

Kognitivní přístupy v metodologii výzkumných šetření: Metoda okamžité validizace

Jiří Vinopal

Edice Sociologické disertace
Sociologický ústav AV ČR, v.v.i.
Praha 2008

SOU

Recenzenti práce:

Doc. Milan Tuček, CSc.

Doc. PhDr. Hynek Jeřábek, CSc.

Tato kniha vznikla v letech 2002 až 2007 jako disertační práce v oboru sociologie na Filozofické fakultě Univerzity Karlovy v Praze pod vedením školitele doc. PhDr. Jiřího Buriánka, CSc. Vydání knihy bylo podpořeno Výzkumným záměrem Sociologického ústavu AV ČR, v.v.i., č. AVOZ70280505 „Sociologická analýza dlouhodobých sociálních procesů v české společnosti v kontextu evropských integračních politik, rozvoje znalostní společnosti, lidského, sociálního a kulturního kapitálu“.

Klíčová slova

Metodologie, průzkum, dotazník, dotazování, výzkumný rozhovor, kognitivní přístupy, CASM, okamžitá valorizace

Studie *Kognitivní přístupy v metodologii výzkumných šetření: Metoda okamžité validizace* PhDr. Jiřího Vinopala, Ph.D., je šestou publikací ediční řady založené v roce 2007, kterou připravuje Sociologický ústav AV ČR, v.v.i., pod názvem Sociologické disertace.

© Sociologický ústav AV ČR, v.v.i., Praha 2008

ISBN 978-80-7330-153-8

Obsah

Předmluva autora ke knižnímu vydání disertační práce	7
Poděkování	9
1. Úvod	11
2. Kontext: výzkumná chyba	13
2.1. Celková výzkumná chyba	13
3. Kognitivní přístupy	17
3.1. Cíle kognitivních přístupů	17
3.2. Teoretické zdroje	17
3.3. Etablování kognitivních přístupů	18
3.4. Druhy chyb zkoumané kognitivními přístupy	20
4. Situace dotazování	22
4.1. Dualistické pojetí situace dotazování	22
4.1.1. Dotazování jako sociální setkání	23
4.1.2. Dotazování jako série kognitivních úkolů	24
4.2. Faktory ovlivňující kognitivní procesy v průběhu zodpovídání dotazu	26
4.2.1. Interpretace otázky	27
4.2.2. Vyvolání informací z paměti	32
4.2.3. Rozhodování	35
4.2.4. Editace odpovědi	41
5. Metody ověřování kvality otázek	49
5.1. Metody využívající kognitivních přístupů	50
5.1.1. Kognitivní rozhovor	51
5.1.2. Kódování chování	53
5.1.3. Debriefing	54
5.1.4. Posouzení experty	56
5.1.5. Měření reakčního času	56
5.1.6. Další metody využívající kognitivních přístupů	57
5.2. Experimenty	59

5.3. Statistické přístupy	60
5.3.1. Multitrait Multimethod Design	60
5.3.2. Item Response Theory.....	61
5.4. Zhodnocení metod kognitivních přístupů	62
6. Okamžitá validizace	66
6.1. Základní charakterizace	66
6.2. Inspirace a zdroje	67
6.3. Roviny využití metody okamžité validizace	69
6.4. Způsob provedení	70
6.5. Příklady aplikace	71
6.5.1. Příklad 1.: Naše společnost	71
6.5.2. Příklad 2.: Hrozba násilím a trestný čin	72
6.5.3. Příklad 3.: Region	73
6.5.4. Příklad 4.: Levo-pravá politická orientace	75
6.6. Validizace metody okamžité validizace	83
6.6.1. Design experimentu	83
6.6.2. Výsledky experimentu	86
6.7. Shrnutí metody okamžité validizace	89
7. Závěr	91
7.1. Úspěchy a neúspěchy kognitivních přístupů	91
7.2. Výzvy v kontextu výzkumné metodologie	92
LITERATURA	94
Summary	101
Cognitive techniques	101
The immediate validation method.....	105
O autorovi	109

těžký úkol. Emocionální stav, vyvolaný buď pocitem snadnosti, či obtížnosti úkolu, následně vnesl do procesu posuzování vlastní úrovně asertivních schopností rozhodující „náповědu“: pokud si na takové jednání dokážu vzpomenout snadno, svědčí to o mých dobrých asertivních schopnostech. Vzhledem k tomu, že si příklady takového jednání dokáží vybavit jen s velkými obtížemi, svědčí to spíše o opaku.

4.2.4. Editace odpovědi²¹

c. Faktografické otázky

Dosažení rozhodnutí a získání odpovědi ještě neznamená ukončení kognitivních procesů zodpovídání dotazu. Ačkoli respondent otázku interpretoval zcela správně, jakkoli úplné informace se mu podařilo vybavit z paměti, a i kdyby nebyly procesy rozhodování zkrusleny žádnými vnějšími vlivy, stále ještě není zaručeno, že podá přesnou a spolehlivou odpověď. V konečné fázi ji totiž musí převést do podoby odpovídajících nabízeným možnostem a může ji také například zcela svévolně upravit s ohledem na její sociální přijatelnost.

V rámci této fáze hraje svoji roli mnoho okolností, které ovlivňují podobu výsledku. Je to například přizpůsobení odpovědi rozsahu škály nebo úprava hodnoty na základě posouzení sociální desirability. Způsoby výběru odpovědi a jejího přizpůsobení se pochopitelně liší v závislosti na formátu otázky.

Tradiční rozlišení dělí otázky v dotazníku na otevřené, ponechávající respondentovi možnost vlastní formulace odpovědi, uzavřené, které jej nutí vybrat si z nabízených variant, případně ještě polootevřené, které nabízejí několik možností, nicméně v případě jejich nedostatečnosti může respondent uvést vlastní vyjádření. Konkrétních formátů je však podstatně více. Například na otevřené otázky může být vyžadována buď slovní odpověď („Z jakých důvodů jste pro/proti snížení hranice trestní odpovědnosti?“), nebo numerická („Jaký by měl být podle Vás věk trestní odpovědnosti?“). V případě uzavřených otázek může být formát nabídky odpovědí číselný, slovní, uspořádaný do škály, neuspořádaný – nominální atp.²²

Zaokrouhlování

Například v případě otevřených otázek požadujících číselnou odpověď (výše příjmu, počet kontaktů s policií, ideální věk narození prvního dítěte atp.) je typickým jevem zaokrouhlování. Empirická demonstrace existence tohoto jevu byla provedena již mnohokrát a z běžné analýzy dat tohoto druhu je patrné, že tato tendence sílí s narůstajícím počtem případů, o nichž má odpověď vypovídat. Nejčastěji se přitom jedná o násobky pěti a deseti.

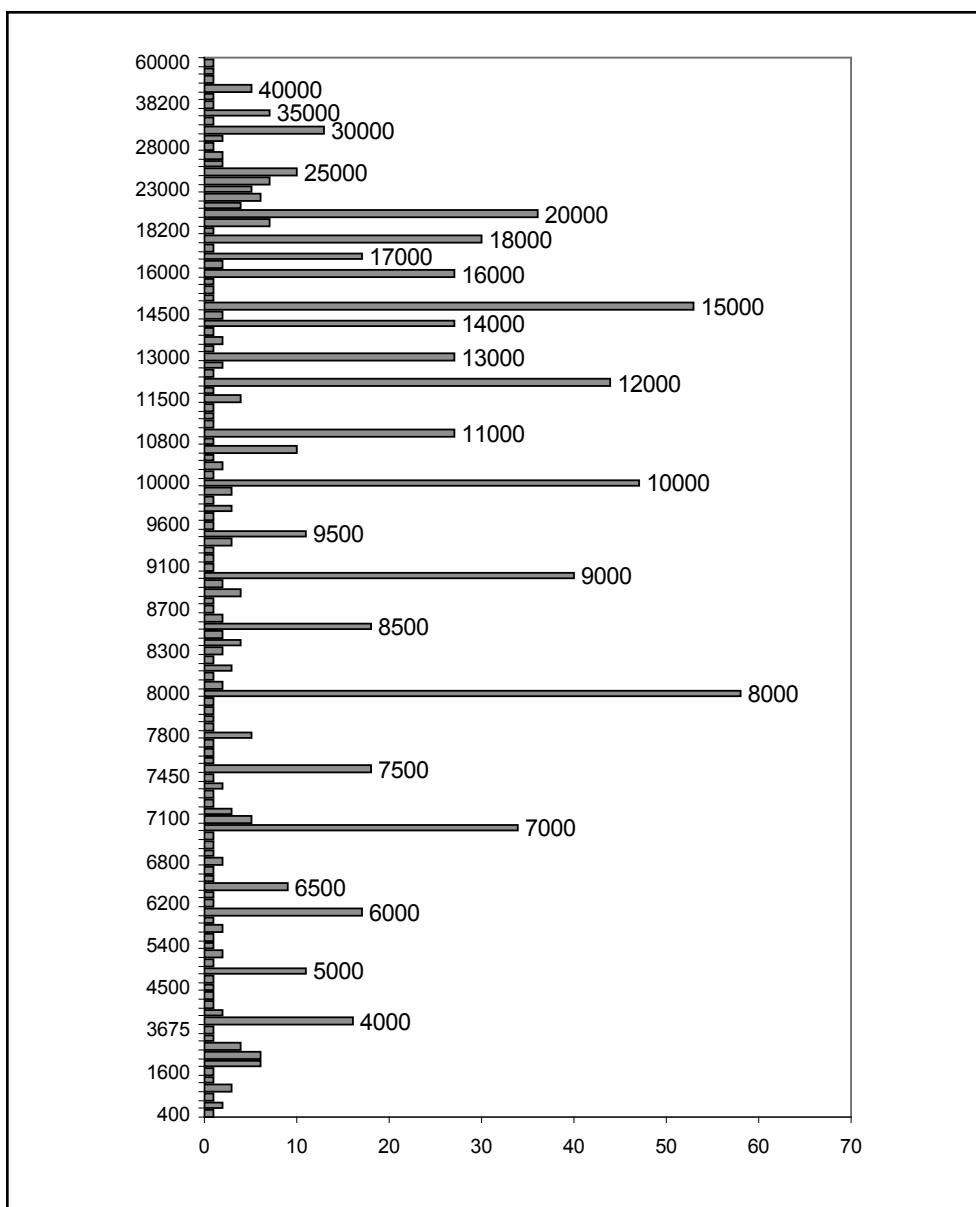
Typickým příkladem otázky, kde mají respondenti tendenci zaokrouhlovat své odpovědi, je otázka na příjem. Z grafu 4.1. je názorně vidět, že respondenti zcela automaticky své odpovědi zaokrouhlují (minimálně na násobky 500,- Kč), a také to, že referenční zaokrouhlená hodnota se v různých místech stupnice liší. U nižších částek do 10 000,- Kč respondenti ještě rozlišují po 500,- Kč, mezi 10 000,- a 20 000,- však již jen hruběji po celých tisícikorunách. Krom toho je patrné, že napří-

21/ Tato podkapitola byla v rozšířené podobě samostatně publikována ve [Vinopal 2008b].

22/ Příklady specifických procesů a nebezpečí zkruslení spojených s různými formáty faktografických dotazů uvádějí Tourangeau, Rips a Rasinski [2000: 230].

klad hodnota 19 000,- není využívána téměř vůbec a že po 18 000,- už tedy odpovědi spadají spíše k výraznějšímu orientačnímu bodu 20 000,-. Nad touto hranicí je pak rozlišování dále ještě méně přesné a nad úrovní 25 000,- se již odehrává prakticky výhradně v celých pětistících.

GRAF 4.1. PODÍLY UVÁDĚNÍ JEDNOTLIVÝCH HODNOT PŘÍJMŮ (N = 798)



Zdroj: Výzkum Naše společnost 09/2006. CVVM SOÚ AV ČR.

Zaokrouhlování numerických odpovědí má přitom zásadní důsledky jednak pro přesnost odpovědí, jednak pro povahu získané proměnné. Je zřejmé, že zaokrouhlená hodnota neinformuje o stavu reality přesně. Navíc procesy zaokrouhlování fungují odlišně v závislosti na absolutní hodnotě, která má být zaokrouhlená, a dochází tak k systematickému vychýlení. Intervaly mezi zaokrouhlenými hodnotami totiž nejsou stejné (např. 5 – 10 – 20 – 50 – 100), což vede k systematicky vyššímu počtu zaokrouhlení směrem dolů než nahoru, a to i když respondenti používají pravidla z matematického hlediska korektně a volí tu nejbližší hodnotu [Tourangeau, Rips a Rasinski 2000: 238]. Navíc není pravděpodobné, že by respondenti matematická pravidla zcela správně skutečně používali, proces zaokrouhlení obsahuje také subjektivní prvky, které systematicky vychylují odpověď například směrem k prototypickým hodnotám [Huttenlocher et al. 1990: 205].

Tyto skutečnosti mají poměrně významný vliv na statistickou povahu výsledné proměnné, a teoreticky tedy také na možnosti jejího matematického zpracování. Proměnná totiž částečně pozbývá kvantitativního charakteru a začíná se přibližovat proměnné kategoriální: respondenti ve skutečnosti nevyužívají všechny možnosti, nýbrž vybírají mezi zaokrouhlenými hodnotami – tj. určitým druhem kategorií.

Příčiny zaokrouhlování nemusí nutně ležet v nízké motivaci respondentů a snaze usnadnit si úkol. Ve skutečnosti je zde zapojeno více aspektů, často zcela pochopitelných s ohledem na fungování lidské psychiky a na pravidla komunikace v rámci výzkumného rozhovoru. Povaha některých vyžadovaných údajů je natolik složitá (např. průměrný příjem za posledních šest měsíců), že respondenti nemají možnost přijít s přesným výsledkem, a odhad prostřednictvím zaokrouhlení je tak prakticky jediným východiskem. Významná je také role zaokrouhlování v rámci interakce: za běžných okolností je pro příjemce zaokrouhlené sdělení signálem, že reportér si není přesnou hodnotou zcela jist. V těchto případech respondent současně s primární odpovědí úmyslně komunikuje také podprahovou informaci o tom, že z nějakých důvodů zcela přesnou odpověď udat nemůže (např. není schopen si vzpomenout na všechny druhy příjmů), anebo není ochoten to udělat (např. protože by to bylo příliš náročné). Zaokrouhlení může být konečně také důsledkem technických nedokonalostí dotazníku, kdy není možno převést informaci o kvantitě na číselnou stupnici, která je formátem otázky vyžadována (např. názor, že hranice trestní odpovědnosti by měla být stanovena na patnáct a půl roku, musí být zaokrouhlen na počet celých let, který je jako formát odpovědi jediný přípustný).

Rozsah škály

Jiné problémy s převedením odpovědi na nabízené možnosti se objevují v případě posuzovacích škál. Zde může být jednoduchým východiskem úvah například Parducciho model rozsahu a četnosti (The Range-Frequency Model) [Parducci 1965, 1974], podle kterého se respondenti při posuzování sady stimulů snaží využít celý rozsah stupnice a současně dosáhnout rovnoměrných četností jejích jednotlivých bodů. K takovému základnímu modelu však Tourangeau, Rips a Rasinski [2000] připojují koncepte další, jakožto i empirické doklady odlišných procesů, působících proti těmto základním vzorcům.

Respondenti například v některých případech tendují k preferenci pozitivních odpovědí před negativními (positivity bias), což se vysvětluje přirozeným sklonem lidí ke kladným hodnocením.

Další ověřenou skutečností je, že různé numerické škály mají odlišný význam, a to i při zachování stejného celkového rozsahu, např. -5 – +5; 0–10; 1–11 atp. (scale label effects) [Ostrom a Gan-

non 1996]. Například v otázce na pocit bezpečí („Jak bezpečně se cítíte v místě bydliště po setmění?“) pak záporné hodnoty (-5) implikují extrémnější postoj než nízké pozitivní hodnoty (0/1) na stupnici totožné svým rozsahem. Vysvětlení je takové, že 1 jako levý krajní bod je interpretován jako nejnižší úroveň sledované vlastnosti („cítí se jen minimálně bezpečně“), 0 znamená nepřítomnost sledované vlastnosti („necítí se bezpečně“) a -5 implikuje opak této vlastnosti („cítí se ohrožen“). Podobně variabilně je vnímán i střední bod stupnice, pokud je jím v jednom případě nula (-5 - +5), v jiném pětka (0-10) nebo jindy zase šestka (1-11). Dokonce i samotné určení přesného středu škály je pro respondenty v těchto situacích obtížné různě, což může samo o sobě průběh kognitivních procesů ovlivnit.

Jiným sledovaným jevem je snaha respondentů vyhýbat se extrémním hodnocením, a přehlížet tak stanoviska vyjadřovaná krajními body škál (response contraction bias), nebo naopak častěji volit kategorie, které obsahují standardní nebo prototypickou položku (stimulus contraction bias). Různé číselné hodnoty nemají subjektivně ani kulturně stejný význam, a to může mít podstatný vliv na jejich využití nebo naopak opomíjení při volbě odpovědi na číselné škále. Typickým příkladem takového prototypu jsou „šťastná čísla“ nebo standardní hodnoty sloužící jako referenční body v rámci obecně používaných systémů číslování (0, 1, 10, 100).

Efekt rozsahu škály (scale range effects) [Sudman, Bradburn a Schwarz 1996: 219] odkazuje ke skutečnosti, že respondenti v souladu se sdílenými pravidly komunikace věří, že správná odpověď leží mezi těmi, které jim nabízí výzkumník. To se projevuje například nízkými podíly odpovědí „nevím“, a to i v situacích, kdy by šlo o odpověď nejpřesněji vyjadřující momentální psychický stav dotázaného. Namísto toho respondenti často hledají nápovědu „správné“ odpovědi, k čemuž lze právě informaci obsaženou v podobě nabízené stupnice dobře využít. Například odlišné rozsahy škál na počet setkání s kriminálním jednáním (buď od 0 do 20, nebo od 0 do 100) napoví, zda mají uvažovat pouze vážné, nebo i méně vážné události. Střed škály často také poslouží jako informace o tom, jaká je průměrná nebo typická hodnota daného jevu v populaci, a s její pomocí pak respondent odvodí vlastní hodnotu podle toho, do jaké míry ze svého hlediska tento průměr překračuje, nebo jej naopak nedosahuje.

Je nasnadě, že volba rozsahu škály a hodnoty jejího středu výzkumníkem má pak v souvislosti s těmito tendencemi zásadní vliv na odpovědi respondentů, a tedy výsledky výzkumu. Empiricky je například prokázáno, že vysokofrekvenční škály produkují vyšší výsledné hodnoty než škály nízkofrekvenční, a to i při jinak naprosto totožném znění otázky (příklady obou variant škál viz v tabulce 4.1). Například pro odhad doby, po jakou denně sledují televizi, respondenti předloženou nabídku použijí jako referenční rámec svého uvažování, či dokonce jako informaci o tom, v jakém rozmezí „se tak lidé běžně pohybují“ (což musí podle nich výzkumník vědět, když to v takové podobě dává do dotazníku...).²³

23/ Komplexita vlivů je ovšem i zde značná a efekt vysoké či nízké frekvenčnosti odpovědní stupnice se neomezuje pouze na rozhovornou fázi. Respondenti ji třeba v tomto příkladu velice pravděpodobně použijí i k interpretaci otázky, kdy se její pomocí pokusí odvodit, zda mají do celkového součtu zahrnout všechny čas, kdy jsou v blízkosti puštěné televize (např. i při vaření, čtení, domácí práci atp.), nebo pouze čas, kdy ji cíleně sledují [Sudman, Bradburn a Schwarz 1996: 219].

TABULKA 4.1. PŘÍKLADY NÍZKO- A VYSOKOFREKVENČNÍ ŠKÁLY

Nízkofrekvenční škála	Vysokofrekvenční škála
a) Méně než půl hodiny.	a) Méně než 2 a půl hodiny.
b) Půl hodiny až 1 hodinu.	b) 2 a půl hodiny až 3 hodiny.
c) 1 hodinu až 1 a půl hodiny.	c) 3 hodiny až 3 a půl hodiny.
d) 1 a půl hodiny až 2 hodiny.	d) 3 a půl hodiny až 4 hodiny.
e) 2 hodiny až 2 a půl hodiny.	e) 4 hodiny až 4 a půl hodiny.
f) Více než 2 a půl hodiny.	f) Více než 4 a půl hodiny.

Zdroj: převzato ze [Sudman, Bradburn a Schwarz 1996: 219].

Sudman, Bradburn a Schwarz [1996: 223] proto například doporučují vyhnout se v případě zjišťování četností nabídkovým škálám, které nutně manévrují odpovědi určitým směrem, a používat raději otevřený formát otázky, kdy respondenti uvádí konkrétní cifru. Pokud jsou již odpovědní stupnice používány, mohou být podle Krosnicka a Berenta [1993] vhodnými opatřeními proti jejich manipulativnosti například pojmenování všech bodů škály (které ujasní jejich význam) nebo větvení (které rozdělí sledovanou oblast do konzistentnějších a snáze zpracovatelných celků). Oba kroky vedou nejen ke zvýšené spolehlivosti odpovědí, nýbrž také ke zrychlení procesu zodpovídání, protože respondentům usnadňují jejich úkol.

Vzhledem k tomu, že na aspekty rychlosti a spolehlivosti odpovídání má vliv také samotný rozsah škály (příliš málo kategorií nemusí umožnit dostatečnou diskriminaci odpovědí, příliš velký rozsah může vést k obtížnému rozlišení dvou sousedních kategorií), doporučují Krosnick a Fabrigar [1997] kompromisní variantu sedmibodové stupnice.²⁴

d. Postojové otázky

V případě postojových otázek hrají všechny výše zmíněné procesy svoji roli také, kromě nich však vstupují do hry i okolnosti další.

Pořadí odpovědí

Jednou z variant formátů nabízených odpovědí je seznam možností, který nepodléhá žádnému významovému systému řazení (např. u nominálních znaků). Skutečnost, že pořadí nabízených odpovědí může silně ovlivnit získané výsledky, je sociálním vědcům známá již od 40. let a v průběhu 20. století se dočkala mnoha praktických ověření i pokusů o vysvětlení [Sudman, Bradburn a Schwarz 1996: 130–134].

Základním odrazovým můstkem v těchto snahách bylo zkoumání efektů prvenství a novosti (primacy effect, recency effect), tedy zapamatování si buď prvních, nebo posledních položek seznamu, které bylo prováděno v rámci psychologického výzkumu paměti [Sternberg 2002: 226–231]. V oblasti CASM se jim dostalo rozpracování právě v souvislosti s pořadím nabízených odpovědí na standardizované otázky a hledáním skutečností, které vedou k systematicky zvýšenému výběru možností buď ze začátku seznamu (primacy effect), nebo z jeho závěru (recency effect). Ačkoli dosud nejsou jevy jednoznačně vysvětleny ani z hlediska psychologického, ani z aplikovaného pohledu ko-

^{24/} Podrobněji o problematice rozsahu škál Sudman, Bradburn a Schwarz [1996: 92–98, 218–222] nebo Tourangeau, Rips a Rasinski [2000].

gnitivních přístupů, byla na obou frontách vytvořena řada teorií, jejichž souhrn již poskytuje určitá praktická vodítka a mnoho zajímavých hypotéz.²⁵

Například teorie omezení paměti vysvětluje preferenci závěrečných položek tím jednoduchým důvodem, že si je dotázaný dokáže nejsnáze vybavit, zatímco ty dřívější více podléhají procesu zapomínání. Proto se efekt novosti týká především komplexních formátů otázek a rozsáhlých seznamů odpovědí. Zde si respondent zkrátka nemůže pamatovat úvodní položky, a vybírá proto především z těch závěrečných [Sudman, Bradburn a Schwarz 1996: 134–138].

Otázku vlivu pořadí na získané odpovědi rozpracovává také Krosnickův a Alwinův [1987] model prvotního (Initial Model). Podle něj respondenti nezvažují vždy všechny potenciální možnosti odpovědí, nýbrž vyberou první akceptovatelnou. To samozřejmě souvisí s jejich motivací, mírou věnovaného úsilí a složitostí úkolu. Markantněji se to tedy opět projevuje v případech rozsáhlých seznamů odpovědí, jejichž kompletní prozkoumání by bylo pro respondenty příliš náročné, a kdy se tedy spokojí s první vhodnou.

Za účelem prohloubení takových přístupů je vhodné dále rozlišovat varianty vizuální a vokální prezentace, tzn. případy, kdy respondenti sami čtou odpovědi z nabídkových karet nebo přímo v dotazníku během samovyplňování, a případy, kdy jsou jim možnosti předčítány tazatelem. V každém z těchto případů totiž dochází ke kognitivnímu rozpracování odlišných položek. Při čtení jsou nehlouběji zpracovány položky ze začátku seznamu, při poslechu ty z jeho konce. Tato skutečnost pak má za následek efekt prvenství v situaci vizuální prezentace a efekt novosti v případě prezentace vokální.

Další rozpracování tohoto jednoduchého modelu provádějí Schwarz, Hippler a Noelle-Neumannová [1991], když kromě hloubky kognitivního zpracování vnášejí do hry také aspekt přijatelnosti jednotlivých variant pro respondenta. Každou možnost odpovědi chápou jako argument, který dotazovaného nějakým způsobem „přesvědčuje“. Míra jeho přijatelnosti pro danou osobu v kombinaci s hloubkou jeho kognitivního zpracování pak vede k jeho přijetí či zamítnutí. Pokud je proto při vizuálním způsobu na prvním místě varianta pro respondenta přijatelná, zvyšuje se pravděpodobnost efektu prvenství, zatímco pokud je na prvním místě varianta nepřijatelná, zvyšuje se pravděpodobnost efektu novosti. Opačně je tomu v případě formátu verbálního, kdy se kognitivního rozpracování dostává závěrečným položkám. V tomto případě vyvolá přijatelná varianta na konci seznamu efekt novosti, zatímco nepřijatelná položka efekt prvenství [Sudman, Bradburn a Schwarz 1996: 141].

Kromě těchto teorií (zde podaných v maximálním zjednodušení) berou někteří zmiňovaní autoři v potaz i rozdíly mezi postojovými otázkami a otázkami na fakta, mezi nedimenzionálními a dimenzionálními typy odpovědních škál, stupnicemi slovními a numerickými, důsledky skutečnosti, zda má respondent postoj vytvořen již z dřívějška, nebo zda ho tvoří nově, je zmiňován i vliv efektu kontrastu či přizpůsobení nebo persvazivní aspekty variant odpovědí. Jednoduché, či alespoň dostatečně obecné vysvětlení na první pohled tak triviálního jevu, jakým je vliv pořadí odpovědí na získané výsledky, je tak prozatím spíše přáním, nežli realitou. Nicméně užitečná praktická doporučení lze vyvodit i z již existujících koncepcí omezeného dosahu, jak podrobněji činí např. Sudman, Bradburn a Schwarz [1996: 160–162].

25/ Teoretické shrnutí a vysvětlení základních teorií nabízejí Sudman, Bradburn a Schwarz [1996: 130–162].

Ukotvení škály

Kupříkladu Ostrom a Gannon [1996: 293–318] analyzují procesy, jimiž respondenti dávají význam celým posuzovacím škálám a jejich jednotlivým alternativám (např. „rozhodně souhlasím“, „spíše nesouhlasím“ atp.). Za pomoci své metody produkce příkladů (Exemplar Generation Methodology), kdy jsou pokusné osoby instruovány vytvářet vlastní příklady k jednotlivým bodům škály, ukazují, jak si v nabízených posuzovacích stupnicích dělají dotázaní jasno prostřednictvím ukotvení jednoho či obou krajních bodů (anchoring the scale) a jak se způsob i důsledky takového ukotvení liší u různých druhů škál.

Nejdůležitějším závěrem je pravděpodobně poznání, že aby vůbec byli respondenti schopni posuzovací škálu používat, musejí si za její číselné či vágně slovně formulované varianty dosadit nějaké konkrétní příklady. Přitom je zřejmé, že nejsnáze ukotvitelnými variantami jsou extrémní body.

Zásadní odlišnosti v průběhu a podobě ukotvení lze přitom podle výsledků jejich experimentů vysledovat mezi bipolárním a unipolárním typem škál. V prvním případě poskytuje stupnice obě protikladné vlastnosti („situace se zlepšila“ – „situace se zhoršila“, „souhlasí“ – „nesouhlasí“), zatímco ve druhém pouze stupně vlastnosti jedné („situace se zlepšila“ – „situace se nezlepšila“, souhlasí: „ano“ – souhlasí: „ne“). Bipolární stupnice vyvolávají v myslích respondentů dvě odlišné kognitivní struktury (představu, jak by situace v dané oblasti vypadala, kdyby došlo ke zlepšení, a představu, jak by situace v dané oblasti vypadala, kdyby došlo ke zhoršení), které jsou tímto coby mezní škálové hodnoty pod víceméně přímou kontrolou výzkumníka. Unipolární varianty škál oproti tomu vyvolávají kognitivní strukturu pouze pro vlastnost vyjádřenou explicitně (představu, jak by situace v dané oblasti vypadala, kdyby došlo ke zlepšení), a volba příkladu pro ukotvení opačného pólu stupnice je tak velmi subjektivní záležitostí (může znamenat představu setrvání na stejné úrovni, zásadní zhoršení i jakýkoli stav mezi tím). Zvolený implicitní příklad navíc nebývá srovnatelně silný s příkladem vyvolaným pro explicitně vyjádřenou vlastnost, a škála tak pro respondenta nabývá zřetelně asymetrické podoby.

Sociální desirabilita

Již několikrát zmiňovaným a prakticky nejdůležitějším problémem postojových otázek je sociální desirabilita. Jednoduše řečeno je sociálně desirabilní otázka tehdy, pokud manipuluje odpovědi respondentů směrem k variantám, které jsou společností akceptovány, a odklání je od těch, které jsou považovány za společensky nežádoucí. Ačkoli sociální desirabilita je atributem otázky (či spíše přímo samotného citlivého tématu), k jejímu projevu dochází pochopitelně na individuální psychologické úrovni a dotázaní jí vyjadřují přirozenou potřebu sociálního uznání a začlenění; cítí, že „by měli“ odpovědět určitým žádoucím způsobem, nebo že alespoň „by neměli“ zcela otevřeně projevovat nežádoucí stanoviska.

Snaha o vyjadřování společensky přijatelných stanovisek se nutně promítá do fáze přizpůsobení rozhodnutí nabízeným možnostem i výběru konkrétní varianty odpovědi a nabývá například podob konzistentního nadhodnocování nebo podhodnocování určitého druhu chování. Tourangeau, Rips a Rasinski [2000: 269] uvádějí za empiricky prokázané příklady systematického podhodnocování témata, jako je postižení zločinem, kriminální jednání, užívání drog, konzumace alkoholu, kouření, potraty, spotřeba energie, určité druhy příjmů nebo některé druhy nepopulárních postojů, jako jsou

například xenofobní. Za příklady systematického nadhodnocování pak mohou sloužit dodržování pravidel silničního provozu, volební účast, šetření energií atp.²⁶

Procesy, které jsou zodpovědné za zkreslení odpovědí, autoři dělí do tří skupin [Tourangeau, Rips a Rasinski 2000: 279]:

1. problematika soukromí a důvěrnosti, která odkazuje ke snaze nenechat si narušit soukromí, obavám o vyzrazení důvěrných informací a rozhodnutí nesvěřovat proto požadované údaje tazateli, výzkumníkovi nebo třetí osobě;
2. racionální poměřování zisků a ztrát plynoucích z účasti ve výzkumu a/nebo ve sdělování přesných odpovědí;
3. lhaní/zkreslování jako způsob vyhnout se rozpakům a pocitům trapnosti, což je taktika využívaná v každodenním životě.

Mezi dalšími motivy zkreslování odpovědí mohou být zmíněny snaha být ohleduplný k osobě tazatele a vyhnout se jeho urážce nebo vyvolání nesouhlasu (např. při zodpovídání genderových nebo rasových témat způsobuje pohlaví, resp. rasa tazatele modifikaci odpovědi směrem k postojům ohleduplnějším k jeho/její osobě), nebo snaha o konzistenci odpovědí (respondenti cítí, že příbuzné otázky by měly být zodpovídaný v podobném duchu a tomu se snaží přizpůsobit své odpovědi).

Míra zkreslení podle těchto autorů vzrůstá zejména s tím, jak se zvyšuje citlivost tématu, a také při studiu populací, které „mají co schovávat“, snižuje se naopak při využití technik založených na samovyplňování nebo na znáhodnění odpovědi.

Prostředkem, který může vliv sociální desirability snížit, je zejména použití méně invazivních technik sběru dat, tj. některé z variant samovyplňování respondentem (ať už papírového dotazníku, elektronického formuláře, nebo elektronického formuláře se současným audiozáznamem). Empirické testy prokazují, že počet nesprávných odpovědí se v těchto případech významně snižuje oproti technikám využívajícím rozhovor (telefonický, tvář v tvář) [tamtéž: 278]. Za základní příčinu tohoto jevu je považován fakt, že respondent se zde může zbavit obav z negativní reakce tazatele jakožto partnera sociální komunikace. Speciálním prostředkem pro tyto případy je například také technika znáhodnění odpovědi, jejímž principem je náhodný výběr otázky pro respondenta (pomocí technického zařízení) ze dvou možných (jedna citlivá, druhá ne-citlivá). Pouze respondent tak ví, na kterou otázku odpovídá, tazatel tuto informaci nemá [tamtéž: 272].

^{26/} Speciálním případem je téma sexuálního chování, kde na rozdíl od jednotného schématu fungujícího v ostatních oblastech dochází k systematickému nadhodnocování muži a podhodnocování ženami.