

Merjenje osebnih omrežij z anketami

Tina Kogovšek, Univerza v Ljubljani, Filozofska fakulteta in Fakulteta za družbene vede

Valentina Hlebec, Univerza v Ljubljani, Fakulteta za družbene vede

Merjenje socialnih omrežij

- Najpogosteje uporabljan merski instrument v družboslovju: anketa.
- Merjenje omrežij: kompleksnejše, zahtevnejše od merjenja »standardnih« objektov merjenja v družboslovju:
 - Običajno dve fazi (generiranje omrežja, merjenje relacij in značilnosti enot);
 - Vrsta omrežja (popolna ali osebna);
 - Posebnosti v povezavi z metodo zbiranja podatkov (npr. telefonska, spletna, osebna anketa).
- Cilj prispevka: predstavitev načinov generiranja osebnih (egocentričnih) omrežij in njihova primerjava glede na različne metode zbiranja podatkov.

Načini generiranja osebnih omrežij

- Generator imen;
- Generator vlog;
- Pozicijski generator;
- Generator omrežja z dogodki;
- Kontekstualni generator.

- Vizualni generator.

Generator imen (GI)

- Omrežje generiramo tako, da anketirance vprašamo po imenih oseb (npr. inicialke ali ime in prva črka priimka).
- Enostavni ali sestavljene generator imen.
- Vsebina raziskave opredeljuje vsebino generatorja imen (npr. pogosto je to socialna opora – na koga se anketiranci obrnejo po pomoč v različnih življenjskih situacijah).
- Primer: Burtov generator imen (1984)

Včasih se večina ljudi pogovarja o pomembnih osebnih stvareh z drugimi ljudmi. Če se spomnite zadnjih šest mesecev – to bi bilo do preteklega avgusta – kdo so ljudje, s katerimi ste se pogovarjali o pomembni osebni stvari?

Prednosti in slabosti

- Relativno zahteven z vidika stroškov, posebej pri sestavljenem GI (čas, obremenitev anketirancev in tudi anketarja (če je));
- Obremenitev toliko večja, kolikor več imen je generiranih (dodatna vprašanja o relacijah in značilnostih enot omrežja); omejevanje števila imen načeloma, ne pa v vseh primerih prinaša nova tveganja glede reprezentativnosti imenovanih omrežij (omejitev stroškov, redundantna imena; vrsta socialne opore);
- Posebej zahtevno, če gre za anketo s samoizpolnjevanjem (več možnih napak pri vnosu imen);
- Značilnosti omrežja (npr. velikost, gostota omrežja) precej odvisne od vsebine GI;
- Problem zaupanja anketirancev (anonimnost);
- Relativno močan učinek anketarja na velikost izmerjenega omrežja;
- Učinek vrstnega reda generatorjev imen;
- Natančnejše in kompleksnejše informacije o omrežju.

Generator vlog (GV)

- Omrežje generiramo tako, da anketirance vprašamo po vlogah oseb (npr. mama, oče, prijatelj, sodelavec, strokovnjak);
- Enostavni ali sestavljene generator vlog;
- Kratek ali dolg seznam vlog;
- Vsebina raziskave opredeljuje vsebino generatorja vlog (npr. socialna opora);
- V večji meri da omrežja, v katerih prevladujejo sorodniki (posebej pri dolgem seznamu vlog);
- Primer: generator vlog v raziskavah ISSP in EQLS.

A1. Nekaterih del v stanovanju ali na vrtu človek ne more opraviti sam. Lahko se zgodi, da potrebujete nekoga, ki vam bo pridržal lestev ali vam pomagal premakniti pohištvo.

ANKETIRANCU DAJ KARTICO Z VLOGAMI.

- A. Koga bi najprej zaprosili za pomoč?
- B. Koga bi zaprosili za pomoč kot drugega?

	PRVA	DRUGA
družinski član	01	01
sodelavec	02	02
prijatelj	03	03
sosed	04	04
nekdo drug	05	05
nihče	06	06

A1. Nekaterih del v stanovanju ali na vrtu človek ne more opraviti sam. Lahko se zgodi, da potrebujete nekoga, ki vam bo pridržal lestev ali vam pomagal premakniti pohištvo.

ANKETIRANCU DAJ KARTICO Z VLOGAMI.

- A. Koga bi najprej zaprosili za pomoč?
B. Koga bi zaprosili za pomoč kot drugega?

	PRVA	DRUGA
moža / ženo / partnerja	01	01
mamo	02	02
očeta	03	03
hčer	04	04
sina	05	05
sestro	06	06
brata	07	07
babico ali dedka	08	08
vnukinjo ali vnuka	09	09
drugega sorodnika iz svoje družine	10	10
drugega sorodnika iz partnerjeve družine	11	11
dobrega prijatelja	12	12
soseda	13	13
sodelavca v službi	14	14
koga drugega (navedite koga) _____	15	15
nikogar	16	16

Prednosti in slabosti

- Manj natančne in kompleksne informacije o omrežju (le vloge, pri večini vlog ni možno razločiti individualnih oseb (npr. sorojenci, prijatelji, sodelavci);
- Omejevanje števila vlog vsebuje tveganja glede reprezentativnosti imenovanih omrežij;
- Manjša obremenitev anketirancev, praviloma ni dodatnih vprašanj o osebah;
- Manj zahteven z vidika stroškov, relativno preprosta uporaba (čas, obremenitev anketirancev in tudi anketarja (če je));
- Manj možnih napak pri vnosu vlog (so ponujene vnaprej; pomoč kartice vlog);
- Manjši problem zaupanja anketirancev (anonimnost).

Generator omrežja z dogodki (GD)

- Omrežje generiramo tako, da anketirance vprašamo po vlogah oseb (npr. mama, oče, prijatelj, sodelavec, strokovnjak), na katere se obrnejo ob tipičnih konkretnih življenjskih dogodkih (npr. poroka, rojstvo otroka, smrt bližnje osebe);
- Kratek ali dolg seznam vlog;
- Relativno širok nabor različnih alterjev v omrežju (raznolika sestava omrežja);
- Primer: generator omrežja z dogodki.

D1. V življenju se nam dogajajo razne stvari. Katere od naštetih **življenjskih dogodkov** ste vi osebno že doživeli? Za dogodke, ki ste jih doživeli, nam prosim zaupajte, **kdo vam je takrat najbolj pomagal**. Če se vam določen dogodek še ni zgodil, premislite, kdo bi vam takrat najbolj pomagal.

- A. Koga bi najprej zaprosili za pomoč?
 B. Koga bi zaprosili za pomoč kot drugega?

	družinski član	sodelavec	prijatelj	sosed	nekdo drug	nihče
1A. Poroka – prva oseba	1	2	3	4	5	6
1B. Poroka – druga oseba	1	2	3	4	5	6
2A. Težave s šefom – prva oseba	1	2	3	4	5	6
2B. Težave s šefom – druga oseba	1	2	3	4	5	6
3A. Smrt bližnjega družinskega člana – prva oseba	1	2	3	4	5	6
3B. Smrt bližnjega družinskega člana – druga oseba	1	2	3	4	5	6
4A. Sprememba osebnih navad – prva oseba	1	2	3	4	5	6
4B. Sprememba osebnih navad – druga oseba	1	2	3	4	5	6
5A. Smrt bližnjega prijatelja – prva oseba	1	2	3	4	5	6
5B. Smrt bližnjega prijatelja – druga oseba	1	2	3	4	5	6
6A. Nosečnost (vas – Ž, partnerice – M) – prva oseba	1	2	3	4	5	6
6B. Nosečnost (vas – Ž, partnerice – M) – druga oseba	1	2	3	4	5	6
7A. Velike spremembe v zdravju ali vedenju družinskih članov – prva oseba	1	2	3	4	5	6
7B. Velike spremembe v zdravju ali vedenju družinskih članov – druga oseba	1	2	3	4	5	6
8A. Velike spremembe v finančnem stanju - prva oseba	1	2	3	4	5	6
8B. Velike spremembe v finančnem stanju - druga oseba	1	2	3	4	5	6
9A. Rojstvo novega družinskega člana – prva oseba	1	2	3	4	5	6
9B. Rojstvo novega družinskega člana – druga oseba	1	2	3	4	5	6
10A. Bivalne spremembe (selitev, obnova stanovanja) – prva oseba	1	2	3	4	5	6
10B. Bivalne spremembe (selitev, obnova stanovanja) – druga oseba	1	2	3	4	5	6
11A. Velike spremembe v religiozni aktivnosti – prva oseba	1	2	3	4	5	6
11B. Velike spremembe v religiozni aktivnosti – druga oseba	1	2	3	4	5	6

12A. Sprememba na delovnem mestu – prva oseba	1	2	3	4	5	6
12B. Sprememba na delovnem mestu – druga oseba	1	2	3	4	5	6
13A. Velika osebna krivica ali bolezen – prva oseba	1	2	3	4	5	6
13B. Velika osebna krivica ali bolezen – druga oseba	1	2	3	4	5	6
14A. Velike spremembe v življenjskih razmerah – prva oseba	1	2	3	4	5	6
14B. Velike spremembe v življenjskih razmerah – druga oseba	1	2	3	4	5	6
15A. Upokojitev – prva oseba	1	2	3	4	5	6
15B. Upokojitev – druga oseba	1	2	3	4	5	6

Prednosti in slabosti

- Podobno, kot pri generatorju vlog;
- Natančna opredelitev življenjske situacije – bolj reprezentativno merjenje omrežja, a je hkrati tudi omejitev (ozka definicija življenjske situacije – omejena posplošljivost na druge situacije);
- Mešanje hipotetičnih in dejanskih situacij (nekatero situacije so se za nekatere anketirance že zgodile, za druge ne) (nekatero raziskave kažejo na razlike med hipotetično in dejansko oporo);
- Situacije so lahko zelo kulturno specifične.

Pozicijski generator (PG)

- Merimo socialni kapital na individualni ravni – povezave anketiranca z osebami na specifičnih družbenih položajih ali osebami s specifičnimi dobrinami ali veščinami.
- Dostop posameznika do različnih materialnih in nematerialnih virov, ki jih posedujejo osebe v njegovem omrežju in lahko predstavljajo njegovo »konkurenčno prednost«.
- Primer pozicijskega generatorja po Van der Gaagu in Snijdersu (2004)

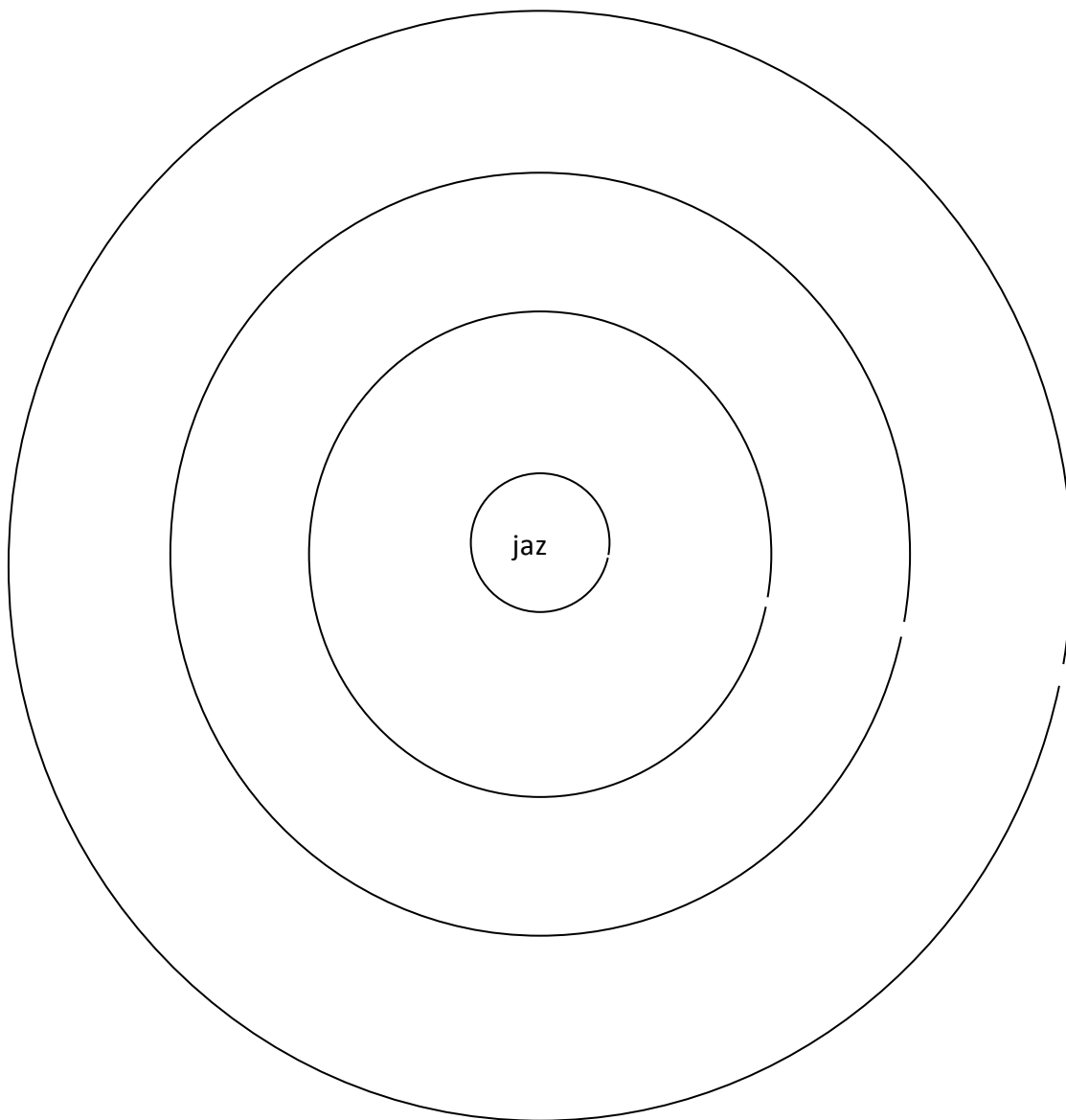
1. Ali poznate koga, ki... →	ne	družinski član	prijatelj	znanec	
2. ...ali ste to... →					vi sami?
a) ...zna popraviti avto, kolo ipd.	0	1	2	3	4
b) ... ima avto	0	1	2	3	4
c) ... zna popraviti gospodinjske pripomočke	0	1	2	3	4
d) ... zna delati z računalnikom	0	1	2	3	4
e) ... zna igrati kakšen instrument	0	1	2	3	4
f) ... pozna literaturo	0	1	2	3	4
g) ... bere kakšen strokovni časopis	0	1	2	3	4
h) ... je aktiven v politični stranki	0	1	2	3	4
i) ... ima delnice v višini vsaj milijon SIT	0	1	2	3	4
j) ...dela v mestni hiši	0	1	2	3	4
k) ... zasluži več kot milijon tolarjev mesečno	0	1	2	3	4
l) ... ima vikend hišico v tujini	0	1	2	3	4
m) ... ima včasih priložnost koga najeti	0	1	2	3	4
n) ... ve veliko o zakonski ureditvi	0	1	2	3	4
o) ...ima dobre stike s kom s časopisa, radia, TV	0	1	2	3	4
p) ... ve nekaj o finančnih zadevah (npr. davkih, subvencijah)	0	1	2	3	4

Prednosti in slabosti

- Relativno zahtevno merjenje (dve vprašanji v enem);
- Kulturno zelo specifične situacije;
- Ali smo zajeli večino in kar se da raznolike relevantne situacije?
- Relevantnost posameznih postavk (npr. poklicev) zelo specifična (raziskovana populacija, raziskovalni cilji) → pazljiv izbor (nekatero postavke lahko povzročajo šum v podatkih);
- Redek poskus sistematičnejšega, kvantitativnega merjenja socialnega kapitala.

Vizualni generator

- Generiranje omrežja s pomočjo vizualnih orodij;
- Na papirju ali spletna različica;
- Generira omrežje predvsem na osnovi čustvene bližine;
- Primer: Kahn in Antonucci (1980); GENSI (Stark in Krosnick, 2017):
<https://www.youtube.com/watch?v=pxKaDtm4Qx4>.



1. Začeli bomo z ljudmi, ki so vam najbližji, ali je med njimi je kakšna oseba ali osebe brez katerih si težko predstavljate vaše življenje?
2. Ali so obstajajo ljudje, s katerimi si niste tako blizu ampak so še vedno zelo pomembni za vas?
3. Ali so obstajajo ljudje, ki jih še niste omenili pa so vam dovolj blizu in so za vas pomembne, tako da bi jih morali vpisati v vaše osebno omrežje?

Prednosti in slabosti

- Način generiranja omrežja, ki je ljudem intuitivno blizu (kognitivna struktura);
- V primerjavi z nevizualnimi metodami se pokažejo razlike v velikosti (če ni omejitve števila oseb) in nekaterih značilnostih omrežja (npr. sestava, gostota, intenziteta vezi); anketiranci drugače razmišljajo pri odgovarjanju na nevizualno in vizualno metodo;
- Nekateri indikatorji sestave enaki kot v klasični obliki vprašanj; enak čas izpolnjevanja;
- Anketirancem je bolj všeč vizualna metoda.

Kontekstualni generator

- Kvalitativna metoda;
- Generiranje omrežja skozi različne življenjske kontekste (šola, delovno mesto, rekreacija, strokovne in druge organizacije/društva, soseska, prijatelji (v sedanosti in preteklosti) ipd.) (razstavljanje); nadaljnja kontekstualna vprašanja o omrežju;
- Primer: panelna raziskava mladih v Caenu, Francija (Bidart in drugi, 2006).
 - Faza I: identificiranje kontekstov (npr. šola, delo, univerza, rekreacija, organizacije, prijatelji, internetna poznanstva itd. – okrog 50); intervjuvanci spontano, po sistemu asociacij imenovali osebe po kontekstih («naravna» pomoč spominu); identificiranje močnih/šibkih vezi;
 - Faza II: opis omrežja: identifikacija pomembnih drugih, socialne opore, vrst interakcij.

Prednosti in slabosti

- Široko, bogato, kompleksno omrežje (ne le najbližje vezi), ki pokriva veliko različnih življenjskih kontekstov;
- Zelo zahtevno, časovno dolgotrajno in za intervjuvanca obremenjujoče zbiranje podatkov.

Razlike glede na uporabljeno metodo zbiranja podatkov

- občutljivost na ubesedenje (hipotetična/dejanska s.o.): GI in GV;
- Posredna omejitev na 5 oseb ne povzroči velikih razlik, a je opazen vpliv anketarja (GI);
- Primerjava telefonske in spletne ankete: različni rezultati glede velikosti in sestave omrežja; manjša kakovost merjenja s spletno anketo (GI);
- Primerjava telefonske in osebne ankete: ni velikih razlik v velikosti in sestavi omrežja (GI);
- relativno velik učinek grafične oblike vprašanja na velikost omrežja pri spletni anketi (število okvirčkov za vpis imen) (GI);
- Z nekaj previdnosti sta GI in GV primerljiva pristopa (sestava omrežja), GD pa da precej drugačne rezultate; ni velikih razlik v frekvenčni porazdelitvi vlog, a le za dolg seznam vlog; razlike glede na vrsto socialne opore;
- Primerjava generatorjev omrežja: najvišjo kakovost merjenja GI, sledi GV in nato GD; precejšen vpliv omejitve števila imen ter dolžine seznama vlog.

Literatura:

- Burt, R. S. 1984. Network Items in the General Social Survey. *Social Networks*, 6, 293-339.
- Eagle, D. E, Proeschold-Bell, J. R. 2015. Methodological considerations in the use of name generators and interpreters. *Social Networks*, 40, 75-83.
- Dykstra, P. A., Petrič, G., Platinovšek, R., Kogovšek, T., Hlebec, V., et al. 2016. Social network indices in the Generations and Gender Survey : an appraisal. *Demographic research*, ISSN 2363-7064. , 34, 995-1036, <http://www.demographic-research.org/volumes/vol34/35/34-35.pdf>, doi: [10.4054/DemRes.2016.34.35](https://doi.org/10.4054/DemRes.2016.34.35).
- Hällsten, M., Edling, C., Rydgren, J. 2015. The effects of specific occupations in position generator measures of social capital. *Social Networks*, 40, 55-63.
- Hlebec, V., Kogovšek, T. 2005. Hypothetical versus actual support providers in comparative network research. *Metodološki zvezki*, 2, no. 1, 73-93. <http://mrvar.fdv.uni-lj.si/pub/mz/mz2.1/hlebec.pdf>.
- Hlebec, V., Kogovšek, T. 2005. Med korenčkom in palico sekundarne analize podatkov o socialnih omrežjih. *Družboslovne razprave*, 2005, 21, , 189-203. <http://dk.fdv.uni-lj.si/dr/dr49-50HlebecKogovsek.PDF>.
- Hlebec, V., Kogovšek, T. 2011. How (not) to measure social support networks : the name generator vs. the role relation approach. *Metodološki zvezki*, 8, 191-207.
- Hlebec, V., Kogovšek, T. 2013. Different approaches to measure ego-centered social support networks : a meta-analysis. *Quality & quantity*, 47, 3435-3455, tabele, doi: [10.1007/s11135-012-9731-2](https://doi.org/10.1007/s11135-012-9731-2).
- Hlebec, V., Kogovšek, T., Coenders, G. 2012. Measurement quality of social support survey measurement instruments. *Metodološki zvezki*, 9, 1-24, <http://mrvar.fdv.uni-lj.si/pub/mz/mz9.1/hlebec.pdf>.
- Hlebec, V., Mrzel, M., Kogovšek, T. 2009. Social support network and received support at stressful events. *Metodološki zvezki*, 6, 155-171, <http://mrvar.fdv.uni-lj.si/pub/mz/mz6.1/hlebec.pdf>.

- Hlebec, V., Mrzel, M., Kogovšek, T. 2012. Assessing social support networks in cross-national comparative surveys : measurement issues. *Quality & quantity*, 46, 1431-1449, doi: [10.1007/s11135-011-9456-7](https://doi.org/10.1007/s11135-011-9456-7).
- Kahn, R. L. , Antonucci, T. C. 1980. *Convoys over Life Course: Attachment, Roles and Social Support*. V: Baltes, P. B. in O. G. Brim (ur.). *Life-Span Development and Behavior*. New York: Academic Press, 253-286.
- Kogovšek, T. 2006. Reliability and validity of measuring social support networks by web and telephone. *Metodološki zvezki*, 3, 239-252, <http://mrvar.fdv.uni-lj.si/pub/mz/mz3.1/kogovsek.pdf>.
- Kogovšek, T., Hlebec, V. 2005. Effects of limitation of number of alters and time frame in the Burt name generator. *Metodološki zvezki*, 2, 59-71, <http://mrvar.fdv.uni-lj.si/pub/mz/mz2.1/kogovsek.pdf>.
- Kogovšek, T., Mrzel, M., Hlebec, V. 2010. Please name the first two people you would ask for help : the effect of limitation of the number of alters on network composition. *Metodološki zvezki*, 7, 95-106, <http://mrvar.fdv.uni-lj.si/pub/mz/mz7.1/kogovsek.pdf>.
- Matzat, U., Snijders, C. 2010. Does the online collection of ego-centered network data reduce data quality? An experimental comparison. *Social Networks*, 32, 105-111.
- Merluzzi, J., Burt, R. S. 2013. How many names are enough? Identifying network effects with the least set of listed contacts. *Social Networks*, 35, 331-337.
- Stark, T. H., Krosnick, J. A. 2017. GENSI: A new graphical tool to collect ego-centered network data, *Social Networks*, 48, 36-45.
- Vehovar, V., Lozar Manfreda, K., Koren, G., Hlebec, V. 2008. Measuring ego-centered social networks on the web: questionnaire design issues. *Social Networks*, 30, 213-222.
- von der Lippe, H., Gamper, M. 2017. Drawing or tabulating egocentered networks? A mixed-methods comparison of questionnaire vs. visualization-based data collection, *International Journal of Social Research Methodology*, 20, 425-441, DOI: 10.1080/13645579.2016.1227649.

Yousefi-Nooraie, R., Marin, A., Hanneman, R., Pullenayegum, E., Lohfeld, L., Dobbins, M. 2017. The Relationship Between the Position of Name Generator Questions and Responsiveness in Multiple Name Generator Surveys. *Sociological Methods & Research*, April, 1-20.