne iščejo partnerske zveze prek interneta, izločili iz odgovarjanja na to vprašanje.

Sklop »Iskanje partnerja/partnerke prek interneta«, 11. vprašanje:

Ali ste kdaj s strani osebe, ki ste jo spoznali prek interneta, doživeli naslednje stvari, ki vam jih bom naštel/a? Prosim, pri vsakem odgovoru z da ali ne.

1. Nadlegovanje/ izsiljevanje prek interneta.	DA	NE
2. Nadlegovanje/ izsiljevanje po telefonu.	DA	NE
3. Nadlegovanje/ izsiljevanje v živo.	DA	NE
4. Fizično nasilje.	DA	NE
5. Posilstvo.	DA	NE
6. Kraja.	DA	NE
7. Nič od tega.	DA	NE
8. Drugo		

Z metodo kodiranja vedenja je bilo ugotovljeno, da imajo anketiranci težave z izrazom *nadlegovanje/ izsiljevanje*, ker ne vedo natančno, kaj naj si predstavljajo pod tem izrazom. Pri

vprašanju bi bilo smiselno opredeliti, ali pod nadlegovanje sodi tudi nadležnost (na primer pogosti telefonski klici) ali pa pojem opredeljuje le hujše zadeve, kot so, na primer, grožnje. Vprašanje ni v skladu s 3. načelom, ki pravi, da morajo biti besede enoznačne, opredelitive izrazov pa na razpolago vsem anketirancem. Vprašanje tudi ne zadostuje kognitivnemu standardu kakovosti.

Sklop »Demografija«, 3. vprašanje:

Kje trenutno živite?

Z metodo kodiranja vedenja je bilo ugotovljeno, da je vprašanje slabo oblikovano. Tako je eden izmed anketirancev podal odgovor »doma«, namen vprašanja pa je bil ugotoviti, v kakšnem tipu naselja živi anketiranec. V glavni anketni raziskavi so sicer bili podani odgovori, kjer je anketiranec označil tip naselja, vendar težava preširoko zastavljenega vprašanja ostaja, saj nekateri posamezniki čez vikend bivajo v domačem kraju, čez teden pa študirajo ali delajo v drugem kraju. Tudi z metodo fokusnih skupin je bilo ugotovljeno, da so tisti anketiranci, ki čez teden živijo v enem kraju, ob koncih tedna pa v drugem, v dvomih, kakšen odgovor podati. Iz vprašanja torej ni razvidno, ali sprašuje po imenu kraja, tipu naselja ali tipu doma, stalnem prebivališču ali prebivališču v času študija. Vprašanje ni v skladu s 3. načelom, ki pravi, da mora biti vprašanje tako, da vsi anketiranci odgovarjajo na isto vprašanje. Obenem ni v skladu s 5. načelom, ki pravi, da moramo anketirancu dati vedeti, kakšne vrste odgovor pričakujemo, in s 6. načelom, ki med drugim pravi, da mora biti vprašalnik oblikovan tako, da bo anketiranec čim lažje beležil odgovore. Vprašanje ne dosega kognitivnega in uporabnostnega standarda kakovosti.

Sklop »Seksualnost«, 1. vprašanje:

Ljudje imamo različna stališča glede vlog moškega in ženske v družbi. Prosim, označite za vsako od spodaj navedenih trditev, v kolikšni meri se strinjate z njo. 1 pomeni sploh se ne strinjam, 2 se ne strinjam, 3 se niti strinjam niti se ne strinjam, 4 se strinjam in 5 popolnoma se strinjam.

- a) Za žensko je prav tako izpolnjujoče, če ja samo gospodinja, kot če dela za plačilo.*
- b) Naloga moškega v zakonu je, da služi denar, naloga ženske pa, da skrbi za dom in družino.*
- c) Če partnerka zasluži več kot partner, bo to gotovo privedlo do težav.*
- d) Ni dobro, če partner ostane doma in skrbi za otroke, partnerka pa hodi na delo.*
- e) Če gledamo v celoti, družinsko življenje trpi, kadar je ženska polno zaposlena.*

S kognitivnim intervjujem je bilo ugotovljeno, da pri peti trditvi »Če gledamo v celoti, družinsko življenje trpi, kadar je ženska polno zaposlena« obstaja vprašanje, kaj pomeni izraz »polno zaposlena«. Ali gre tu za polnozaposlenost v smislu delovnega razmerja ali polnozaposlenost v smislu, da ima ženska na splošno polne roke dela tako doma kot v

službi? Vprašanje ni v skladu s 3. načelom, ki pravi, da mora biti besedilo vprašanj tako, da vsi anketiranci odgovarjajo na isto vprašanje. Vprašanje prav tako ne dosega kognitivnega standarda kakovosti.

Sklop »Seksualnost«, 2. vprašanje:

V kakšni meri se strinjate s spodaj navedenimi trditvami o samskem stanu? Prosim, označite za vsako od spodaj navedenih trditev, koliko se strinjate z njo. 1 pomeni sploh se ne strinjam, 2 se ne strinjam, 3 se niti strinjam niti se ne strinjam, 4 se strinjam in 5 popolnoma se strinjam.

1. *Z nekom, ki je star čez 30 let in je še vedno samski, je gotovo nekaj narobe.*
2. *Največja težava samskih ljudi je osamljenost.*
3. *Bolje je biti v slabi partnerski zvezi kot pa biti sam.*

S kognitivnim intervjujem je bilo ugotovljeno, da je trditev »Z nekom, ki je star čez 30 let in je še vedno samski, je gotovo nekaj narobe« dvoumna. Kljub temu, da je v trditvi zapisano »in je še vedno samski«, se pri tem vprašanju anketiranci sprašujejo, ali je mišljena oseba, ki pri 30 letih sploh še nikoli ni bila v razmerju. Anketiranci so torej v dilemi, ali gre za osebo, ki sploh še nikoli ni bila v partnerski zvezi, ali za osebo, ki je prej že imela kakšno partnersko zvezo, trenutno pa je samska. Ker anketiranci trditev razumejo na dva različna načina, lahko podajo dva različna odgovora, odvisno od tega, na kakšen način razumejo vprašanje. Vprašanje zato ni v skladu s 3. načelom, ki pravi, da mora biti besedilo vprašanj tako, da vsi anketiranci odgovarjajo na isto vprašanje, in posledično ne dosega kognitivnega standarda kakovosti.

Sklop »Seksualnost«, 7. vprašanje:

Kako bi opisali svojo spolno usmerjenost?

1. *Heteroseksualno.*
2. *Homoseksualno.*
3. *Biseksualno.*
4. *Ne vem, nisem prepričan/a.*

Evalvacija s kognitivnim intervjujem je pokazala, da imajo anketiranci težave pri razumevanju pojmov »heteroseksualno« in »homoseksualno«. Možna razlaga tega pojava je, da ljudje ne poznajo tujih »strokovnih« izrazov, ki se v vsakdanjih pogovorih le redko uporabljajo, bolj pa so jim domači pogovorni izrazi, ki označujejo spolno usmerjenost, kot sta, na primer, »gej« ali »lezbijka«. Lahko pa bi pojav razložili tudi s tem, da v naši družbi, kjer do neke mere še vedno velja, da je heteroseksualna usmerjenost »naravna« usmerjenost, nekateri heteroseksualno usmerjeni posamezniki ne razmišljajo o svoji usmerjenosti, niti ne vedo, da zanjo obstaja poimenovanje. Pri tem vprašanju se je

presenetljivo izkazalo, da anketiranci nimajo dovolj informacij za oblikovanje odgovorov. V vprašanje bi bilo zato smiselno vključiti opredelitve izrazov. Vprašanje ni v skladu s 3. načelom, ki pravi, da morajo biti besede razumljive vsem in da morajo biti opredelitve izrazov na razpolago vsem anketirancem. Vprašanje tako ne zadosti kognitivnemu standardu kakovosti.

Sklop »Seksualnost«, 8. vprašanje:

Ljudje imajo različna stališča glede homoseksualnosti. Prosim, označite za vsako od spodaj navedenih trditev, koliko se strinjate z njo. 1 pomeni sploh se ne strinjam, 2 se ne strinjam, 3 se niti strinjam niti se ne strinjam, 4 se strinjam in 5 popolnoma se strinjam.

1. Homoseksualnost je bolezen.
2. Geje zanima samo seks.
3. Geji in lezbijke so prav tako dobri starši kot heteroseksualci.
4. Spolna usmerjenost staršev ne vpliva na spolno usmerjenost otrok.
5. Homoseksualca ne želim imeti za soseda.
6. Lezbijke so bolj primerne za vzgojo otrok kot geji.
7. Moti me, če se geji in lezbijke na cesti držijo za roke.
8. Nobene potrebe ni, da geji in lezbijke razkrijejo svojo spolno usmerjenost.
9. Geji in lezbijke so kul.

Evalvacija s kognitivnim intervjujem je pokazala, da nekateri anketiranci nimajo izoblikovanega stališča in pogrešajo odgovor »ne vem«. Izkazalo se je, da nimajo izkušenj, na podlagi katerih bi lahko podali enega od možnih odgovorov. Druga težava, ki smo jo odkrili s kognitivnim intervjujem, je pri trditvi »Moti me, če se geji in lezbijke na cesti držijo za roke«, saj nekaterih anketirancev ne moti držanje za roke lezbijk, moti pa jih držanje za roke gejev. V teh primerih so anketiranci podali nevtralni odgovor »se niti strinjam niti ne strinjam«. Če, hipotetično rečeno, anketiranca močno moti držanje gejev za roke, obenem pa ga prav nič ne moti držanje lezbijk za roke, bo lahko podal »kompenzirani« odgovor »se niti strinjam niti se ne strinjam«. Enak odgovor lahko poda oseba, ki jo držanje istospolno usmerjenih oseb, tako gejev kot lezbijk, za roke niti moti niti ne moti. Tretja težava, ki smo jo odkrili s kognitivnim intervjujem, obstaja pri trditvi »Nobene potrebe ni, da geji in lezbijke razkrijejo svojo spolno usmerjenost«, saj je iz intervjujev mogoče razbrati, da to trditev anketiranci razumejo na dva načina. Pri prvem načinu anketiranci trditev razumejo v smislu notranje potrebe homoseksualno usmerjenega posameznika po razkritju drugim osebam. Pri drugem načinu pa anketiranci trditev razumejo v smislu družbene sprejemljivosti ter ali je za družbo kot celoto potrebno in primerno, da se geji razkrivajo. Hipotetično bi lahko oseba z nevtralnimi ali negativnim odnosom do istospolno usmerjenih pri tej trditvi

odgovorila s »se strinjam«, ker bi razumela, da vprašanje sprašuje po tem, ali istospolno usmerjeni posamezniki čutijo potrebo po razkrivanju drugim. To ne bi pomenilo, da ima ta oseba pozitiven odnos do istospolno usmerjenih, namen tega vprašanja pa je bil prav ugotoviti, kakšen odnos imajo anketiranci do istospolno usmerjenih. Zaradi različne percepcije gejev in lezbijk s strani anketirance sedma trditev ni v skladu s 3. načelom, ki pravi, da je treba oblikovati več vprašanj, če sprašujemo po preveč kompleksni stvari, da bi vse zajeli v eno vprašanje. Osmo trditev anketiranci razumejo na dva načina, zato tudi pri tej trditvi vprašanje ni v skladu s 3. načelom, ki pravi, da morajo vsi anketiranci odgovarjati na isto vprašanje. Vprašanje ne dosega kognitivnega standarda kakovosti.

Sklop »Seksualnost«, 9. vprašanje:

Ali prakticirate spodaj navedene spolne dejavnosti ? 1 pomeni Da, imam tako izkušnjo, 2 Ne, bi si pa želel/a in 3 Ne, in si tudi ne želim.

1. *Skupinski seks*
2. *Aktivna vloga v analnem seksu*
3. *Pasivna vloga v analnem seksu*
4. *Dajanje oralnega seksa*
5. *Prejemanje oralnega seksa*
6. *Igranje vlog*
7. *Sadomazohistični seks*
8. *Seks z neznano osebo*
9. *Seks na javnem mestu*
10. *Seks pod vplivom alkohola*
11. *Seks pod vplivom droge*
12. *Masturbacija*
13. *Seks za plačilo*

S kognitivnim intervjujem je bilo ugotovljeno, da pri tem vprašanju nekateri anketiranci ne razumejo pomena besed *oralno*, *masturbacija* in *sadomazohistični seks*. Težave so bile odkrite tudi pri izrazih »*aktivna vloga v analnem seksu*« in »*pasivna vloga v analnem seksu*«. Pri teh dveh spolnih dejavnostih je prišlo do nerazumevanja teh dveh izrazov, zamenjave pomena izraza *aktivna vloga v analnem seksu* s pomenom izraza *pasivna vloga v analnem seksu* ter napačnega razumevanja navedenih izrazov. Nerazumevanje besed in izrazov, ki nastopajo v vprašanju, lahko razlagamo s tem, da besede označujejo spolne prakse, ki jih veliko anketirancev ne prakticira, če pa jih, pa o tem ne govorijo, saj je spolnost še vedno tabu tema. Izrazi, ki nastopajo v vprašanju, niso razumljivi vsem anketirancem in vsi jih ne razumejo na enak način, prav tako vprašanje ne vsebuje opredelitev izrazov, ki bi bile vsem anketirancem na

razpolago, zato vprašanje ni v skladu s 3. načelom. Vprašanje prav tako ne dosega kognitivnega standarda kakovosti.

Sklop »Seksualnost«, 12. vprašanje:

Ocenite, koliko se spodnje trditve nanašajo na vas osebno. 1 pomeni sploh ne velja zame, 2 ne velja zame, 3 ne morem oceniti, 4 velja zame in 5 popolnoma velja zame.

- 1. Pornografija ima pomembno vlogo v mojem življenju.*
- 2. Brez uporabe pornografije bi težko obdržal/a trenutno raven želje po seksu.*
- 3. Če bi pornografija prenehala obstajati, tega sploh ne bi pogrešal/a.*
- 4. Težko bi prenehal/a uporabljati pornografijo, če bi moj partner/ka to zahteval od mene.*
- 5. Brez pornografije bi bil precej manj zadovoljen/a s svojim seksualnim življenjem.*

Evalvacija s kognitivnim intervjujem je pokazala, da so zadnje tri trditve oblikovane tako, da mora anketiranec vložiti veliko napora, da dojamemo pomen trditve. Predpostavljam pa, da »vprašanja, ki so lahko razumljiva in proizvajajo manj kognitivnih težav za anketirance, prispevajo manj merske napake kot vprašanja, ki so težko razumljiva in na katera je težko odgovoriti« (Groves in drugi 2004, 241). Iz tega vidika je vprašanje problematično. Poleg tega vprašanje neupravičeno domneva, da anketiranec gleda pornografijo, kar ni v skladu z 2. načelom, ki pravi, da naj ne postavljamo vprašanj, ki vsebujejo neupravičene domneve. Tako mora anketiranec, ki ne gleda pornografije, skozi pet trditev, ki se nanj ne nanašajo. Vprašanje ni v skladu s kognitivnim standardom, saj je oblikovanje odgovora na vprašanje oteženo. V smislu, da anketiranec ni opremljen z navodili, ki bi ga v primeru, da ne gleda pornografije, vodila neposredno k naslednjemu vprašanju, pa vprašanje ne dosega uporabnostnega standarda.

S kvantitativno analizo vprašalnika sem ugotovil, da na posamezna vprašanja anketnega vprašalnika Internet Dating v povprečju ni odgovorilo 22,1 % anketirancev. Po odstotku anketirancev, ki niso podali odgovora, izstopa pet vprašanj. Enajsto vprašanje sklopa Seksualnost, *Prosim, spomnite se zadnje osebe, ki ste jo spoznali prek interneta in ste z njo imeli spolne odnose. Če ste pri tem uporabili kondom, kakšen je bil glavni razlog za to?*, je vprašanje z največjim odstotkom neodgovorov, in sicer pri tem vprašanju ni podalo odgovora 33,7 % anketirancev. Vprašanje z drugim največjim odstotkom neodgovorov je peto vprašanje sklopa Seksualnost, *Prosim, spomnite se zadnje osebe, ki ste jo spoznali prek interneta in ste se z njo dobili v živo. Koliko časa je preteklo od prvega zmenka do prvega spolnega odnosa?*, kjer na vprašanje ni odgovorilo 33,4 % anketirancev. Na tretje vprašanje sklopa Internetne navade, *Kako dolgo ste že uporabnik/ca tovrstnih strani?*, pa ni odgovorilo 28,8 % anketirancev. Visok odstotek neodgovorov imajo tudi trditve četrtega vprašanja sklopa Internetne navade, ki sprašujejo

Ali je uporaba internetnih strani za spoznavanje morebitnih partnerjev oziroma partnerke kdaj pripeljala do spodaj navedenih situacij?, v povprečju 26,5 % neodgovorov. Na peto vprašanje sklopa »Iskanje partnerjev/partnerke prek interneta«, *S koliko ljudmi (povejte številko za vsako kategorijo posebej), ki ste jih spoznali prek interneta, ste?*, na kategorijo v povprečju ni odgovorilo 25,7 % anketirancev. Z analiziranjem števila neodgovorov posameznih vprašanj sem torej odkril vprašanja, ki so problematična, vendar vrste težave zgolj z analizo neodgovorov posameznih vprašanj ni mogoče ugotoviti. Le v enem primeru sem visok odstotek neodgovorov lahko pojasnil z ugotovitvami metode kodiranja vedenja in metode fokusnih skupin pri posameznih vprašanjih.

Z metodo fokusnih skupin je bilo ugotovljeno, da imajo udeleženci dober splošni vtis o anketnem vprašalniku Internet Dating. Anketni vprašalnik ima dobro strukturo, razčlenjenost in razdelitev v sklope. Navodila za reševanje so primerna in razumljiva, vendar so jih nekateri udeleženci označili za predolga. Najpogostejša pripomba udeležencev je bila, da je anketni vprašalnik kot celota predolg (Legat in drugi 2007, 49).

Z metodo fokusnih skupin je bilo ugotovljeno tudi, da bi udeleženci pred 2. vprašanje, *Katere internetne strani za spoznavanje partnerjev/partneric trenutno obiskujete (internet dating)?*, postavili vprašanje *Ali uporabljate internet tudi v namene iskanja partnerjev?* (Legat in drugi 2007, 50).

Ena od težav, ki jo je prav tako odkrila evalvacija anketnega vprašalnika z metodo fokusnih skupin, je vdor v anketirančevo zasebnost. Udeleženci fokusnih skupin so povedali, da so vprašanja preveč osebna, in pod vprašaj postavili iskrenost odgovorov (Legat in drugi 2007, 17). V anketnem vprašalniku so občutljiva vprašanja. Ker je namen anketnega vprašalnika Internet Dating dobiti realno sliko o intimnem svetu uporabnikov spletnih strani za iskanje »partnerjev«, seveda moramo zastavljati občutljiva vprašanja. Z metodo fokusnih skupin lahko dobimo konkretne zamisli, kako – upoštevajoč teorijo racionalne izbire – jeziček na tehtnici premakniti s strani, kjer so »slabosti«, na stran, kjer so »prednosti«. To v mojem primeru predstavljajo dodatno zagotovilo anonimnosti in nerazkrivanja podatkov tretjim osebam, uporaba metode anketiranja brez anketarja ter vključitev odgovora »ne želim odgovarjati« med nabor možnih odgovorov. Z zadnjim ukrepom se izognemo morebitnemu odstopu anketiranja od nadaljnjega izpolnjevanja anketnega vprašalnika. Če ugotovitev fokusnih skupin primerjam s kvantitativno analizo neodgovorov posameznih

vprašanj, se izkaže, da so prav najbolj občutljiva vprašanja med vprašanji z najvišjim številom neodgovorov. To so vprašanja, ki povprašujejo po uporabi kondoma, številu partnerjev in po preteku časa od prvega zmenka do prvega spolnega odnosa. Pri primerjavi metod med seboj (na podlagi izkustvene sheme in dodatnih ugotovitev fokusnih skupin glede vprašalnika kot celote) sem ugotovil, da, v grobem rečeno, z metodo fokusnih skupin odkrijemo težave same oblike anketnega vprašalnika in težave, ki so vezane na celoto anketnega vprašalnika, medtem ko z metodama kodiranja vedenja in kognitivnega intervjuja odkrivamo težave, ki se nanašajo na konkretna vprašanja. Pri fokusnih skupinah lahko ugotovimo tudi težave posameznih vprašanj, vendar gre pri težavah za izrazito dvoumno zastavljeno vprašanje ali pa za manjkajoči ponujen odgovor oziroma za takšno obliko ponujenih odgovorov, ki anketirancu onemogočajo, da bi zlahka odgovoril na vprašanje. Medtem ko pa pri kognitivnem intervjuju in kodiranju vedenja, poleg tega, da odkrivamo dvoumno zastavljena vprašanja, odkrivamo tudi bolj ozke težave, ki se nanašajo na nerazumevanje posameznih besed. Ker je bil z metodo kognitivnega intervjuja evalviran drug sklop anketnih vprašanj kot s kodiranjem vedenja, metod nisem mogel neposredno primerjati. Vendar pa lahko po analizi sodeč sklepam, da metoda kognitivnega intervjuja, v primerjavi z metodo kodiranja vedenja, odkrije ne samo besede, ki jih anketiranci ne razumejo, temveč tudi besede, ki jih anketiranci razumejo napačno. Torej je s kognitivnim intervjujem mogoče odkriti napačno razumevanje besede oziroma vprašanja, četudi anketiranec ne daje vtisa nerazumevanja besede oziroma vprašanja.

4 SKLEP

V diplomskem delu sem proučeval kakovost anketnega vprašalnika Internet Dating. V prvem delu diplomskega dela sem opredelil pojem kakovosti anketnega vprašalnika. Kakovosten anketni vprašalnik je vprašalnik, ki vsebuje dobra vprašanja, obenem pa mora imeti ustrezno obliko, ki je različna pri različnih metodah anketiranja. Dobra anketna vprašanja morajo izpolnjevati načela dobrih anketnih vprašanj, ki so jih postavili strokovnjaki (na primer Fowler 1995). Ustrezna oblika anketnega vprašalnika pa mora biti prilagojena uporabljeni metodi anketiranja in se nanaša na vizualne elemente, navodila, sosledje navodil in vprašanj ter ostale informacije, ki jih anketiranec potrebuje, da brez težav reši anketni vprašalnik. Namen družboslovnih raziskav je vpogled v družbeni svet, vendar pa si lahko pravo sliko ustvarimo zgolj na podlagi zanesljivih in veljavnih podatkov. Za pridobitev teh pa moramo uporabiti kakovosten merski instrument. Zato je na mestu, da pred vsako anketno raziskavo anketni vprašalnik evalviramo.

Anketni vprašalnik Internet Dating je bil evalviran s štirimi metodami za evalvacijo anketnih vprašalnikov. Skupaj s kolegicami (Niko Kerkez, Vesno Knafelj, Ireno Mihalić, Majo Osolnik in Eriko Vitez) smo anketni vprašalnik Internet dating evalvirali z metodo kodiranje vedenja. Izvedel sem tudi meta-analizo evalvacije anketnega vprašalnika Internet Dating z metodo fokusnih skupin. Sam sem analiziral tekstovne zapise kognitivnih intervjujev in vprašalnik testiral z analizo kvantitativnih podatkov, ugotovitve, ki izhajajo iz vseh štirih metod evalvacije vprašalnika, pa sem beležil v izkustveno shemo. Na podlagi izkustvene sheme sem ocenil kakovost anketnega vprašalnika, rezultati pa so bili predstavljeni v tretjem delu diplomskega dela.

Ugotovil sem, da anketni vprašalnik Internet Dating ne zadostuje opredelitvi kakovostnega anketnega vprašalnika v celoti. Težave so bile odkrite pri 12 od skupno 39 anketnih vprašanjih. Največ problematičnih vprašanj je bilo odkritih z metodo kognitivnega intervjuja, najmanj pa z metodo fokusnih skupin. Vendar pa je bilo z metodo fokusnih skupin odkritih kar nekaj težav, ki se ne nanašajo na posamezna vprašanja, temveč na ustrezno obliko anketnega vprašalnika. Gledano širše se najbolje med seboj dopolnjujeta metoda kognitivnega intervjuja in metoda fokusnih skupin, saj odkrivata različne vrste težav.

5 LITERATURA

1. Beatty, Paul. 2004. The Dynamics of Cognitive Interviewing. V *Methods for Testing and Evaluating Survey Questionnaires*, ur. Stanley Presser, Jennifer M. Rothgeb, Mick P. Couper, Judith T. Lessler, Elizabeth Martin, Jean Martin in Eleanor Singer, 45-66. New Jersey: John Wiley & Sons.
2. Bratušek, Mirjana. 2009. *Poglobljeni intervju z glasnim razmišljanjem kot metoda testiranja anketnih vprašalnikov*. Diplomsko delo. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
3. Burnik, Tomaž, Nika Kerkez, Vesna Knafelj, Irena Mihalič, Maja Osolnik, Erika Vitez. 2007. *Evalvacija anketnega vprašalnika Internet dating z metodo »Kodiranje vedenja«*. Izpitna naloga pri predmetu Oblikovanje anketnega vprašalnika, š.l. 2006/2007. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
4. Draisma, Stasja in Will Dijkstra. 2004. Response Latency and (Para)Linguistic Expressions as Indicators of Response Error. V *Methods for Testing and Evaluating Survey Questionnaires*, ur. Stanley Presser, Jennifer M. Rothgeb, Mick P. Couper, Judith T. Lessler, Elizabeth Martin, Jean Martin in Eleanor Singer, 131-147. New Jersey: John Wiley & Sons.
5. Fowler, Floyd J., Jr. 1995. *Improving Survey Questions*. Design and Evaluation. Applied Social Research Methods Series 38. California: SAGE Publications, Inc.
6. Fowler, Floyd Jackson, Jr. 2004. The Case for More Split-Sample Experiments in Developing Survey Instruments. V *Methods for Testing and Evaluating Survey Questionnaires*, ur. Stanley Presser, Jennifer M. Rothgeb, Mick P. Couper, Judith T. Lessler, Elizabeth Martin, Jean Martin in Eleanor Singer, 173-188. New Jersey: John Wiley & Sons.
7. Gower, Allen R., Brenda Bélanger, Maric-Josée Williams, Statistics Canada. 1998. *Using focus groups with respondents and interviewers to evaluate the questionnaire and interviewing procedures after the survey has taken place*. Dostopno prek: http://www.amstat.org/sections/srms/proceedings/papers/1998_067.pdf (13. november 2009).
8. Groves, Robert M., Floyd J. Fowler, Jr., Mick P. Couper, James M. Lepkowski, Eleanor Singer in Roger Tourangeau. 2004. *Survey Methodology*. Hoboken: John Wiley & Sons, Inc.
9. Hlebec, Valentina. 2004/2005. Koraki pri oblikovanju anketnega vprašalnika. V *Študijsko gradivo za predmet Oblikovanje anketnega vprašalnika, 1. del*. Ljubljana: FDV. Dostopno prek <http://2006.av.fdvinfo.net/index.php?fl=0&pid=2&id=230> (13. november 2009).
10. Kogovšek, Tina. 2001. *Ocenjevanje zanesljivosti in veljavnosti merjenja značilnosti egocentričnih socialnih omrežij*. Doktorska disertacija. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.

11. Legat, Mitja, Luka Zupanc, Matjaž Likozar, Katja Pokorn, Miha Antončič, Jošt Hren in Ivo Švigelj. 2007. *Evalvacija anketnega vprašalnika »Internet dating« z metodo fokusnih skupin*. Izpitna naloga pri predmetu Oblikovanje anketnega vprašalnika, š.l. 2006/2007. Ljubljana: Fakulteta za Družbene vede.
12. Lozar Manfreda, Katja. 2001. *Web Survey Errors*. Doktorska disertacija. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
13. Martin, Elizabeth. 2004. Vignettes and Respondent Debriefing for Questionnaire Design and Evaluation. V *Methods for Testing and Evaluating Survey Questionnaires*, ur. Stanley Presser, Jennifer M. Rothgeb, Mick P. Couper, Judith T. Lessler, Elizabeth Martin, Jean Martin in Eleanor Singer, 149-171. New Jersey: John Wiley & Sons.
14. Nadrag, Petra. 2002. *Kakovost anketnega vprašalnika za evalvacijo programa PUM*. Diplomsko delo. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
15. Omahne, Tilen, Maja Čeplak, Nuša Preša, Mojca Plemeniti in Mateja Hren. 2007. *Zapis kognitivnih intervjujev na primeru Internet Dating*. Izpitna naloga pri predmetu Oblikovanje anketnega vprašalnika, š.l. 2006/2007. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
16. Presser, Stanley, Jennifer M. Rothgeb, Mick P. Couper, Judith T. Lessler, Elizabeth Martin, Jean Martin in Eleanor Singer, ur. 2004. *Methods for Testing and Evaluating Survey Questionnaires*. New Jersey: John Wiley & Sons.
17. Schräpler, Jörg-Peter. Respondent Behavior in Panel Studies: A Case Study for Income Nonresponse by Means of the German Socio-Economic Panel (SOEP). *Sociological Methods Research* 33: 118. Dostopno prek: <http://smr.sagepub.com/cgi/content/abstract/33/1/118> (1. december 2009).
18. Tourangeau, Roger. 2004. Experimental Design Considerations for Testing and Evaluating Questionnaires. V *Methods for Testing and Evaluating Survey Questionnaires*, ur. Stanley Presser, Jennifer M. Rothgeb, Mick P. Couper, Judith T. Lessler, Elizabeth Martin, Jean Martin in Eleanor Singer, 209-224. New Jersey: John Wiley & Sons.
19. Willis, Gordon B. 2004. Cognitive Interviewing Revisited: A Useful Technique, in Theory? V *Methods for Testing and Evaluating Survey Questionnaires*, ur. Stanley Presser, Jennifer M. Rothgeb, Mick P. Couper, Judith T. Lessler, Elizabeth Martin, Jean Martin in Eleanor Singer, 23-43. New Jersey: John Wiley & Sons.
20. Zrimšek, Petra. 2009. *Kodiranje vedenja kot metoda testiranja anketnega vprašalnika*. Diplomsko delo. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.

6 PRILOGI

Priloga A: Izkustvena shema

I. INTERNETNE NAVADE

Vprašanje	Neodgovori
1. Koliko ur na teden v povprečju preživite na internetu? a) Vsak dan manj kot 2 uri. b) Vsak dan več kot 2 uri. c) Nekajkrat na teden. d) Nekajkrat na mesec ali manj.	19,2%
2. Katere internetne strani za spoznavanje partnerjev/partneric trenutno obiskujete (internet dating)?	Ni podatka
3. Kako dolgo ste že uporabnik/ca tovrstnih strani? a) Manj kot pol leta. b) Od pol leta do enega leta. c) Od enega do dveh let. d) Od dveh do treh let. e) Več kot tri leta.	28,8%
4. Ali je uporaba internetnih strani za spoznavanje morebitnih partnerjev oziroma partnerk kdaj pripeljala do spodaj navedenih situacij? Prosim, odgovorite za vsako kategorijo z da ali ne.	
1. Težave v partnerski oz. zakonski zvezi.	DA NE 26,4%
2. Razpad partnerske zveze.	DA NE 26,3%
3. Ukinitve ali zmanjšanje seksualne želje po stalnem partnerju oziroma partnerki.	DA NE 26,6%
4. Občutki krivde.	DA NE 26,8%
5. Obsedenost z internetnim ljubimcem/ljubico.	DA NE 26,3%
6. Izoliranost od prijateljev (redkeje se dobivam s prijatelji).	DA NE 26,3%
5. Ali ste prek internetnih strani za spoznavanje partnerjev vzpostavili tudi nova prijateljstva? a) Da b) Ne	21,7%
Kodiranje vedenja: En anketar je pri tem vprašanju izpostavil, da je problematičen pojem »prijateljstvo«, saj se ne ve, ali obsega tudi poznanstva. Drugi anketar pa je izpostavil, da se pri besedi »internetne strani« pojavlja vprašanje, ali mednje sodijo tudi internetne klepetalnice.	
6. Koliko se strinjate s spodaj navedenimi trditvami o spoznavanju partnerjev/partnerk prek interneta? Prosim, da za vsako od spodaj navedenih trditev poveste, v kolikšni meri se strinjate z njo. Pri čemer 1. pomeni sploh se ne strinjam, 2. se ne strinjam, 3. se niti strinjam niti ne strinjam, 4. se strinjam in 5. se popolnoma strinjam. a) Seks prek interneta (cyber seks, virtualni seks) ni varanje svojega partnerja/partnerke. b) Nezvestoba je, če se po internetu z nekom, ki ga nisi nikoli v živo spoznal, pogovarjaš o erotičnih zadevah.	20,2% 20,2%

II. ISKANJE PARTNERJA/PARTNERKE PREK INTERNETA

1. Ljudje imajo različna stališča glede partnerskih zvez. Prosim, da za vsako od spodaj navedenih trditev poveste, v kolikšni meri se strinjate z njo. Pri čemer 1. pomeni sploh se ne strinjam, 2. se ne

strinjam, 3. se niti strinjam niti ne strinjam, 4. se strinjam in 5. se popolnoma strinjam.	19,9%
a) Danes je težko vzdrževati zvezo na dolgi rok.	20,2%
b) Ljudje imamo danes previsoke zahteve glede partnerskega življenja.	20,0%
c) Partnerske zveze odvzamejo svobodo in dušijo.	20,3%
d) Imeti kratke avanture je boljše kot biti v partnerski zvezi.	19,9%
e) Zveza prej ali slej zapade v rutino.	20,3%
f) Biti v partnerski zvezi je preprosto preveč naporno.	
2. Koliko se strinjate s spodnjimi trditvami glede romantične ljubezni? Prosim, da za vsako od spodaj navedenih trditev poveste, v kolikšni meri se strinjate z njo. Pri čemer 1. pomeni sploh se ne strinjam, 2. se ne strinjam, 3. se niti strinjam niti ne strinjam, 4. se strinjam in 5. se popolnoma strinjam.	
a) Prava ljubezen je le ljubezen za vedno.	20,0%
b) Partnerska zveza je lahko uspešna le, če se partnerja poročita.	20,2%
c) Poroka pomeni potrditev prave ljubezni.	20,2%
3. Katerega spola so bili vaši dosedanji partnerji/partnerke? Pri tem mislim tako tiste, s katerimi ste bili v partnerski zvezi, kot tiste, s katerimi ste imeli enkratne oziroma bežne seksualne stike.	20,6%
a) Izključno moškega spola.	
b) Predvsem moškega spola.	
c) Enako moškega in ženskega spola.	
d) Predvsem ženskega spola.	
e) Izključno ženskega spola.	
4. Ali uporabljate internet za naslednje namene, ki jih bom naštel/a? Ocenite na lestvici od 1 do 5, pri čemer 1. pomeni nikoli, 2. redko, 3. včasih, 4. pogosto in 5. dnevno.	
a) Iskanje partnerja/partnerke za partnersko zvezo.	20,6%
b) Iskanje partnerja/partnerke zato, da si ustvarim družino.	21,1%
c) Iskanje partnerja/partnerke za eno noč (t.i. "one night stand" oziroma "kratka seksualna avantura").	21,1%
d) Iskanje partnerja/partnerke za redni seks (t.i. seksualna zveza oziroma "fuck buddy").	20,9%
e) Iskanje partnerja/partnerke za virtualni seks (on-line seks).	21,0%
f) Iskanje partnerjev za swingerstvo, skupinski seks in podobno.	21,2%
g) Vzpostavitev stikov za prijateljstvo in druženje (izleti, konjički ipd.).	20,8%
h) Vzpostavitev stikov za klepet po internetu.	20,6%
g) Drugo _____	
Kodiranje vedenja: Vseh pet anketarjev je vprašanje izpostavilo kot problematično. Težava pri tem vprašanju je, da ne vemo točno, na kateri čas oziroma obdobje se vprašanje nanaša. Anketiranec, ki trenutno sicer ne išče partnerja/partnerke prek interneta, pred dvema mesecema pa jo je iskal, bi se lahko znašel v dilemi, kateri odgovor podati pri namenu <i>a) iskanje partnerja/partnerke za partnersko zvezo</i>. Eden izmed predlogov za spremembo vprašanja je: <i>Ali ste že kdaj uporabljali internet za naslednje namene?</i> Seveda bi bilo pri tem treba spremeniti možne odgovore.	
5. S koliko ljudmi (povejte številko za vsako kategorijo posebej), ki ste jih spoznali prek interneta, ste:	
a) se spoznali v živo _____	25,9%
b) imeli spolni odnos _____	25,0%
c) imeli virtualni spolni odnos prek interneta ali po telefonu _____	25,6%
d) vstopili v partnersko zvezo _____	25,0%
e) se poročili _____	26,4%
f) ste ostali prijatelji _____	26,4%
Kodiranje vedenja: Pri tem vprašanju so imeli nekateri anketiranci težave pri priklicu točnega števila ljudi. Vprašanje so kot problematično izpostavili trije anketarji. Fokusne skupine: Pri tem vprašanju bi namesto odgovarjanja z natančnim številom odgovarjali s kategorijami, na primer od 1 do 10 itd. Eden od udeležencev je kot razlog navedel: »Če bi to uporabljal deset let, ne vem, ali bi si vse to zapomnil« (Legat in drugi 2007, 10).	

6. Kateri so razlogi, da iščete oziroma ste iskali osebo za morebitno partnersko zvezo prek interneta? Prosim, da pri vsakem vprašanju odgovorite z da ali ne.			Ni podatka
1. Ker sem bil/bila/sem nezadovoljen/nezadovoljna v trenutni partnerski zvezi.	DA	NE	
2. Ker nikjer drugje ne najdem partnerja/partnerke.	DA	NE	
3. Nimam časa, da bi partnerja/partnerko iskal drugje.	DA	NE	
4. Nimam drugih možnosti, da bi ga/jo našel (npr. med prijatelji, v diskoteki...).	DA	NE	
5. Tako se mi zdi najlažje navezati stik.	DA	NE	
6. To je najbolj anonimno - vedno se lahko umakneš brez obveznosti.	DA	NE	
Drugo			
Kodiranje vedenja: Dva anketarja poročata, da je pri tem vprašanju težava postavljanje neupravičene domneve, saj ni nujno, da uporabnik internetnih strani za navezovanje stikov te strani uporablja za iskanje osebe za morebitno partnersko zvezo.			
7. Na katere značilnosti ste pozorni, ko izbirate partnerja/partnerko na internetu? (Izberite tri za vas najbolj pomembne kriterije.)			Ni podatka
a) Videz na sliki b) Višina c) Teža d) Starost e) Barva las f) Barva oči g) Prehrabene navade h) Pivske navade i) Kadilske navade j) Izobrazba k) Znamenje v horoskopu l) Vera m) Rasa n) Kraj bivanja o) Interesne dejavnosti p) Ali ima otroke q) Ali si želi imeti otroke r) Spolne navade s) Pričakovanja glede spolnosti t) Dohodek u) Zaposlitev/položaj na delovnem mestu v) Nacionalnost w) Postava x) Samo-predstavitveno besedilo (besedilo, ki ga oseba napiše o sebi) y) Drugo_____			
8. Ali ste v svojem profilu/oglasu na internetnih straneh za zmenke ali pozneje v internetni komunikaciji z osebo, ki ste jo spoznali prek interneta, kdaj dali netočne informacije?			23,7%
a) Da b) Ne			
9. Če je pri zgornjem vprašanju odgovoril/a z DA: Pri katerih od spodaj naštetih značilnosti niste dali točnih informacij? Pri vsaki značilnosti odgovorite z da ali ne.			Ni podatka
1. Na sliki, ki sem jo pripel/a oglasu, nisem bil/a jaz.	DA	NE	
2. Navedel/la sem višjo telesno težo.	DA	NE	
3. Navedel/la sem nižjo telesno težo.	DA	NE	
4. Navedel/la sem višjo telesno višino.	DA	NE	
5. Navedel/la sem nižjo telesno višino.	DA	NE	
6. Predstavil/a sem se mlajši/mlajša, kot sem.	DA	NE	
7. Predstavil/a sem se starejši/starejša, kot sem.	DA	NE	
8. Navedel/la sem slabši premoženjski status, kot ga imam.	DA	NE	
9. Navedel/la sem boljši premoženjski status, kot ga imam.	DA	NE	
10. Navedel/la sem nižjo izobrazbo, kot jo imam.	DA	NE	
11. Navedel/la sem višjo izobrazbo, kot jo imam.	DA	NE	
12. Nisem navedel/la, da imam otroke, čeprav jih imam.	DA	NE	
13. Navedel/la sem, da nisem v partnerski zvezi ali poročen/a, čeprav sem.	DA	NE	
14. Navedel/la sem netočne podatke o svojih navadah (prehrana, alkohol, kajenje).	DA	NE	
15. Drugo			
10. Ali ste v svojem oglasu objavili svojo sliko?			24,0%
a) Da, svojo b) Da, svojo erotično sliko c) Da, ampak tujo sliko (na sliki nisem jaz) d) Ne			

11. Ali ste kdaj s strani osebe, ki ste jo spoznali prek interneta, doživeli naslednje stvari, ki vam jih bom naštel/a. Prosim, pri vsakem odgovorite z da ali ne.

1. Nadlegovanje/izsiljevanje prek interneta.	DA	NE
2. Nadlegovanje/izsiljevanje po telefonu.	DA	NE
3. Nadlegovanje/izsiljevanje v živo.	DA	NE
4. Fizično nasilje.	DA	NE
5. Posilstvo.	DA	NE
6. Kraja.	DA	NE
7. Nič od tega.	DA	NE
8. Drugo		

Ni
podatka

Kodiranje vedenja: Med naštetimi stvarmi je večkrat uporabljen izraz nadlegovanje/izsiljevanje, trije od petih anketarjev pa so izrazili, da je ta izraz pomanjkljivo opredeljen. Eden od anketirancev je povedal: »Besedo bi morali dodatno razložiti, saj je nejasno, ali gre za nadležnost (na primer pogosti telefonski klici) ali za hujše zadeve, kot so, na primer, grožnje« (Burnik in drugi 2007, 12).

III. DEMOGRAFIJA

1. Spol 19,2%
a) Moški
b) Ženski

2. Katerega leta ste rojeni? 19,2%

3. Kje trenutno živite? 20,6%

Kodiranje vedenja: Problematičnost so izpostavili trije anketarji. Vprašanje je slabo oblikovano. Tako je eden izmed anketirancev podal odgovor »doma« (Burnik in drugi 2007, 23). Namen vprašanja pa je bil ugotoviti, v kakšnem tipu naselja živi anketiranec. Poleg tega nekateri posamezniki čez vikend bivajo v domačem kraju, čez teden pa študirajo ali delajo v drugem kraju.

Fokusne skupine: Udeleženci fokusnih skupin so bili pri tem vprašanju v dvomih, ker se kot študentje tedensko vozijo v Ljubljano. Izvajalec fokusne skupine je kot rešitev predlagal dodatek k vprašanju »napišite mesto, kjer preživite največ časa« (Legat in drugi 2007, 45).

4. Kakšna je vaša izobrazba? 19,2%
a) Ne/dokončana osnovna šola.
b) Dokončana poklicna šola.
c) Dokončana srednja šola.
d) Dokončana višja poklicna šola.
e) Dokončana fakulteta, visoka šola.
f) Dokončan magistririj ali doktorat.

5. Ste zaposleni? 24,0%
a) Da, za polni delovni čas.
b) Da, za skrajšan delovni čas.
c) Ne, sem študent/študentka, dijak/dijakinja.
d) Ne, sem gospodinja/gospodinjec.
e) Ne, sem upokojen/upokojena.
f) Ne, sem brezposeln/brezposelna.
g) Drugo _____

6. Kakšen je vaš povprečni neto mesečni dohodek (izražen v evrih)? Seštejte vse dohodke (plača, honorarji ipd.)	21,5%
a) do 500 EUR b) od 501 EUR do 700 EUR c) od 701 EUR do 900 EUR d) od 901 EUR do 1.100 EUR e) od 1.101 EUR do 1.300 EUR f) od 1.301 EUR do 1.500 EUR g) od 1.501 EUR do 2.000 EUR h) več kot 2.000 EUR	
7. Ali ste verni?	19,5%
a) Sem veren/a. b) Ne morem reči, ali sem veren/a ali ne. c) Nisem veren/a.	
8. Ali ste trenutno v partnerski zvezi?	19,2%
a) Da b) Ne	
9. Kakšen je vaš trenutni zakonski stan?	19,2%
a) Poročen/a ali v izvenzakonski zvezi. b) Razvezan/a. c) Vdovec/vdova. d) Samski/a.	

IV. SEKSUALNOST

1. Ljudje imajo različna stališča glede vlog moškega in ženske v družbi. Prosim, označite za vsako od spodaj navedenih trditev, v kolikšni meri se strinjate z njo.	
1. sploh se ne strinjam 2. se ne strinjam 3. se niti strinjam niti se ne strinjam 4. se strinjam 5. popolnoma se strinjam	
a) Za žensko je prav tako izpolnjujoče, če je samo gospodinja, kot če dela za plačilo. b) Naloga moškega v zakonu je, da služi denar, naloga ženske pa, da skrbi za dom in družino. c) Če partnerka zasluži več kot partner, bo to gotovo privedlo do težav. d) Ni dobro, če partner ostane doma in skrbi za otroke, partnerka pa hodi na delo. e) Če gledamo v celoti, družinsko življenje trpi, kadar je ženska polno zaposlena.	21,3% 21,1% 21,3% 21,2% 21,2%
Kognitivni intervju: Pri peti trditvi prvega vprašanja »Če gledamo v celoti, družinsko življenje trpi, kadar je ženska polno zaposlena« obstaja vprašanje, kaj pomeni izraz »polno zaposlena«. Gre tu za polnozaposlenost v smislu delovnega razmerja ali polnozaposlenost v smislu, da ima ženska na splošno polne roke dela tako doma kot v službi?	
2. V kakšni meri se strinjate s spodaj navedenimi trditvami o samskem stanu? Prosim, označite za vsako od spodaj navedenih trditev, koliko se strinjate z njo.	
1. sploh se ne strinjam 2. se ne strinjam 3. se niti strinjam niti se ne strinjam 4. se strinjam 5. popolnoma se strinjam	
a) Z nekom, ki je star čez 30 let in je še vedno samski, je gotovo nekaj narobe. b) Največja težava samskih ljudi je osamljenost. c) Bolje je biti v slabi partnerski zvezi kot biti sam.	20,6% 20,6% 21,3%

Kognitivni intervju: Pri trditvi »Z nekom, ki je star čez 30 let in še vedno samski, je gotovo nekaj narobe« se je pet anketirancev spraševalo, ali gre za osebo, ki je predhodno sicer bila v razmerju, ali za osebo, ki pri 30 letih še ni bila v nobenem razmerju. Eden je povedal »Če ni imel predhodnega razmerja do 30. leta, se popolnoma strinjam, da mora biti s tako osebo nekaj narobe« (Omahne in drugi 2007, 10). Kljub temu, da je v vprašanju zapisano »in še vedno samski«, se pri tem vprašanju anketiranci sprašujejo, ali je mišljena oseba, ki pri 30 letih sploh še nikoli ni bila v razmerju.

3. Kako ste na splošno zadovoljni s svojim seksualnim življenjem?	21,3%
1. Zelo nezadovoljen/nezadovoljna.	
2. Nezadovoljen/nezadovoljna.	
3. Niti nezadovoljen/zadovoljna niti zadovoljen/zadovoljna.	
4. Zadovoljen/zadovoljna.	
5. Zelo zadovoljen/zadovoljna.	
4. Prosim, spomnite se zadnje osebe, ki ste jo spoznali prek interneta in ste se z njo dobili v živo. Koliko časa je preteklo od prvega kontakta s to osebo na internetu do srečanja v živo?	23,4%
a) Manj kot en teden.	
b) Od enega do dveh tednov.	
c) Od dveh tednov do enega meseca.	
d) Od enega do dveh mesecev.	
e) Več kot dva meseca.	
f) Nisem se še dobil/a v živo.	
5. Prosim, spomnite se zadnje osebe, ki ste jo spoznali prek interneta in ste se z njo dobili v živo. Koliko časa je preteklo od prvega zmenka do prvega spolnega odnosa?	33,4%
a) Zgodilo se je na prvem zmenku.	
b) Zgodilo se je v roku enega tedna.	
c) Zgodilo se je v roku dveh tednov.	
d) Zgodilo se je v roku enega meseca.	
e) Zgodilo se je pozneje kot v enem mesecu.	
f) Nisem imel spolnih odnosov.	
g) Z nikomer se še nisem dobil/a v živo.	
6. Ljudje imajo različna stališča glede odprtosti partnerske zveze in zvestobe. Prosim, označite za vsako od spodaj navedenih trditev, v kolikšni meri se strinjate z njo. (Odprta zveza pomeni, da se partnerja dogovorita, da imata lahko občasna seksualna razmerja tudi z drugimi ljudmi.)	
1. sploh se ne strinjam	
2. se ne strinjam	
3. se niti strinjam niti se ne strinjam	
4. se strinjam	
5. popolnoma se strinjam	
a) Odprta zveza je sprejemljiva, če nanjo pristaneta oba partnerja.	20,9%
b) Človek je po naravi monogamno bitje (ima samo enega partnerja/ko v istem času).	21,2%
c) Prava zveza je samo zveza dveh partnerjev.	21,1%
d) Skoki čez plot so nedopustni.	21,3%
e) Za partnersko zvezo je bolje, da partner/ka ne izve za kakšen skok čez plot.	21,1%
f) Skok čez plot od časa do časa lahko ohrani stalno partnersko zvezo.	20,9%
7. Kako bi opisali svojo spolno usmerjenost?	20,5%
a) Heteroseksualno.	
b) Homoseksualno.	
c) Biseksualno.	
d) Ne vem, nisem prepričan/a.	

Kognitivni intervju: Pri tem vprašanju so imeli težave štirje anketiranci. Imeli so težave pri razumevanju pojmov »heteroseksualno« in »homoseksualno«. Zgodilo se je, da je eden od anketirancev pri odgovarjanju izjavil: »Kot jaz razumem zadeve, smo homoseksualni. Nismo nekaj takega? Ženske imam rad, kaj naj rečem. Kaj je to? Prosim, razloži.« (Omahne in drugi 2007, 20).

Medtem ko je drugi anketiranec podal odgovor »homoseksualno«, vendar je bilo iz zapisa pogovora pri drugih vprašanjih razvidno, da oseba ni homoseksualno usmerjena. Tretji anketiranec je povedal, da bi za odgovor na vprašanje potreboval opredelitve pojmov. Nekateri so spraševali po dodatnem pojasnilu pojmov.

8. Ljudje imajo različna stališča glede homoseksualnosti. Prosim, označite za vsako od spodaj navedenih trditev, koliko se strinjate z njo.	
1. sploh se ne strinjam	
2. se ne strinjam	
3. se niti strinjam niti se ne strinjam	
4. se strinjam	
5. popolnoma se strinjam	
a) Homoseksualnost je bolezen.	20,8%
b) Geje zanima samo seks.	21,2%
c) Geji in lezbijke so prav tako dobri starši kot heteroseksualci.	20,8%
d) Spolna usmerjenost staršev ne vpliva na spolno usmerjenost otrok.	20,8%
e) Homoseksualca ne želim imeti za soseda.	21,1%
f) Lezbijke so bolj primerne za vzgojo otrok kot geji.	21,0%
g) Moti me, če se geji in lezbijke na cesti držijo za roke.	20,9%
h) Nobene potrebe ni, da geji in lezbijke razkrijejo svojo spolno usmerjenost.	21,1%
i) Geji in lezbijke so kul.	20,8%

Kognitivni intervju: Pri tem vprašanju se je pokazalo, da manjka kategorija »ne vem«, saj glede tega nekateri nimajo izoblikovanega stališča. Eden od anketirancev je povedal, da ne ve, ali geje zanima samo seks, saj ne pozna nobenega, da bi lahko imel stališče do te trditve. Druga težava je pri trditvi »*Moti me, če se geji in lezbijke na cesti držijo za roke*«, saj nekaterih anketirancev ne moti držanje za roke lezbijk, moti pa jih držanje za rok gejev. V teh primerih so anketiranci podali nevtralni odgovor »se niti strinjam niti ne strinjam«, pa vendar to ne pomeni, da so nevtralni glede te trditve. Tretja težava obstaja pri trditvi »*Nobene potrebe ni, da geji in lezbijke razkrijejo svojo spolno usmerjenost*«, saj je iz intervjujev mogoče razbrati, da to trditev anketiranci razumejo na dva načina. Pri prvem načinu anketiranci trditev razumejo v smislu notranje potrebe homoseksualno usmerjenega posameznika po razkritju drugim osebam. Pri drugem načinu pa anketiranci trditev razumejo v smislu družbene sprejemljivosti in ali v družbi kot celoti obstaja potreba, da se geji razkrivajo.

9. Ali prakticirate spodaj navedene seksualne dejavnosti?	
i. Da, imam tako izkušnjo	
ii. Ne, bi si pa želel/a	
iii. Ne in si tudi ne želim	
1. Skupinski seks	21,7%
2. Aktivna vloga v analnem seksu	23,1%
3. Pasivna vloga v analnem seksu	23,6%
4. Dajanje oralnega seksa	22,4%
5. Prejemanje oralnega seksa	22,1%
6. Igranje vlog	23,5%
7. Sadomazohistični seks	23,1%
8. Seks z neznano osebo	22,2%
9. Seks na javnem mestu	22,3%
10. Seks pod vplivom alkohola	22,1%
11. Seks pod vplivom droge	22,5%
12. Masturbacija	21,9%
13. Seks za plačilo	22,2%

Kognitivni intervju: Pri tem vprašanju nekateri anketiranci niso razumeli pomena besed *oralno*, *masturbacija* in *sadomazohistični seks*. Pri enem anketirancu pa je bilo razvidno, da napačno razume pojem masturbacija, saj je pri tej spolni dejavnosti odgovoril: »Ne,, to je skoraj že nasilje«

(Omahne in drugi 2007, 4). Težave so bile tudi pri »*aktivni vlogi v analnem seksu*« in »*pasivni vlogi v analnem seksu*«. Pri teh dveh spolnih dejavnostih je prišlo do nerazumevanja teh dveh izrazov, zamenjave pomena izraza *aktivna vloga v analnem seksu* s pomenom izraza *pasivna vloga v analnem seksu* ter napačnega razumevanja navedenih izrazov. Ena od anketirank je povedala, da si pod izrazom *aktivna vloga v analnem seksu* predstavlja sodelovanje pri analnem seksu, medtem ko si pod izrazom *pasivna vloga v analnem seksu* predstavlja opazovanje dveh posameznikov, ki prakticirata analni seks.

10. Ljudje imajo različna mnenja o seksu. Prosim, označite za vsako od spodaj navedenih trditev, v kolikšni meri se strinjate z njo. 1. sploh se ne strinjam 2. se ne strinjam 3. se niti strinjam niti se ne strinjam 4. se strinjam 5. popolnoma se strinjam a) Moški so vedno pripravljeni na seks. 21,0% b) V dolgi zvezi je nemogoče vzdržati kakovostno seksualno življenje. 21,3% c) Moški ne morejo biti zvesti. 21,0% d) Seks je dober, če se zaključi z orgazmom. 21,1% e) Ženska se čustveno naveže na moškega, s katerim v seksu najbolj uživa. 21,2% f) Istočasni orgazem obeh partnerjev/partnerk je pomemben pokazatelj ljubezni. 21,1% i) Dober seks lahko reši še tako slabo zvezo. 21,2%	
11. Prosim, spomnite se zadnje osebe, ki ste jo spoznali prek interneta in ste z njo imeli spolne odnose. Če ste pri tem uporabili kondom, kakšen je bil glavni razlog za to? a) Zaščita pred spolno prenosljivimi boleznimi (AIDS, sifilis). b) Zaščita pred nosečnostjo. c) Kondom sem uporabil/a iz drugih razlogov. d) Nisem uporabil/a kondoma. e) Nisem imela spolnih odnosov z osebo, ki sem jo spoznal/a prek interneta.	33,7%
12. Ocenite, koliko se spodnje trditve nanašajo na vas osebno. 1. sploh ne velja zame 2. ne velja zame 3. ne morem oceniti 4. velja zame 5. popolnoma velja zame a) Pornografija ima pomembno vlogo v mojem življenju. 21,1% b) Brez uporabe pornografije bi težko obdržal/a trenutno raven želje po seksu. 21,1% c) Če bi pornografija prenehala obstajati, tega sploh ne bi pogrešal/a. 21,4% d) Težko bi prenehal/a uporabljati pornografijo, če bi moj/a partner/ka to zahteval/a od mene. 21,6% e) Brez pornografije bi bil precej manj zadovoljen/na s svojim seksualnim življenjem. 21,2%	
Kognitivni intervju: Pri zadnjih treh trditvah tega vprašanja se je zgodilo, da so anketiranci prosili za ponovno branje trditve. Razvidno je, da so vlagali več napora v razumevanje vprašanja in imeli so tudi pripombe glede oblikovanja trditev. Težava je tudi, če anketiranec ne gleda pornografije, saj se mu v tem primeru zdijo vprašanja nesmiselna in je v dvomih, kateri odgovor naj izbere.	
13. Včasih ljudje izpolnjujejo vprašalnike, a jih ne jemljejo resno in ne odgovarjajo po resnici. Takšnih vprašalnikov v študiji ne želimo uporabiti. Prosim, izberite enega od spodnjih dveh odgovorov: a) Raziskavo sem vzel/a resno – podatke lahko uporabite za analizo. b) Nisem odgovarjal/a resno – podatke zavržite.	Ni podatka

Priloga B: Anketni vprašalnik Internet Dating

I. INTERNETNE NAVADE

Na začetku bi vam rad/a zastavila nekaj vprašanj glede vaših navad pri uporabi interneta.

1. Koliko ur na teden v povprečju preživite na internetu?
 - a) Vsak dan manj kot 2 uri.
 - b) Vsak dan več kot 2 uri.
 - c) Nekajkrat na teden.
 - d) Nekajkrat na mesec ali manj.
2. Katere internetne strani za spoznavanje partnerjev/partneric trenutno obiskujete (internet dating)?

-
3. Kako dolgo ste že uporabnik/ca tovrstnih strani?

- a) Manj kot pol leta.
- b) Od pol leta do enega leta.
- c) Od enega do dveh let.
- d) Od dveh do treh let.
- e) Več kot tri leta.

4. Ali je uporaba internetnih strani za spoznavanje morebitnih partnerjev oziroma partnerk kdaj pripeljala do spodaj navedenih situacij? Prosim, odgovorite za vsako kategorijo z da ali ne.

1. Težave v partnerski oz. zakonski zvezi.	DA	NE
2. Razpad partnerske zveze.	DA	NE
3. Ukinitvev ali zmanjšanje seksualne želje po stalnem partnerju oziroma partnerki.	DA	NE
4. Občutki krivde.	DA	NE
5. Obsedenost z internetnim ljubimcem/ljubico.	DA	NE
6. Izoliranost od prijateljev (redkeje se dobivam s prijatelji).	DA	NE

5. Ali ste prek internetnih strani za spoznavanje partnerjev vzpostavili tudi nova prijateljstva?

- a) Da
- b) Ne

6. Koliko se strinjate s spodaj navedenimi trditvami o spoznavanju partnerjev/partnerk prek interneta? Prosim, da za vsako od spodaj navedenih trditev poveste, v kolikšni meri se strinjate z njo.

Pri čemer 1. pomeni sploh se ne strinjam, 2. se ne strinjam, 3. se niti strinjam niti ne strinjam, 4. se strinjam in 5. se popolnoma strinjam.

- a) Seks prek interneta (cyber seks, virtualni seks) ni varanje svojega partnerja/partnerke.
- b) Nezvestoba je, če se po internetu z nekom, ki ga nisi nikoli v živo spoznal, pogovarjaš o erotičnih zadevah.

Izpolnili ste prvi del ankete.

II. ISKANJE PARTNERJA/PARTNERKE PREK INTERNETA

Zdaj greva na drugi sklop vprašanj, na katera prosim, da odgovorite. To so vprašanja o partnerskih zvezah in iskanju partnerjev oziroma partnerk prek interneta.

1. Ljudje imajo različna stališča glede partnerskih zvez. Prosim, da za vsako od spodaj navedenih trditev poveste, v kolikšni meri se strinjate z njo. Pri čemer 1. pomeni sploh se ne strinjam, 2. se ne strinjam, 3. se niti strinjam niti ne strinjam, 4. se strinjam in 5. se popolnoma strinjam.

- a) Danes je težko vzdrževati zvezo na dolgi rok.
- b) Ljudje imamo danes previsoke zahteve glede partnerskega življenja.
- c) Partnerske zveze odvzamejo svobodo in dušijo.
- d) Imeti kratke avanture je boljše kot biti v partnerski zvezi.
- e) Zveza prej ali slej zapade v rutino.
- f) Biti v partnerski zvezi je preprosto preveč naporno

2. Koliko se strinjate s spodnjimi trditvami glede romantične ljubezni? Prosim, da za vsako od spodaj navedenih trditev poveste, v kolikšni meri se strinjate z njo. Pri čemer 1. pomeni sploh se ne strinjam, 2. se ne strinjam, 3. se niti strinjam niti ne strinjam, 4. se strinjam in 5. se popolnoma strinjam.

- a) Prava ljubezen je le ljubezen za vedno.
- b) Partnerska zveza je lahko uspešna le, če se partnerja poročita.
- c) Poroka pomeni potrditev prave ljubezni.

3. Katerega spola so bili vaši dosedanja partnerji/partnerke? Pri tem mislim tako tiste, s katerimi ste bili v partnerski zvezi, kot tiste, s katerimi ste imeli enkratne oziroma bežne seksualne stike.

- a) Izključno moškega spola.
- b) Predvsem moškega spola.
- c) Enako moškega in ženskega spola.
- d) Predvsem ženskega spola.
- e) Izključno ženskega spola.

4. Ali uporabljate internet za naslednje namene, ki jih bom naštel/a? Ocenite na lestvici od 1 do 5, pri čemer 1. pomeni nikoli, 2. redko, 3. včasih, 4. pogosto in 5. dnevno.

- a) Iskanje partnerja/partnerke za partnersko zvezo.
- b) Iskanje partnerja/partnerke zato, da si ustvarim družino.
- c) Iskanje partnerja/partnerke za eno noč (t.i. "one night stand" oziroma "kratka seksualna avantura").
- d) Iskanje partnerja/partnerke za redni seks (t.i. seksualna zveza oziroma "fuck buddy").
- e) Iskanje partnerja/partnerke za virtualni seks (on-line seks).
- f) Iskanje partnerjev za swingerstvo, skupinski seks in podobno.
- g) Vzpostavitev stikov za prijateljstvo in druženje (izleti, konjički ipd.).
- h) Vzpostavitev stikov za klepet po internetu.
- g) Drugo _____

5. S koliko ljudmi (povejte številko za vsako kategorijo posebej), ki ste jih spoznali prek interneta, ste:

- a) se spoznali v živo _____
- b) imeli spolni odnos _____
- c) imeli virtualni spolni odnos prek interneta ali po telefonu _____
- d) vstopili v partnersko zvezo _____
- e) se poročili _____
- f) ostali prijatelji _____

6. Kateri so razlogi, da iščete oziroma ste iskali osebo za morebitno partnersko zvezo prek interneta? Prosim, da pri vsakem vprašanju odgovorite z da ali ne.

1. Ker sem bil/bila/sem nezadovoljen/nezadovoljna v trenutni partnerski zvezi.	DA	NE
2. Ker nikjer drugje ne najdem partnerja/partnerke.	DA	NE
3. Nimam časa, da bi partnerja/partnerko iskal drugje.	DA	NE
4. Nimam drugih možnosti, da bi ga/jo našel (npr. med prijatelji, v diskoteki...).	DA	NE
5. Tako se mi zdi najlažje navezati stik.	DA	NE
6. To je najbolj anonimno - vedno se lahko umakneš brez obveznosti.	DA	NE
Drugo		

7. Na katere značilnosti ste pozorni, ko izbirate partnerja/partnerko na internetu? (Izberite tri za vas najbolj pomembne kriterije.)

- a) Videz na sliki
- b) Višina
- c) Teža
- d) Starost
- e) Barva las
- f) Barva oči
- g) Prehrabene navade
- h) Pivske navade
- i) Kadilske navade
- j) Izobrazba
- k) Znamenje v horoskopu
- l) Vera
- m) Rasa
- n) Kraj bivanja
- o) Interesne dejavnosti
- p) Ali ima otroke
- q) Ali si želi imeti otroke
- r) Spolne navade

- s) Pričakovanja glede spolnosti
 t) Dohodek
 u) Zaposlitev/položaj na delovnem mestu
 v) Nacionalnost
 w) Postava
 x) Samo-predstavitveno besedilo (besedilo, ki ga oseba napiše o sebi)
 y) Drugo_____

8. Ali ste v svojem profilu/oglasu na internetnih straneh za zmenke ali pozneje v internetni komunikaciji z osebo, ki ste jo spoznali prek interneta, kdaj dali netočne informacije?

- a) Da
 b) Ne

9. Če je pri zgornjem vprašanju odgovoril/a z DA:

Pri katerih od spodaj naštetih značilnosti niste dali točnih informacij? Pri vsaki značilnosti odgovorite z da ali ne.

1. Na sliki, ki sem jo pripel/a oglaš, nisem bil/a jaz.	DA	NE
2. Navedel/la sem višjo telesno težo.	DA	NE
3. Navedel/la sem nižjo telesno težo.	DA	NE
4. Navedel/la sem višjo telesno višino.	DA	NE
5. Navedel/la sem nižjo telesno višino.	DA	NE
6. Predstavil/a sem se mlajši/mlajša, kot sem.	DA	NE
7. Predstavil/a sem se starejši/starejša, kot sem.	DA	NE
8. Navedel/la sem slabši premoženjski status, kot ga imam.	DA	NE
9. Navedel/la sem boljši premoženjski status, kot ga imam.	DA	NE
10. Navedel/la sem nižjo izobrazbo, kot jo imam.	DA	NE
11. Navedel/la sem višjo izobrazbo, kot jo imam.	DA	NE
12. Nisem navedel/la, da imam otroke, čeprav jih imam.	DA	NE
13. Navedel/la sem, da nisem v partnerski zvezi ali poročen, čeprav sem.	DA	NE
14. Navedel/la sem netočne podatke o svojih navadah (prehrana, alkohol, kajenje).	DA	NE
15. Drugo		

10. Ali ste v svojem oglasu objavili svojo sliko?

- a) Da, svojo.
 b) Da, svojo erotično sliko.
 c) Da, ampak tujo sliko (na sliki nisem jaz).
 d) Ne.

11. Ali ste kdaj s strani osebe, ki ste jo spoznali prek interneta, doživeli naslednje stvari, ki vam jih bom naštel/a? Prosim, pri vsakem odgovorite z da ali ne.

1. Nadlegovanje/izsiljevanje prek interneta.	DA	NE
2. Nadlegovanje/izsiljevanje po telefonu.	DA	NE
3. Nadlegovanje/izsiljevanje v živo.	DA	NE
4. Fizično nasilje.	DA	NE
5. Posilstvo.	DA	NE
6. Kraja.	DA	NE
7. Nič od tega.	DA	NE
8. Drugo		

Za konec vas prosim, da odgovorite še na nekaj splošnih vprašanj.

III. DEMOGRAFIJA

1. Spol

- a) Moški
 b) Ženski

2. Katerega leta ste rojeni?

3. Kje trenutno živite?

4. Kakšna je vaša izobrazba?

- a) Ne/dokončana osnovna šola.
- b) Dokončana poklicna šola.
- c) Dokončana srednja šola.
- d) Dokončana višja poklicna šola.
- e) Dokončana fakulteta, visoka šola.
- f) Dokončan magistririj ali doktorat.

5. Ste zaposleni?

- a) Da, za polni delovni čas.
- b) Da, za skrajšan delovni čas.
- c) Ne, sem študent/študentka, dijak/dijakinja.
- d) Ne, sem gospodinja/gospodinjec.
- e) Ne, sem upokojen/upokojena.
- f) Ne, sem brezposeln/brezposelna.
- g) Drugo _____

6. Kakšen je vaš povprečni neto mesečni dohodek (izražen v evrih)? Seštejte vse dohodke (plača, honorarji ipd.)

- a) do 500 EUR
- b) od 501 EUR do 700 EUR
- c) od 701 EUR do 900 EUR
- d) od 901 EUR do 1.100 EUR
- e) od 1.101 EUR do 1.300 EUR
- f) od 1.301 EUR do 1.500 EUR
- g) od 1.501 EUR do 2.000 EUR
- h) več kot 2.000 EUR

7. Ali ste verni?

- a) Sem veren/a.
- b) Ne morem reči, ali sem veren/a ali ne.
- c) Nisem veren/a.

8. Ali ste trenutno v partnerski zvezi?

- a) Da
- b) Ne

9. Kakšen je vaš trenutni zakonski stan?

- a) Poročen/a ali v izvenzakonski zvezi.
- b) Razvezan/a.
- c) Vdovec/vdova.
- d) Samski/a.

IV. SEKSUALNOST

1. Ljudje imajo različna stališča glede vlog moškega in ženske v družbi. Prosimo, označite za vsako od spodaj navedenih trditev, v kolikšni meri se strinjate z njo.

- 1. sploh se ne strinjam
- 2. se ne strinjam
- 3. se niti strinjam niti se ne strinjam
- 4. se strinjam
- 5. popolnoma se strinjam

- a) Za žensko je prav tako izpolnjujoče, če je samo gospodinja, kot če dela za plačilo.
- b) Naloga moškega v zakonu je, da služi denar, naloga ženske pa, da skrbi za dom in družino.
- c) Če partnerka zasluži več kot partner, bo to gotovo privedlo do težav.
- d) Ni dobro, če partner ostane doma in skrbi za otroke, partnerka pa hodi na delo.
- e) Če gledamo v celoti, družinsko življenje trpi, kadar je ženska polno zaposlena.

2. V kakšni meri se strinjate s spodaj navedenimi trditvami o samskem stanu? Prosim, označite za vsako od spodaj navedenih trditev, koliko se strinjate z njo.

1. sploh se ne strinjam
2. se ne strinjam
3. se niti strinjam niti se ne strinjam
4. se strinjam
5. popolnoma se strinjam

- a) Z nekom, ki je star čez 30 let in je še vedno samski, je gotovo nekaj narobe.
- b) Največja težava samskih ljudi je osamljenost.
- c) Bolje je biti v slabi partnerski zvezi kot pa biti sam.

3. Kako ste na splošno zadovoljni s svojim seksualnim življenjem?

1. Zelo nezadovoljen/nezadovoljna
2. Nezadovoljen/nezadovoljna
3. Niti nezadovoljen/zadovoljna niti zadovoljen/zadovoljna
4. Zadovoljen/zadovoljna
5. Zelo zadovoljen/zadovoljna

4. Prosim, spomnite se zadnje osebe, ki ste jo spoznali prek interneta in ste se z njo dobili v živo. Koliko časa je preteklo od prvega kontakta s to osebo na internetu do srečanja v živo?

- a) Manj kot en teden.
- b) Od enega do dveh tednov.
- c) Od dveh tednov do enega meseca.
- d) Od enega do dveh mesecev.
- e) Več kot dva meseca.
- f) Nisem se še dobil/a v živo.

5. Prosim, spomnite se zadnje osebe, ki ste jo spoznali prek interneta in ste se z njo dobili v živo. Koliko časa je preteklo od prvega zmenka do prvega spolnega odnosa?

- a) Zgodilo se je na prvem zmenku.
- b) Zgodilo se je v roku enega tedna.
- c) Zgodilo se je v roku dveh tednov.
- d) Zgodilo se je v roku enega meseca.
- e) Zgodilo se je pozneje kot v enem mesecu.
- f) Nisem imel/a spolnih odnosov.
- g) Z nikomer se še nisem dobil/a v živo.

6. Ljudje imajo različna stališča glede odprtosti partnerske zveze in zvestobe. Prosim, označite za vsako od spodaj navedenih trditev, v kolikšni meri se strinjate z njo. (Odprta zveza pomeni, da se partnerja dogovorita, da ima lahko občasna seksualna razmerja tudi z drugimi ljudmi.)

1. sploh se ne strinjam
2. se ne strinjam
3. se niti strinjam niti se ne strinjam
4. se strinjam
5. popolnoma se strinjam

- a) Odprta zveza je sprejemljiva, če nanjo pristaneta oba partnerja.
- b) Človek je po naravi monogamno bitje (ima samo enega partnerja/ko v istem času).
- c) Prava zveza je samo zveza dveh partnerjev.
- d) Skoki čez plot so nedopustni.
- e) Za partnersko zvezo je bolje, da partner/ka ne izve za kakšen skok čez plot.
- f) Skok čez plot od časa do časa lahko ohrani stalno partnersko zvezo.

7. Kako bi opisali svojo spolno usmerjenost?

- a) Heteroseksualno.
- b) Homoseksualno.
- c) Biseksualno.
- d) Ne vem, nisem prepričan/a.

8. Ljudje imajo različna stališča glede homoseksualnosti. Prosim, označite za vsako od spodaj navedenih trditev, koliko se strinjate z njo.

- 1. sploh se ne strinjam
- 2. se ne strinjam
- 3. se niti strinjam niti se ne strinjam
- 4. se strinjam
- 5. popolnoma se strinjam

- a) Homoseksualnost je bolezen.
- b) Geje zanima samo seks.
- c) Geji in lezbijke so prav tako dobri starši kot heteroseksualci.
- d) Spolna usmerjenost staršev ne vpliva na spolno usmerjenost otrok.
- e) Homoseksualca ne želim imeti za soseda.
- f) Lezbijke so bolj primerne za vzgojo otrok kot geji.
- g) Moti me, če se geji in lezbijke na cesti držijo za roke.
- h) Nobene potrebe ni, da geji in lezbijke razkrijejo svojo spolno usmerjenost.
- i) Geji in lezbijke so kul.

9. Ali prakticirate spodaj navedene seksualne dejavnosti?

- 1. Da, imam tako izkušnjo.
- 2. Ne, bi si pa želel/a.
- 3. Ne in si tudi ne želim.

- 1. Skupinski seks.
- 2. Aktivna vloga v analnem seksu
- 3. Pasivna vloga v analnem seksu
- 4. Dajanje oralnega seksa
- 5. Prejemanje oralnega seksa
- 6. Igranje vlog
- 7. Sadomazohistični seks
- 8. Seks z neznano osebo
- 9. Seks na javnem mestu
- 10. Seks pod vplivom alkohola
- 11. Seks pod vplivom droge
- 12. Masturbacija
- 13. Seks za plačilo

10. Ljudje imajo različna mnenja o seksu. Prosim, označite za vsako od spodaj navedenih trditev, v kolikšni meri se strinjate z njo.

- 1. sploh se ne strinjam
- 2. se ne strinjam
- 3. se niti strinjam niti se ne strinjam
- 4. se strinjam
- 5. popolnoma se strinjam

- a) Moški so vedno pripravljeni na seks.
- b) V dolgi zvezi je nemogoče vzdržati kakovostno seksualno življenje.
- c) Moški ne morejo biti zvesti.
- d) Seks je dober, če se zaključi z orgazmom.
- e) Ženska se čustveno naveže na moškega, s katerim v seksu najbolj uživa.
- f) Istočasni orgazem obeh partnerjev/partnerk je pomemben pokazatelj ljubezni.
- i) Dober seks lahko reši še tako slabo zvezo.

11. Prosim, spomnite se zadnje osebe, ki ste jo spoznali prek interneta in ste z njo imeli spolne odnose. Če ste pri tem uporabili kondom, kakšen je bil glavni razlog za to?

- a) Zaščita pred spolno prenosljivimi boleznimi (AIDS, sifilis).
- b) Zaščita pred nosečnostjo.
- c) Kondom sem uporabil/a iz drugih razlogov.
- d) Nisem uporabil/a kondoma.
- e) Nisem imel/a spolnih odnosov z osebo, ki sem jo spoznal/a prek interneta.

12. Ocenite, koliko se spodnje trditve nanašajo na vas osebno.

- 1. sploh ne velja zame
- 2. ne velja zame
- 3. ne morem oceniti
- 4. velja zame
- 5. popolnoma velja zame

- a) Pornografija ima pomembno vlogo v mojem življenju.
- b) Brez uporabe pornografije bi težko obdržal/a trenutno raven želje po seksu.
- c) Če bi pornografija prenehala obstajati, tega sploh ne bi pogrešal/a.
- d) Težko bi prenehal/a uporabljati pornografijo, če bi moj/a partner/ka to zahteval/a od mene.
- e) Brez pornografije bi bil precej manj zadovoljen/na s svojim seksualnim življenjem.

13. Včasih ljudje izpolnjujejo vprašalnike, a jih ne jemljejo resno in ne odgovarjajo po resnici. Takšnih vprašalnikov v študiji ne želimo uporabiti. Prosim, izberite enega od spodnjih dveh odgovorov:

- a) Raziskavo sem vzel/a resno – podatke lahko uporabite za analizo.
- b) Nisem odgovarjal/a resno – podatke zavržite.

Avtorji vprašalnika: Tina Kogovšek, Roman Kuhar in Alenka Švab.