

Název projektu	Podpora blended learning a sjednocení eLearningových opor v IS SU

Metody a techniky sociálního výzkumu

Distanční studijní text

Vladislava Závorská

Opava 2021



**SLEZSKÁ
UNIVERZITA**
FAKULTA VEŘEJNÝCH
POLITIK V OPAVĚ

Obor: Společenské vědy a humanitní vědy, vzdělávání dospělých a pedagogika, sociologie, psychologie.

Klíčová slova: Sociální výzkum, kvantitativní a kvalitativní výzkum, standardizace, dotazník, standardizovaný rozhovor, pozorování, hloubkový rozhovor, etnografie, populace, vzorek, validita, reliabilita, indukce, dedukce, náhodný výběr, kvótní výběr, analýza dat, zakotvená teorie, otevřené kódování, axiální kódování, závěrečná výzkumná zpráva, teoretická východiska, teoretický rámec, hypotézy, operacionalizace, otevřené a uzavřené otázky, předvýzkum, pilotáž.

Anotace: Studijní opora představuje dva základní výzkumné přístupy v sociální vědě - kvantitativní a kvalitativní. Ukazuje jejich odlišné směřování, odlišnou logiku postupu a metody, které využívají, a poukazuje na hlavní výhody a nevýhody obou přístupů a sílu jejich komplementarity. Studijní opora obsahuje všechny tři klíčové fáze sociálního výzkumu - od úvodní fáze projektování výzkumného šetření, přes jeho realizaci (sběr dat) až k prezentaci závěrečných výsledků v různých podobách.

Autor: **Mgr. Vladislava Závorská, Ph.D.**

Obsah

POVAHA SOCIÁLNÍCH VĚD A EMPIRICKÉHO VÝZKUMU V SOCIÁLNÍCH VĚDÁCH	9
Co máme na mysli sociálním a sociologickým výzkumem	10
Výzkumy začínají v knihovně a končí textem	13
Jak číst odborný text, jak se orientovat v odborné literatuře	14
Jak psát odborný text - odborná stať, logika výzkumné zprávy	19
Kvantitativní a kvalitativní výzkumné paradigma, jejich rozdílnosti a komplementarita, deduktivní a induktivní logika výzkumu	25
Typy výzkumů podle výzkumné strategie: kvantitativní a kvalitativní výzkum a jejich komplementarita	26
Kvantitativní výzkum a jeho deduktivní logika, kvalitativní výzkum a jeho induktivní logika	29
Hlavní metody kvantitativního výzkumu	36
Standardizované metody v kvantitativním výzkumu: dotazování jako hlavní metoda získávání dat	37
Jak se rozhodnout o výběru techniky? Dotazník nebo standardizovaný rozhovor?	39
Jak se respondentů ptát a jak se jich rozhodně neptat	40
Výběrové šetření v sociologii a problém reprezentativity	50
Vzorek a populace, techniky výběru do vzorku	51
Kvótní výběr a vzorkování náhodnou procházkou	53
Fáze kvantitativního výzkumu: projekt kvantitativního výzkumu	57
Fáze kvantitativního výzkumu	58
Jak začít s kvantitativním výzkumem?	59
Hlavní metody kvalitativního výzkumu: kvalitativní dotazování	65
Výzkumné situace vhodné pro kvalitativní zpracování a nestandardizovanost kvalitativního dotazování	66
Typy kvalitativních rozhovorů: polostrukturovaný rozhovor, hloubkový rozhovor, chápací rozhovor, narativní rozhovor, etnografický rozhovor	68
Kvalitativní skupinový rozhovor - metoda focus group	75

Fáze kvalitativního výzkumu a design kvalitativního výzkumu	84
Fáze kvalitativního výzkumu	85
Design kvalitativní studie, typy kvalitativních designů	87
Analýza dat v kvalitativním výzkumu	92
Co je potřeba, než se pustíme do analýzy kvalitativních dat	93
Analýza kvalitativních dat podle zakotvené teorie	95

ÚVODEM

Milí studenti, tuto studijní oporu jsem napsala pro vás, aby vaše cesta výzkumem nevedla slepými uličkami. Je určena především vám, kteří zatím nemáte zkušenost s výzkumem a rádi byste pro tuto zkušenost byli co nejlépe vybaveni.

Prostřednictvím této studijní opory vás seznámím se základními postupy a metodami, které ve výzkumu v sociální vědě využíváme. Pomůžu vám zorientovat se v základních odborných termínech, které jsou s výzkumem spojené, a doufám, že vás co nejlépe vybavím pro realizaci výzkumného šetření, spojeného například s realizací bakalářské práce.

Po přečtení této studijní opory byste měli získat odvahu pustit se do dobrodružství vědeckého bádání. To je samozřejmě vždy spojeno s určitými obtížemi, nicméně uvidíte, že vám nakonec může přinést nejen zajímavé informace, ale také radost z objevování. Součástí studijní opory jsou také otázky, které vám pomohou téma si ujasnit a zrekapitulovat. V lepší orientaci v textu vám také pomohou i další tzv. distanční prvky, které podporují pochopení textu a zvýší vaši jistotu. Jsou to například zvýrazněné definice, konkrétní příklady nebo kontrolní a korespondenční otázky.

Tato studijní opora by měla být vašim pracovním textem a inspirací pro to jít dále dané téma prozkoumávat, a to nejen do odborné literatury, ale také zkoušet uplatňovat získané znalosti v konkrétních empirických úlohách. Přeji vám, ať se s touto studijní oporou hodně naučíte a především odvážíte poznávat svět spíše badatelskou optikou než jen na bázi naší vždy nutně omezené životní zkušenosti.

RYCHLÝ NÁHLED STUDIJNÍ OPORY

V první kapitole si vysvětlíme, co máme na mysli, když mluvíme o sociálním nebo sociologickém výzkumu. Dozvíte se, jak se orientovat v odborné literatuře, jak odbornou literaturu efektivně číst a jak také postupovat, když píšeme odborný text. Tyto znalosti oceníte, když budete připravovat projekt výzkumu, psát závěrečnou výzkumnou zprávu nebo semestrální seminární práci. V následující kapitole představím, jaký je rozdíl mezi kvantitativním a kvalitativním bádáním. Ukážu vám, že jsou oba typy výzkumu vůči sobě komplementární, že se vzájemně doplňují, a co to prakticky znamená. Ve třetí kapitole se seznámíte s hlavními metodami sběru dat v kvantitativním výzkumu. Jsou to standardizované metody přímého a nepřímého dotazování a pozorování. Seznámíte se tak s technikou dotazníku nebo standardizovaného rozhovoru. Dozvíte se také, co standardizace znamená, a jak souvisí s validitou a reliabilitou šetření.

Ve čtvrté kapitole se dozvíte, jak vybrat respondenty do svého výzkumu. Budeme se probírat možnostmi výběrových technik, které jsou v zásadě pravděpodobnostní nebo na základě logického úsudku. Seznámíme se tak například s metodou kvótního výběru nebo metodou náhodné procházky. V páté kapitole se podrobně podíváme na fáze kvantitativního výzkumu, který vždy začíná projektem výzkumu. Projekt je klíčový pro úspěch našeho výzkumu, zvláště v případě kvantitativního šetření. V této kapitole tedy společně projdeme krok za krokem od vymezení tématu, hlavní badatelské otázky a cílů, přes hypotézy a jejich operacionalizaci, až ke konstrukci techniky a vzorku a tzv. předvýzkum.

Šestá kapitola bude ve znamení hlavních metod sběru dat v kvalitativním výzkumu. Na rozdíl od metod užívaných v kvantitativním výzkumu pracujeme obvykle s nestandardizovanými metodami. Jednou z nejobvyklejších metod je polostrukturovaný rozhovor. My si uvedeme i další typy kvalitativních rozhovorů, jako jsou narativní rozhovor nebo focus group. V sedmé kapitole si projdeme jednotlivé fáze kvalitativní studie, budeme se tedy věnovat designu kvalitativního výzkumu. Podobně jako v kvantitativním výzkumu i v kvalitativním bádání postupujeme krok za krokem přes poměrně přesně vymezené fáze, hranice mezi nimi jsou ale volnější. V poslední kapitole si vysvětlíme základní kroky v analýze kvalitativních dat. Podrobně se seznámíme s první fází analýzy dat v zakotvené teorii, které říkáme otevřené kódování. Ukážu vám také příklad výsledků analýzy a interpretace dat, abyste tušili, jaký výsledek může kvalitativní bádání mít.

1 POVAHA SOCIÁLNÍCH VĚD A EMPIRICKÉHO VÝZKUMU V SOCIÁLNÍCH VĚDÁCH

RYCHLÝ NÁHLED KAPITOLY



V první kapitole si vysvětlíme, co máme na mysli, když mluvíme o sociálním nebo sociologickém výzkumu, jaké má takový výzkum charakteristiky a jak se liší od výzkumu v přírodních vědách.

Výzkumy obvykle začínají v knihovně a končí psaním závěrečného textu, ať už jde o závěrečnou výzkumnou zprávu nebo prezentaci. Proto jsem do úvodní kapitoly zařadila také část o tom, jak se orientovat v odborné literatuře, jak odbornou literaturu efektivně číst a jak také postupovat, když píšeme odborný text. Tyto znalosti se vám budou hodit, když budete připravovat projekt výzkumu, psát závěrečnou výzkumnou zprávu nebo při psaní semestrální seminární práce na dané téma.

CÍLE KAPITOLY



- *Student/ka umí vysvětlit povahu sociálního a sociologického výzkumu*
- *Umí vysvětlit, v čem je výzkum v sociální vědě specifický ve vztahu k vědám přírodním*
- *Má poznatky o tom, jak číst odborný text a jak se orientovat v odborné literatuře*
- *Zná základní žánr odborného textu - odbornou stat'*
- *Zná logiku a strukturu závěrečné výzkumné zprávy*



Sociální a sociologický výzkum, empirický výzkum, odborná stať, projekt výzkumu, závěrečná výzkumná zpráva

1.1 Co máme na mysli sociálním a sociologickým výzkumem

Odborný termín sociální výzkum odkazuje na akademický výzkum, tedy na bádání v otázkách relevantních pro obory, které označujeme širším termínem sociální věda (Bryman, 2008). Pod tyto obory tradičně řadíme obory jako sociologie, politologie, sociální práce a tak podobně. Pojem nás tedy odkazuje k vědeckému empirickému bádání na poli sociálních věd.

Co je věda? S odpovědí na tuto otázku nám pomůže Thomas Kuhn a jeho paradigmatické vymezení vědy. Každá věda disponuje souborem teoretických vysvětlení, zároveň také souborem vědeckých metod, tedy způsobů, jak ve vědě poznáváme, a poznatků, které z tohoto bádání vyplývají. Teorie, metodologie a poznatky jsou důležitými kritérii vědeckého bádání, a odlišují tak vědecké poznatky například od naší každodenní osobní zkušenosti.

DEFINICE PARADIGMATU



Thomas Kuhn tedy zavedl paradigmatické vymezení vědy. Co pojem paradigma znamená? Paradigma označuje: “obecně uznávané vědecké výsledky, které v dané chvíli představují pro společenství odborníků model problémů a model jejich řešení” (Kuhn, s. 20). Paradigma je tedy určující pro předmět dané vědy, pro metodologii a poznatky, které jsou přijaté jako vědecké.

Problém poznání a vědění v sociálních vědách diskutuje také česká socioložka Ivana Loučková (2010, s. 21). Rozlišuje tři úrovně vědomostí, které jsou výsledkem procesu poznávání: 1. metody a priori, které někdy chápeme jako intuici nebo zdravý rozum (pravda je chápána v souladu s našimi smysly, zkušeností), 2. dále jsou to vědomosti, které označujeme jako tradice (to, co považujeme za pravdivé, je “daností” našeho

kulturního prostředí) a 3. vědecké poznání nebo vědění, které se podrobuje striktním metodám verifikace (pravda má status vědomostí, které mohou být neustále ověřovány).

Jak se liší vědecké poznání od naší každodenní zkušenosti, vysvětluje polský sociolog Zygmunt Bauman v úvodní kapitole skvělé učebnice *Myslet sociologicky* (2004). Sociologické poznání se od běžného zdravého rozumu podle Baumana liší tzv. pravidly zodpovědného diskurzu. „Od sociologů se očekává, že budou ve své praxi věnovat velkou péči tomu, aby rozlišili - způsobem každému jasným a viditelným - mezi výroky, jež lze potvrdit dostupnými důkazy, a takovými tezemi, jež si mohou nárokovat status pouze provizorních, neověřených domněnek. Pravidla zodpovědného diskurzu žádají, aby vědceva „dílna“ - celá procedura, která vedla ke konečným závěrům a jež má zaručit jejich věrohodnost - byla dokořán otevřena prozkoumání. Zodpovědný diskurs musí také reagovat na jiná tvrzení k danému předmětu; nemůže odmítnout či mlčky přejít jiné vyslovené názory, ať jsou pro jeho argumentaci jakkoli nepohodlné. Tak se významně zvýší věrohodnost, spolehlivost a konec konců i praktická užitečnost následných tvrzení.“ (Bauman, 2004, s. 17)

Jak dál Bauman (Bauman, 2004, s. 17-19) popisuje, vědecké myšlení se na rozdíl naší každodenní zkušenosti odehrává v širší perspektivě (je rozdíl, když stojíte pod kopcem a podíváte se na krajinu, a když na ten kopec vylezete a podíváte se na krajinu v širší perspektivě, neomezuje se jen na naši životní zkušenost, a chápe sociální skutečnost na základě analýzy mnohotvárných sítí vzájemné lidské závislosti, nepředpokládá, že svět je uspořádaný monokauzálně (tzn. že každý jev má svou jednu příčinu, jak máme tendenci usuzovat na základě své zkušenosti). Vědění, které přináší věda, musí být neustále otevřené možnosti kritického prozkoumání.

Pokud bychom měli shrnout, co je tedy vědecké vědění, co tvoří vědu, pomůže nám s tím Loučková (2010, s. 22): “Ve vědě můžeme rozlišit tři dimenze - teorii, metodologii a získaná zjištění (poznatky, fakta). Teorie je prostředkem obecného, abstraktního vysvětlení stavu a změn stavu pozorovaných jevů, komplexu jevů, procesů a událostí. (...) Metodologii chápeme jako komplex rolí, procedur a instrumentů používaný pro verifikaci teoretických objasnění a faktů, jimiž jsou empiricky i teoreticky prokázána zjištění generována vědeckým úsilím. (...) Poznatky jsou sumou zjištění, jež byla získána vědeckým přístupem, tj. na základě vědeckého zkoumání, které je možno charakterizovat metodičností, systematičností, kontrolovatelností, ověřitelností, přesností a opakovatelností.”

V literatuře také najdete pojem sociologický výzkum, který odkazuje na bádání typické pro sociologii, jejímž předmětem je sociální realita, tedy realita utvářená a udržována v interakcích, tak jak tento předmět vymezili Berger a Luckmann (1999). Sociologický výzkum se tedy snaží svými nástroji této realitě porozumět a vysvětlit ji, a to s využitím kvantitativní nebo kvalitativní výzkumné strategie. Skvěle píše

o sociologickém výzkumu Miroslav Disman (2000) v učebnici s názvem Jak se vyrábí sociologická znalost. Sociologický výzkum je totiž způsob, jak utváříme sociologické vědění, tedy vědění o povaze společnosti, o tom, jak je společnost utvářena prostřednictvím jednání jejích členů a udržovaná v jejich interakcích.

DEFINICE SOCIOLOGICKÉHO VÝZKUMU



Základní představu o tom, co je sociologický výzkum, můžeme získat také na základě vymezení, které najdete v Malém sociologickém slovníku:

Systematické vyšetřování, popisování, analýza a výklad společenských jevů, založené na sběru informací o existující společnosti. Sociologický výzkum se dělí na sociologický průzkum a základní sociologický výzkum; hranice dělení je přibližná. Je-li nutné přesnější určení, užívá se místo termínu „sociologický výzkum“ termínu „sociologický empirický výzkum“. Sociologický průzkum je sociologický výzkum, jehož výsledků se převážně užívá ke splnění konkrétních opatření společenské praxe. Jmenuje se tak i činnost, jejímž cílem nejsou výsledky vědecké, nýbrž praktické, a zejména činnost jednoduššího charakteru. Sociologický základní výzkum je takový sociologický výzkum, jehož výsledků se převážně užívá k doplnění a rozšíření současných znalostí o společnosti, použitelných k účelům nikoli předem úzce specifikovaných.

S pomocí Malého sociologického slovníku jsme se dozvěděli, že sociologický základní výzkum přináší data, informace, které rozšiřují naše současné znalosti o společnosti. Někdy také říkáme základní výzkum. Pokud je naše touha poznání orientovaná specifickými požadavky praxe, pak mluvíme o aplikovaném výzkumu, který se obvykle vytváří na zakázku například nějaké firmy nebo organizace.

Podobně o tom píše Loučková (Baum, Gojová eds., 2014). Jak uvádí, základním rozlišením, které ve výzkumu používáme, je rozlišení na základní výzkum a aplikovaný (ten je spojený s praxí, je to tzv. praktický výzkum). Rozlišujeme ale také další typy výzkumu. Podle převažující výzkumné strategie (metodologie) jsou to výzkumy jednostranné (kvalitativní nebo kvantitativní) nebo integrované. Dále například podle designu studie můžeme výzkumy rozlišit jako dotazníkové interview, narativní studii, případovou studii a tak podobně.

Hned na začátku jsme vymezili sociální výzkum jako bádání na poli sociálních věd. Odlišují se nějak přírodní a sociální vědy? Odlišuje se nějak přírodní a sociální realita?

Na tuto otázku můžete najít podrobnou odpověď v kapitole Příroda a kultura z výše zmíněné učebnice polského sociologa Zygmunta Baumana Myslet sociologicky (2004). Sociální realitu vytvořil člověk v interakci s dalšími lidmi a s dalšími lidmi tuto realitu také sdílí. Tuto realitu vytvořil tak, že jí přiložil význam (více k tomuto tématu si můžete dostudovat v knize Sociální konstrukce reality od Bergera a Luckmanna, 1999). Příroda sama sobě význam nedává. Sociální skutečnost je ale závislá na našich interakcích a na významech, jakým jim přidělujeme, a ve skutečnosti může být každou chvíli proměna. Shrnuje to také Loučková (2010, s. 31), kdy píše, že “sociálně vědní výzkum lze charakterizovat sebeuvědoměním a intencionalitou přisuzována lidskému jednání”.

DEFINICE EMPIRICKÉHO VÝZKUMU



Co znamená termín empirický výzkum? Jak najdete například v sociologické encyklopedii, je to *“záměrná, systematická poznávací činnost postavená na technikách sběru informací, resp. na řízeném pozorování soc. jevů, událostí, procesů a na zpracování a interpretaci jeho výsledků.”*

Bryman (2008) shrnuje důležitost sociálního výzkumu. Proč se tedy pouštět do sociálního výzkumu a proč studovat metody výzkumu? Po studiu této disciplíny budete vědět, jakou paletu možností máte, když chcete realizovat výzkum. Budete vědět, z jakých metodologických přístupů můžete vybírat. Budete také rozumět výzkumnému procesu - to znamená, jak svůj výzkumný projekt navrhnout, zrealizovat jej, a také vyhodnotit získaná data. To těsně souvisí se znalostí toho, jak vybrat výzkumnou techniku, ale také jak zvolit respondenty do vzorku. Porození metodám výzkumu zvyšuje porozumění tomu, jak se utváří vědění o světě, ve kterém žijeme a nakolik toto poznání může být validní. Co to znamená si vysvětlíme ve druhé kapitole. Teď se ještě na chvíli přesuneme do knihovny, protože výzkumy obvykle začínají právě tam.

1.2 Výzkumy začínají v knihovně a končí textem

Výzkumy obvykle začínají rešerší literatury, tedy v knihovně. Tato úvodní fáze bádání je nezbytná a znamená, že se seznamuje s tím, co je dosud o tématu známo. Slouží nám k tomu nejenom odborné knihy, ale také odborné články v odborných časopisech, které dnes snadno vyhledáme v příslušných elektronických databázích. Než se do knihovny za účelem studia odborných zdrojů přesunete, je dobré vymezit si, co tvoří odbornou

literaturu, jak ji poznat a odlišit od jiných typů textů, jako jsou novinové články nebo román pro ženy.

1.2.1 JAK ČÍST ODBORNÝ TEXT, JAK SE ORIENTOVAT V ODBORNÉ LITERATUŘE

Jak poznáme odborný text? Jak se liší od textů beletristických (to jsou například zmiňované romány) nebo publicistických (typicky novinové články)? Na tuto otázku máme poměrně jednoduchou odpověď. Odborný článek rozeznáme už na první pohled dlouhým poznámkovým aparátem a četnými odkazy na odbornou literaturu. Autor používá odbornou terminologii a odkazuje své myšlenky na myšlenky předchozích badatelů.

PŘÍKLAD ODBORNÉHO TEXTU - ČLÁNKU Z ODBORNÉHO ČASOPISU



V následujícím úryvku z odborného článku, který napsal Lukáš Dirga a byl uveřejněn v Sociologickém časopise (2021, 57(4): 411-432), si můžete snadno všimnout, jaké náležitosti má odborný text. Úryvek je z článku s názvem Externí spojení sociologie a vězeňství:

Vězeňské prostředí přitahuje pozornost sociálních věd dlouhodobě [Howard 1777; Bentham 1823; Osborne 1916]. Počátky vězeňského výzkumu byly vedeny snahou o rozšíření poznání následovanou praktickým řešením odhalených problémů. S rostoucím zájmem o toto specifické společenské pole se postupně zvyšovala i produkce studií popisujících světy vězněných osob a jejich dohlížitelů.

Význam a respekt vězeňského výzkumu postupně sílily a sociologie si v něm vydobyla své místo. Velkou měrou se o to zasloužil Donald Clemmer, který se do dějin vězeňského výzkumu nesmazatelně zapsal svým konceptem prizonizace [1940]. Mezi klasiky sociologického vězeňského výzkumu lze zařadit také Greshama Sykese [1958] a Ervinga Goffmana [1961].

Penitenciární sociologie se posléze rozvíjela jako polemika výše uvedených děl [Haynes 1949; Irwin, Cressey 1962]. Dominoval zejména spor o příčiny vzniku vězeňských (sub)kultur. Na pozadí této diskuse se vyprofilovaly dva základní přístupy označované jako depriváční a importační modely. Depriváční vychází z předpokladu, že základem je adaptace na vězeňské prostředí a s tím související deprivace. Importační model naopak zdůrazňuje kulturní aspekty a zvyklosti, které do vězeňského prostředí vnáší nově příchozí odsouzení. Vězeňská (sub)kultura je tak vnímána jako institucionalizovaná vězeňská verze kriminálních subkultur z mimovězeňského prostředí. Přibližně od sedmdesátých let [Lambropoulou 1999] převažuje v odborných diskusích

model integrovaný, který předchází dva modely propojuje [Liebling, Arnold 2004; Crewe 2010]. Rozsah svého zájmu sociologie, jak je jejím dobrým zvykem, v průběhu let dále rozšiřovala na další aspekty života za mřížemi. Příkladem mohou být studie popisující specifika ženských věznic, vyvažující Goffmanovu „genderovou slepotu“ [Ward, Kassebaum 1965; Giallombardo 1966], či výzkumy zaměřené na skladbu vězeňské populace dle etnicity a socioekonomického statusu [Wacquant 2001].

Jak si můžeme všimnout, v článku se používají odborné termíny, je doplněn množstvím odkazů na odborné zdroje a ukazuje, jakým způsobem navazuje na badatelskou tradici. Článek je zakončen seznamem literatury, na kterou autor v průběhu svého textu odkazuje. Přikládám tady tu část literatury, kterou jste měli možnost shlédnout v úryvku. Všimněte, jak v tak krátkém textu autor koncentruje velké množství poznání na daném poli bádání od různých autorů:

Bentham, J. 1823. *An Introduction to the Principles of Morals and Legislation*. Oxford: Clarendon Press.

Clemmer, D. 1940. *The Prison Community*. New York: Holt, Rinehart and Wilson.

Crewe, B. 2010. *The Prisoner Society: Power, Adaptation and Social Life in an English Prison*. Oxford: Clarendon Press.

Giallombardo, R. 1966. *Society of Women: A Study of a Women's Prison*. New York: Wiley & Sons.

Goffman, E. 1961. *Asylums: Essays on the Social Situation of Mental Patients and Other Inmates*. New York: Doubleday Anchor.

Haynes, F. E. 1949. "The Sociological Study of the Prison Community." *Journal of Criminal Law and Criminology* 39 (4): 432-440.

Howard, J. 1777. *The State of the Prisons in England and Wales: with Preliminary Observations, and an Account of Some Foreign Prisons*. Warrington: William Eyres.

Irwin, J., R. D. Cressey. 1962. "Thieves, Convicts and the Inmate Culture." *Social Problems* 10 (2): 142-155.

Lambropoulou, E. 1999. "The Sociology of Prison and the Self-referential Approach to Prison Organization and to Correctional Reforms." *Systems Research and Behavioral Science* 16 (3): 239-252

Liebling, A., S. Hulley, B. Crewe. 2012. "Conceptualising and Measuring Quality of Prison Life." Pp. 358-372 in D. Gadd, S. Karstedt, S. Messner (eds.). *The SAGE Handbook of Criminological Research Methods*. London: SAGE.

Sykes, G. M. 1958. *Society of Captives: A Study of Maximum Security Prison*. Princeton: Princeton University Press.

Osborne, T. M. 1916. *Society and Prisons*. New Haven: Yale University Press.

Wacquant, L. 2001. "The Penalisation of Poverty and the Rise of Neo-Liberalism." *European Journal on Criminal Policy and Research* 9 (4): 401-412.

Ward, D. A., G. Kassebaum. 1965. *Women's Prison: Sex and Social Structure*. Chicago: Aldine Publishing Company.

Skvělou učebnicí na téma jak číst, ale také psát odborný text vytvořila Jadwiga Šanderová (2007). Jak poznamenává, při studiu odborné literatury stojíme před dvěma úkoly - nejprve musíme textu a problému, o němž pojednává porozumět, zároveň ale musíme číst hospodárně, číst tedy tolik, kolik jsme schopni zpracovat. Šanderová zmiňuje typologii čtenářů, kterou sestavil Taylor Coleridge: přesýpací hodiny, houby, síta a diamanty mogulové (Šanderová 2007). Tato typologie se nám může hodit, abychom zhodnotili, ke kterému typu se blížíme, a zároveň také zhodnotili, co se s tím dá udělat. Čtenář typu přesýpací hodiny nezachytí nic a spokojí se s tím, že knihu jen tak přecházejí. Je to spíše prohlížení než čtení. Čtenář houba absorbuje všechno a je typický svými encyklopedickými znalostmi, ovšem neumí je dávat do širších souvislostí a vyvozovat z nich nové poznatky. Čtenář síto zachycuje jenom sraženiny a kaly ze čtené tekutiny. Asi vás nepřekvapí, že čtenáři blízcí se diamantům mogulovým (které jsou vzácné a cenné) mají ze čteného prospěch a umožňují druhým získávat prospěch ještě vyšší. Takový čtenář totiž textu porozumí. Co to znamená? Dokáže odpovědět na to, 1. jakým problémem se autor zabývá, tedy jaké otázky si klade, 2. k jakým závěrům dospěl a jak na otázky odpověděl, a také 3. o co své závěry opírá, jaké argumenty na jejich podporu uvádí.

Odborný text je nutné číst několikrát, doporučuje se minimálně dvakrát až třikrát. Vždy je nezbytné čtení doprovázet tvorbou poznámek. Hlavní zásadou, jak si vést poznámky, je sepisovat je už v průběhu čtení. Při čtení odborných textů je velmi užitečné vypsát si části textu, které nás něčím zaujaly, vlastními slovy, tedy jazykem, který nám je přirozený (Šanderová, 2007). Podrobně o tom, jak si vést poznámky se můžete dozvědět už ve zmíněné učebnici *Jak číst a psát odborný text*.

Jak se rychle zorientovat v odborné publikaci? Pomáhá nám k tomu abstrakt nebo anotace spojená s publikovaným dílem, případně také recenze díla zveřejněná například v odborném časopise. Abstrakt je součástí každé odborné stati publikované v odborném časopise nebo sborníku. Poskytuje základní informace - identifikuje problém a shrnuje závěry, z abstraktu se tak čtenář může dozvědět, zda se text zabývá problémem, který ho také

zajímá, jak k němu autor přistoupil a co nového přináší (Šanderová, 2007). Abstrakt nám tak pomáhá rychle se zorientovat v odborném textu, jestli autor řeší téma, které je pro nás nějak důležité a co nového do pole vědy přináší. Přečíst si abstrakt je způsobem, jak zjistit, zda je pro nás odborný text relevantní.

PŘÍKLAD ABSTRAKTU K ČLÁNKU Z ODBORNÉHO ČASOPISU



V předchozím úryvku z odborného článku, který napsal Lukáš Dirga a byl uveřejněn v Sociologickém časopise (2021, 57(4): 411-432), jste si všimli, jaké náležitosti má odborný text. To ještě doplním e ukázkou abstraktu, kterým celý článek s názvem Externí spojení sociologie a vězeňství začíná:

abstract: The aim of this paper is to introduce discipline of penitentiary sociology, discuss its forms in the context of the Czech Republic, and answer the question of why sociologists do not participate in everyday practice behind bars of Czech prisons even though they have formal ties with this environment. The findings presented in this paper are based on qualitative research conducted in Czech prisons. The data corpus includes qualitative interviews with selected actors in the prison world and an analysis of relevant documents relating to the research topic. Sociology and the prison system meet on two basic levels in the Czech Republic. As an external partnership that seems to have grown stronger over the years and as an internal bond that has weakened (and almost been dismissed) since the end of the 1990s. Sociology has formally retained a place behind the bars of Czech prisons thanks to the sociologists who according to the regulations of the Czech prison service should figure among the prison staff. In reality, the initial enthusiasm for this practice faded over the years and there are no sociologists currently working in Czech prisons. In this paper the author presents some possible explanations for this, offers a historical description of the (non)participation of sociologists in Czech prisons, and discusses the possibilities for the future development of Czech penitentiary sociology.

Abstrakt se obvykle uvádí v anglickém jazyce pro rychlou orientaci v bádání na mezinárodním poli. Můžete toho teď využít pro trénink schopnosti číst v anglickém jazyce. Pokud jste ale v této kompetenci úplně na začátku, pomůžu vám s překladem:

abstrakt: Cílem tohoto příspěvku je představit disciplínu penitenciární sociologie, diskutovat o jejích podobách v kontextu České republiky a odpovědět na otázku, proč se sociologové neúčastní každodenní praxe za mřížemi českých věznic, i když jsou s ní formálně spjati. Zjištění prezentovaná v tomto příspěvku vycházejí z kvalitativního

výzkumu provedeného v českých věznicích. Datový korpus obsahuje kvalitativní rozhovory s vybranými aktéry vězeňského světa a analýzu relevantních dokumentů vztahujících se k tématu výzkumu. Sociologie a vězeňství se v České republice setkávají ve dvou základních rovinách. Jako vnější partnerství, které v průběhu let sílí, a jako vnitřní pouto, které od konce 90. let oslabovalo (a téměř bylo zrušeno). Sociologie si formálně udržela místo za mřížemi českých věznic díky sociologům, kteří by podle předpisů české vězeňské služby měli figurovat mezi vězeňským personálem. Ve skutečnosti prvotní nadšení pro tuto praxi v průběhu let vyprchalo a v českých věznicích v současnosti nepůsobí žádní sociologové. Autor v tomto příspěvku uvádí některá možná vysvětlení, nabízí historický popis (ne)účasti sociologů v českém vězeňství a diskutuje možnosti budoucího rozvoje české penitenciární sociologie.

Při čtení odborných článků obvykle mimo abstraktu rychle pročítám také závěrečnou část, abych si ujasnila, k jakým závěrům autoři dospěli a jaké případně další otázky navrhuji pro bádání v daném tématu. To je velmi efektivní cesta, jak se v odborné literatuře zorientovat a ujasnit si, kdo se daným tématem zabývá a v jaké dílčí části. Této fázi, kdy si tvoříme přehled o stavu bádání, říkáme tzv. research literatury (rešerše literatury).

Ještě než se budeme věnovat tématu psaní odborných textů, zmíním, že vedle abstraktu se také můžete setkat s pravděpodobně nejkratším odborným žánrem - anotací. Žánr anotace vám určitě přijde vhod při tvorbě některé ze závěrečných prací na univerzitě. Anotace je stručnou charakteristikou publikované práce a obvykle v několika málo větách informuje o obsahu práce, jejím cíli a významu. Anotace se obvykle vleze do deseti vět. Pokud se s anotací setkáte v odborném časopise, obvykle obsahuje plné jméno autora, název publikace, v anotaci její autor uvádí, o čem daná práce pojednává, jak je strukturovaná a jakým problémem se zabývá (Šanderová, 2007).

PŘÍKLAD ANOTACE K DISERTAČNÍ PRÁCI



Jako příklad vám tady představím anotaci z mé disertační práce s názvem Představy o rurální a představení v rurálním. Sociální konstrukce rurality české vesnice.

Anotace: Disertační práce je kvalitativní studií rurality české vesnice. Jejím východiskem je chápání venkova jako mnohosti sociálních prostorů. Rozmanitost venkova lze zkoumat zaměřením na každodennost, ve své studii se na každodennost

zaměřuji prostřednictvím dramaturgického přístupu Ervinga Goffmana a konceptu „performing rurality“ Tima Edensora. Venkov tak interpretuji jako různorodá představení aktérů odehrávající se na různých rurálních jevištích. Hlavním záměrem studie bylo zjistit, jakými procesy sociální konstrukce utvářejí ruralitu české vesnice její obyvatelé. Pro svou studii jsem zvolila dvě sousední valašské venkovské obce. V první části analýzy dat vysvětluji, jak ruralitu konstruují prostřednictvím představ o rurálním obyvatelě zvolených venkovských obcí a jak je v těchto představách zastoupen koncept odlišnosti venkova a města, ale také koncept tzv. rurální idyly. V druhé části interpretace dat ukazují, jakým způsobem vesničané ruralitu utvářejí svým každodenním jednáním v rurálním prostředí. Data dobře dokládají, jak jsou představy o rurálním částečně kontrastní vzhledem ke každodennímu jednání v rurálním prostředí.

V odborných textech se můžete seznámit i s dalšími žánry, jako je například recenze. Recenze je na rozdíl od předchozích zmíněných žánrů výrazně delší (většinou se jedná o několik normostran) a obsahuje mimo základních informací o publikovaném díle také hodnotící část, to znamená, že recenzent k recenzované knize vyjadřuje také své stanovisko - posuzuje kvalitu díla. Jak popíše Jadwiga Šanderová (2007), hlavním účelem hodnocení je posoudit, zda, čím a jak přispívá recenzovaná kniha k rozvoji poznatků v daném vědním oboru. Blíže si další žánry představíme v další podkapitole, kde se budeme seznamovat s tím, jak postupovat, když chceme napsat nějaký odborný text.

1.2.2 JAK PSÁT ODBORNÝ TEXT - ODBORNÁ STAŤ, LOGIKA VÝZKUMNÉ ZPRÁVY

V předešlé části jste se dozvěděli, jak odborný text aktivně číst a jak se v něm rychle zorientovat. K tomu, abyste ale věděli, jak napsat odborný text, ať už bakalářskou práci, nebo článek do odborného časopisu, je potřeba znát alespoň některé ze základních odborných žánrů. Základním vzorcem pro psaní odborných textů je odborná stať, tak jak ji chápeme v anglosaském stylu. Co to znamená, rozvedu dále v textu. Pro účely výzkumné metodologie se také seznámíme se strukturou projektu výzkumu a také strukturou výzkumné zprávy.

Odborná stať má vždy úvod, jádro a závěr. Jak uvádí Šanderová (2007, s. 62), v úvodní části odborného textu tedy sdělíme, „jaký problém výzkum, o němž text informuje, řeší. V rámci výkladu problému by měl autor alespoň velmi stručně shrnout dosavadní úspěchy a neúspěchy na daném poli bádání. Je také vhodné podrobněji vyložit, co a proč se zatím nepodařilo uspokojivě řešit, na kterou z nezodpovězených otázek se autor zaměřil a proč.“ Vysvětlíme, na které autory navazujeme a dáme tak najevo, ke kterému teoretickému nebo metodologickému směru se hlásíme. Jádro odborné stati pak formují tyto otázky: Jak jsme při odpovědi na své otázky postupovali a proč jsme rozhodli právě pro takový postup? O jaké argumenty své odpovědi opíráme? V závěru pak

shrnujeme základní zjištění a můžeme také navrhnout, jak s nimi dál pracovat. Jakými badatelskými otázkami by bylo vhodné navázat, co zůstává otevřené, neprobádané.

Studenti při zpracovávání svých závěrečných prací využívají žánru kompilace nebo komparace, případně využívají obou přístupů. Šanderová (2007) kompilaci vymezuje jako promyšlenou syntézu různých názorů na určitý problém, která se opírá o systematické uspořádání a je výsledkem tvůrčí činnosti. Užitečnost kompilace je v tom, že poskytuje přehled o stavu bádání v určité oblasti a je způsobem, jak napsat závěrečnou práci nebo teoretickou část výzkumného projektu.

DEFINICE KOMPILACE



Jadwiga Šanderová vymezuje kompilaci takto (2007, s. 68-69): *“Odborná kompilace nejčastěji představuje výklad nějakého problému s využitím různých zdrojů.... v úvodu by měl autor stručně zhodnotit význam problému... Měl by si především uvědomit, že píše odborný text, jehož cílem je, stejně jako u každého jiného, zodpovědět nějakou otázku (otázky). Tuto otázku (problém) je třeba v úvodu explicitně uvést, naznačit cestu k odpovědi... (...) Jádrem textu je vlastní analýza, tj. hledání odpovědi na dané otázky... závěr je odpovědí na otázku v úvodu.”*

Někdy při psaní odborného textu používáme také komparaci, tzn. srovnáme nějaké jevy podle předem daných kritérií.

Ještě připojím jednu důležitou informaci pro tvorbu odborného stylu. Při psaní jakéhokoli odborného textu je třeba respektovat zásady publikační etiky. V každém odborném textu musíme podat úplné a konzistentní informace o všech využitých zdrojích, jasně odlišit vlastní myšlenky od převzatých a co nejpřesněji reprodukovat použité texty (Šanderová, 2007).

To, co jsme si zatím řekli o psaní odborného textu se vám bude skvěle hodit při psaní projektu výzkumu, jehož přesnou podobu si představíme v dalších kapitolách - jak pro kvantitativní typ šetření, tak pro kvalitativní výzkum. Každý výzkum bývá zakončen výzkumnou zprávou nebo alespoň prezentací základních výsledků z výzkumu. Pojďme se podívat, jak taková zpráva z výzkumu nebo závěrečná prezentace může vypadat.

Logika výzkumné zprávy

Závěrečnou výzkumnou zprávu si představte jako jasně strukturovaný dokument, kterým informujete odbornou veřejnost (nebo v případě aplikovaného výzkumu

zadavatele výzkumu) o realizaci výzkumu, jeho výsledcích a mnohdy také praktických důsledcích pro realitu. Obvykle spolu s výsledky naší analýzy obsahuje také doporučení, která na výsledky navazují a jsou důležitá zvláště pro praxi. Když píšeme závěrečnou zprávu z výzkumu, je dobré řídit se několika zásadami. Jednou z nich je psát jasně a srozumitelně. Obecně pro tvorbu textů platí, abychom je psali s co největší srozumitelností pro příjemce. K jasnosti pomáhá strukturovanost textu do dílčích kapitol, a také když struktura odráží naše základní badatelské cíle.

Zpráva z výzkumu je souhrnem základních informací, které se vztahují k cílům spojeným s naším výzkumem. Společně s cíli výzkumu a odpověďmi na ně musíme čtenáře informovat také o vzorku, metodě sběru dat a jejich zpracování. V závěrečné zprávě tedy nejprve uvedeme, jaké cíle jsme si vymezili, a dále popíšeme, jakou cestou jsme se k nim vydali, tedy jaký metodologický postup jsme zvolili.

Dalším důležitým doporučením je, abychom při zpracování závěrečné výzkumné zprávy využívali jednotnou a jednoduchou grafiku, která zvyšuje přehlednost výsledných dat. Při zobrazování dat v tabulkách a grafech doporučuji také určitou střízlivost, aby to nevypadalo jako na tzv. papouščí sjezdu, který je typický pro bulvární média s grafikou s velmi křiklavými až agresivními barvami. Musím ještě zmínit poznámku k užívání grafů a tabulek v textu. Každý graf i tabulka musí být srozumitelná sama o sobě, z grafu musí být jasné popisy jednotlivých kategorií, jejich podíl a také velikost vzorku. Nezapomínáme také na titulek grafu, který usnadňuje snadnou orientaci v textu. Jedna asi vůbec z nejdůležitějších zásad je, že krátké stručné věty řeknou nejvíce. Pište tedy jednoznačně, konkrétně a stručně.

Shrňme si tedy, jaká je struktura závěrečné výzkumné zprávy. Podobně jako například závěrečná práce na vysoké škole začíná titulní stranou, která odkazuje na název a typ výzkumu, včetně datumu zpracování, kdo je zadavatelem a zpracovatelem výzkumu. Na titulní stranu navazuje obsah, dále cíle výzkumu (stručné shrnutí hlavních cílů) a popis metody nebo metod výzkumu. V kapitole o metodách výzkumu obvykle vedle detailního popisu užitých metod, také popisuje cílovou populaci, tedy pro koho jsou naše výsledky platné, jak jsme vybírali do výběrového souboru, jakým způsobem jsme sbírali data, jaká byla návratnost a co to může znamenat pro naše výsledky. Je také vhodné ukázat, kdo data sbíral, jak je zpracoval a připojit také momenty, které případně ohrožují validitu výzkumu. Dobře popsany vzorek, na kterém zkoumáme je totiž důležitým kritériem pro validitu a také možnost zobecnění našich dat na celkovou populaci. Důležitou kapitolou v závěrečné výzkumné zprávě jsou pak hlavní závěry, ve které shrnujeme nejdůležitější výsledky a případně formulujeme doporučení, zvláště v případě aplikovaného výzkumu.

Někdy netvoříme závěrečnou zprávu, ale zpracováváme prezentaci z výzkumu. Dobrá prezentace má několik základních pravidel, které je dobré dodržet. Asi nejdůležitější doporučením je jednoduchost. Nejlepší a neúčinnější jsou prezentace, které obsahují

základní myšlenky a co nejjednodušeji vyjádřené. Když prezentujeme, tak je pozornost soustředěna na nás jako řečníka, je důležité udržovat s posluchači interakci, a rozhodně to, co mám připravené v některém prezentačním programu nečíst. Je nevhodné číst to, co máme připravené například v Powerpointu. Prezentace musí být atraktivní a vizuální materiál je jen jejím doprovodem, který podtrhává a vizualizuje to, co říkáte. Grafika by měla být také, co nejjednodušší a vizuálně sjednocená. Méně je více. Nikdo totiž není připravený vstřebat prezentaci o čtyřiceti pěti snímcích (bohužel i takový extrém můžeme na některých odborných setkáních vidět).

PŘÍKLAD PREZENTACE

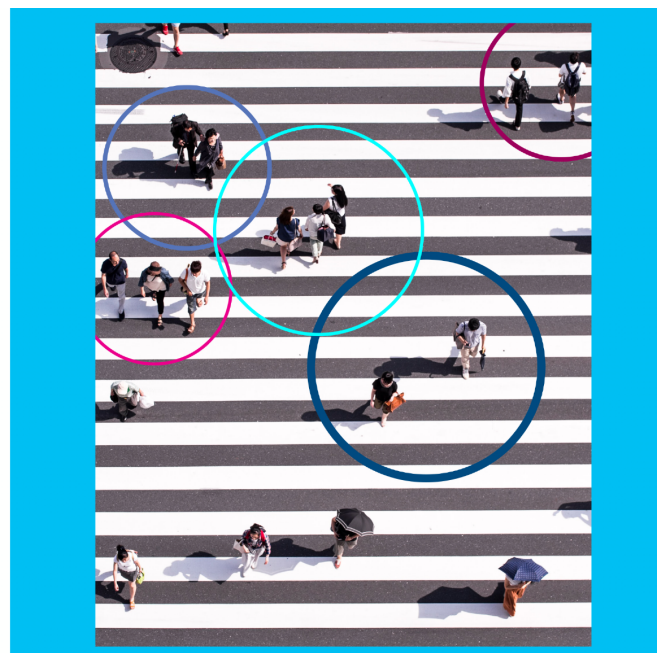


Příklad úvodního slidu a jednoho slidu prezentující výsledky výzkumu jednání uživatelů sociálních sítí v prostředí Facebooku:

CIVIPOLIS O.P.S (CZ), BRATISLAVA POLICY INSTITUTE (SK), REPUBLIKON INSTITUTE (HU), RES PUBLICA FOUNDATION (PL)

KVALITATIVNÍ PILOTÁŽ FACEBOOKOVÝCH SKUPIN

- Jaké významy FB skupinám přikládají jejich členové?
- Spojuje je něco? Cítí se skupinou sounáležitost?
- Jaká je jejich motivace pro členství ve skupině? Jakou podobu má jejich aktivita ve skupině?
- Jakým způsobem pracují s informacemi?
- Jak to souvisí s koncepty tzv. social bubbles?



4 TYPY UVAŽOVÁNÍ O SOCIÁLNÍ VAZBĚ MEZI ČLENY FACEBOOKOVÉ SKUPINY

- Pocit sounáležitosti
 - členové se cítí spojeni silnou vazbou v oblasti hodnot (může se to týkat například víry, ale také politických hnutí nebo celých životních stylů)
- Názorová nebo zájmová blízkost
 - zájmová nebo oborová blízkost, nejedná se ale o silné pouto dané v oblasti hodnot
- Vnímání rozdílnosti
 - spíše než spojení cítí rozdílnosti, které je od skupiny vzdalují
 - blízkost neumožňuje vnitřní diferenciaci velkých skupin
- Bez vazby
 - reflexe početné skupiny, kde se lidé navzájem neznají, a proto vůči nim také nepociťují blízkost
 - jednorázové skupiny pragmatické, kam člověk vstoupí za nějakým obvykle dočasným účelem

OTÁZKY



1. Označte správnou odpověď:
 - a. Kompilace využívá srovnávání podle předem daných kritérií
 - b. Paradigma je odborný žánr, který spojuje komparaci a kompilaci
 - c. Komparace využívá srovnávání podle předem daných kritérií
2. Paradigma je:
 - a. Souhrn teorií, metodologií a poznatků uznávaných danou vědou
 - b. Způsob, jakým v dané vědě mluvím, o čem mluvíme a s kým
 - c. Teorie, která vysvětluje rozdíl mezi sociální vědou a přírodní vědou
3. Označte správnou odpověď:
 - a. Anotace se obvykle vleze do deseti vět
 - b. Anotace je delší žánr než komparace
 - c. Anotace je jiný název pro abstrakt

SHRNUTÍ KAPITOLY



V první kapitole jsme si představili sociální výzkum, jaké má charakteristiky a jak se liší od výzkumu v přírodních vědách. Výzkumy obvykle začínají v knihovně a končí psaním závěrečného textu, ať už jde o závěrečnou výzkumnou zprávu nebo prezentaci. Abychom mohli dobře svůj první výzkum naplánovat, je potřeba umět pracovat v odborném stylu. Dozvěděli jste se proto, jak odbornou literaturu efektivně číst a jak také postupovat, když píšeme odborný text. Tyto znalosti využijete, když budete připravovat projekt výzkumu, psát závěrečnou výzkumnou zprávu nebo semestrální seminární práci.

Dozvěděli jste se, že závěrečná výzkumná zpráva sleduje jednotlivé kroky projektu výzkumu. Co to přesně znamená, si ukážeme v dalších kapitolách, a to v jednotlivých krocích jak pro kvantitativní, tak pro kvalitativní výzkum.

ODPOVĚDI



1c, 2a, 3a

KORRESPONDENČNÍ ÚKOL



Zamyslete se, jaký je základní rozdíl mezi článkem, který si můžete přečíst v novinách nebo třeba ve vašem oblíbeném časopise a odborným článkem, který můžete najít v jakémkoli odborném časopise. Uveďte 5 základních odlišností.

2 KVANTITATIVNÍ A KVALITATIVNÍ VÝZKUMNÉ PARADIGMA, JEJICH ROZDÍLNOSTI A KOMPLEMENTARITA, DEDUKTIVNÍ A INDUKTIVNÍ LOGIKA VÝZKUMU

RYCHLÝ NÁHLED KAPITOLY



V této kapitole navážeme na to, co jste se dozvěděli o výzkumu v předchozí části. Představíme si, jaký je rozdíl mezi kvantitativním a kvalitativním bádáním, což jsou dva hlavní způsoby, jakými ve výzkumu postupujeme. Jeden z nich, kvantitativní, je založený na deduktivním postupu, zatímco kvalitativní výzkumy využívají induktivní postup. V kapitole také zjistíte, že jsou oba typy výzkumu vůči sobě komplementární, že se vzájemně doplňují, a co to prakticky znamená.

Stručně si představíme také jednotlivé kroky ve výzkumu, které pak dále rozvedeme, když se budeme specificky věnovat projektu kvantitativního výzkumu a ještě pak o něco dál v této studijní opoře projektu kvalitativního výzkumu.

CÍLE KAPITOLY



Po prostudování kapitoly budete:

- *Znát základní rozdíly mezi kvantitativní a kvalitativní výzkumnou strategií*
 - *Vědět, co je indukce a dedukce a co to prakticky znamená pro jednotlivé kroky ve výzkumu*
 - *Rozumět tomu, jak se kvantitativní a kvalitativní strategie vzájemně doplňují*
 - *Znát jednotlivé fáze ve výzkumném projektu*
-

KLÍČOVÁ SLOVA KAPITOLY



Kvantitativní a kvalitativní výzkum, indukce, dedukce, empirický výzkum, komplementarita

2.1 Typy výzkumů podle výzkumné strategie: kvantitativní a kvalitativní výzkum a jejich komplementarita

Jak jsme se dozvěděli v předešlé kapitole, sociálně vědní výzkum můžeme podle převažující výzkumné strategie (metodologie) rozlišit na kvalitativní nebo kvantitativní, případně integrované. Ukážeme si, jaký je mezi nimi rozdíl, na co se každý z přístupů zaměřuje, jaký logický postup využívá, co to znamená z hlediska validity a reliability, ale také možnosti zobecnění výsledků, které každý z přístupů generuje.

Rozdíly mezi oběma přístupy velmi přehledně popisuje Disman (2000, s. 286-290). Důležitým kritériem, na základě kterého můžeme oba přístupy odlišit, je jejich cíl. Cílem kvantitativního výzkumu je statistické testování hypotéz odvozených z teorie, zatímco cílem kvalitativního výzkumu je porozumění - jde nám o odhalování významů, které aktéři přikládají v interakcích, do kterých vstupují. Cílem kvalitativního přístupu je tedy vytváření nových hypotéz, porozumění nebo teorie. Není to jen cíl, ale také logika postupu, která určuje povahu kvantitativního a kvalitativního výzkumu. Zatímco je kvantitativní výzkum orientován deduktivně (vycházíme z teorie, na základě které formulujeme předpoklady, které pak výzkumem ověříme), kvalitativní přístup je postavený na induktivní logice (na základě sběru dat v terénu pátráme po určitých pravidelnostech a formulujeme předběžné závěry, předpoklady, které dále mohou být ověřeny kvantitativně na větší populaci). Co to přesně znamená, postupovat deduktivně nebo induktivně si vysvětlíme podrobně u obou přístupů v následujících podkapitolách. Oba výzkumy jsou tedy zakotveny v odlišném logickém postupu a výrazně se liší svým zaměřím. Už víme, že kvantitativní výzkumník vychází z teorie, formuluje hypotézy a ty pak sběrem dat ověřuje. Kvalitativní výzkumník se snaží porozumět žitému světu aktérů, které zkoumá, pátrá po významech a na základě sběru dat v terénu formuluje předběžné závěry. Jak se tyto přístupy odlišují, pokud se týká rozsahu informace, s jakou pracují a redukce reality, kterou popisují? Kvantitativní badatelé pracují s omezeným rozsahem informace, ale zato tuto informaci umí získat od mnoha jedinců. Kvalitativní výzkumníci umí získávat mnoho informací (do hloubky), ale od velmi malého počtu jedinců.

Kvantitativní výzkum také silně redukuje počet pozorovaných proměnných a vztahů mezi nimi, zatímco kvalitativní výzkum je charakteristický zase silnou redukcí počtu sledovaných jedinců. Kvantitativní výzkum je typický silnou standardizací, což má za následek vysokou reliabilitu, ale zároveň nízkou validitu. Co znamená standardizace si vysvětlíme v kapitole o standardizovaných metodách v kvantitativním výzkumu. V případě kvalitativního výzkumu je standardizace slabá, a proto je pro kvalitativní výzkum nízká reliabilita, ale zároveň vysoká validita.

DEFINICE VALIDITY A RELIABILITY



Co pojmy validita a reliabilita znamenají, vysvětluje Disman (2000, s. 62):

Validní měření je takové měření, které měří skutečně to, co jsme zamýšleli měřit. Reliabilní měření je takové měření, které nám při opakované aplikaci dává shodné výsledky, pokud se ovšem stav pozorovaného objektu nezměnil.

Ještě podrobněji se validitě a reliabilitě budeme věnovat dále, kdy si ukážeme příklady validních a nevalidních otázek a ozřejmíme důsledky, které to má pro reliabilitu našeho výzkumu.

Dalším kritériem rozlišení kvantitativního a kvalitativního výzkumu je možnost zobecnění výsledků. U kvantitativního výzkumu je generalizace výsledků na populaci většinou snadná, u kvalitativního výzkumu je generalizace problematická a někdy i nemožná. Následující tabulka přehledně shrnuje, na základě jakých kritérií můžeme mezi oběma výzkumy rozlišit (zpracováno podle Dismana, 2000).

Kritéria rozlišení mezi výzkumnými metodologiemi	Kvantitativní	Kvalitativní
Cíl	Statistické testování hypotéz	Vytváření nových hypotéz, nového porozumění, nové teorie
Rozsah informace	Omezený rozsah informace o mnoha jedincích	Mnoho informace o velmi malém počtu jedinců
Redukce informace	Silná redukce počtu	Silná redukce počtu

	pozorovaných proměnných a vztahů mezi nimi	sledovaných jedinců
Generalizace	Zobecnění výsledků na populaci většinou snadné	Generalizace je problematická a někdy i nemožná
Reliabilita	Vysoká reliabilita, které je možná díky standardizaci	Nízká reliabilita, protože standardizace je v kvalitě slabá
Validita	Nízká validita	Vysoká validita v důsledku otevřených otázek
Logika postupu	Deduktivní	Induktivní

Kvantitativní a kvalitativní výzkum jsou vůči sobě komplementární, to znamená, že přístupy a výsledky obou se skvěle doplňují. Zatímco je kvalitativní výzkum zaměřený na porozumění sociální realitě z pohledu aktérů, kteří ji utváří a udržují v interakcích, kvantitativní výzkum testuje validitu tohoto porozumění (Disman, s. 291). Spojení obou přístupů nám pomáhá stále více a více rozumět sociální realitě. Jak ale rozhodnout, který výzkum použít? O vhodnosti daného tématu vždy rozhoduje téma a jeho povaha. Do tohoto rozhodování samozřejmě vstupuje množství pragmatických faktorů, jako jsou čas nebo finance, které na výzkum máme. Jsou nicméně situace, kdy je adekvátní využít kvalitativní výzkum. Je to například v situaci, kdy například zjišťujeme zkušenost s určitým jevem (nemocí, přestoupením na jinou víru, závislostí) nebo o určitém jevu nemáme příliš informací (Strauss, Corbinová, 1999). Kvalitativní metody nám totiž pomáhají získat o jevu detailní informace. Kvalitativní výzkum je také vhodný, když pracujeme s citlivým tématem nebo zachycujeme životní zkušenost z perspektivy těch, kdo jí žijí a přidělují jí významy, a nebo také v situacích, kdy se v kvantitativním výzkumu objeví něco, čemu nerozumíme a neumíme to vysvětlit, si žádají kvalitativní výzkum (Padgett, 2008, s. 18-19). Velkou výhodou kvantitativního výzkumu je jeho časová i finanční efektivita, za krátký čas můžeme získat informace od velkého počtu respondentů. V situaci, kdy máme dané téma v literatuře dobře popsáno a můžeme kvantitativní přístup využít, je dobré zvolit tuto strategii. Samozřejmě je tu ještě jedna okolnost, a to badatelský talent. Každý z nás má jiné talenty, někomu více sedí práce s čísly a přijde mu vhod, že nemusí s lidmi mluvit. Ten určitě raději využije nějakou standardizovanou techniku sběru informací, typickou pro kvantitativní výzkum. Pokud má někdo rozvinutou otevřenost, schopnost jít do výzkumu bez předešlých předpokladů, schopnost rychle navodit důvěru a být empatický, tak se mu bude snadněji sbírat data některou kvalitativních technik, jako je například hloubkový rozhovor, o kterém si dále

v textu povíme. Zkrátka i osobní předpoklady jsou pragmatickým faktorem, který může rozhodnout, jakou výzkumnou strategii zvolit. Na prvním místě by to ale mělo být téma a jeho charakter, který určí, který ze zmíněných přístupů je vhodnější, případně zda není žádoucí využít jejich kombinaci. Pokud máme příležitost, je skvělé využít komplementarity obou přístupů. Když o určitém problému nemáme dostatek informací, můžeme zvolit kvalitativní přístup a do hloubky problém prozkoumat, na základě kvalitativních zjištění pak můžeme připravit kvantitativní měření na širší populaci, které by ověřilo platnost (validitu) našich závěrů z kvalitativního výzkumu.

V následující podkapitole každý z přístupů podrobně vysvětlím, a to z hlediska jejich logiky postupu, který se odráží v jednotlivých fázích výzkumu. Bude vám pak jasnější, jaké možnosti každý z přístupů nabízí.

2.2 Kvantitativní výzkum a jeho deduktivní logika, kvalitativní výzkum a jeho induktivní logika

Kvantitativní a kvalitativní výzkum se liší svojí logikou postupu, která je buď induktivní nebo deduktivní. Podrobně si dále v textu vysvětlíme, co to znamená, že se kvantitativní výzkum řídí deduktivní logikou. Dedukce je logický postup usuzování, kdy na základě obecného usuzujeme na charakter jednotlivého.

DEFINICE DEDUKCE



V sociologické encyklopedii, která je online, se dozvíte, že se jedná o “myšlenkový postup, při němž se z nějakých daných tvrzení (premis) odvozují jiná tvrzení (závěry), a to podle logických pravidel, která zaručují, že odvozené závěry jsou vždy pravdivé, jsou-li pravdivé všechny premisy”.

<https://encyklopedie.soc.cas.cz/w/Dedukce>

Deduktivní logika v kvantitativním výzkumu znamená, že na začátku máme teorii, ze které vycházíme při konstrukci hypotéz. Tyto hypotézy dále řídí sběr dat a jejich analýzu. Schematicky a velmi jednoduše je možné deduktivní model znázornit takto:

Teorie → Pozorování, dotazování, poznatky

Podrobnější schéma uplatnění deduktivní logiky v jednotlivých fázích kvantitativního výzkumu nabízí například Bryman (2008):

Teorie → Hypotézy → Sběr dat → Analýza dat a výsledky → Přijetí nebo zamítnutí hypotéz → Revize teorie

K ZAPAMATOVÁNÍ



Obdobně deduktivní postup v empirickém výzkumu popisuje Disman (2000, s. 28):

„Na začátku je problém existující buď v teorii, nebo sociální realitě. Tento problém je přeložen do hypotéz, které jsou základem pro výběr proměnných. Sebraná data jsou použita pro testování hypotéz a výstupem kvantitativního výzkumu je soubor přijatých nebo odmítnutých hypotéz.”

Na začátku této kapitoly jsme si uvedli, že cílem kvantitativního výzkumu je testovat hypotézy odvozené z teorie. Co jsou hypotézy a k čemu nám ve výzkumu slouží? Hypotéza je jakýsi předpoklad o charakteru věcí a v zásadě obsahuje jednu nebo dvě proměnné. Hypotézy o jedné proměnné mají deskriptivní povahu a popisují jednu proměnnou. Zajímavější pro výzkum jsou vztahové hypotézy, které ověřují předpoklad souvislosti mezi dvěma zvolenými jevy.

Příkladem jednoduché existenční hypotézy může být tento předpoklad: *Předpokládáme, že studenti Slezské univerzity jsou spokojeni s průběhem studia.*

Vidíme, že se jedná jen o jednu proměnnou, a to spokojenost se studiem. Jednoduchým dotazníkovým šetřením s využitím techniky evaluace zjistíme, zda je poměr spokojených studentů vyšší nebo nižší a na základě tohoto výsledku pak tuto hypotézu přijmeme (budeme ji považovat za platnou), nebo odmítneme.

Příkladem vztahové hypotézy ve stejném tématu může být tento předpoklad: *Spokojenost se studiem je závislá na tom, zda studenti pravidelně navštěvovali přednášky.*

Vidíme, že už najednou zvažujeme souvislost mezi dvěma proměnnými, a to spokojenost se studiem, a také, zda studenti navštěvovali přednáškové cykly. Pokud bude

významně vyšší počet spokojených studentů, kteří navštěvovali přednášky, ve srovnání s těmi, kteří nikoli, můžeme jako výsledek výzkumu uznat tento předpoklad jako platný.

DEFINICE INDUKCE



Jak v empirickém výzkumu vypadá indukce, kterou využívá kvalitativní výzkum, vysvětluje Disman (2000, s. 28): “Na začátku výzkumného procesu je pozorování, sběr dat. Pak výzkumník pátrá po pravidelnostech existujících v těchto datech, po významu těchto dat, formuje předběžné závěry a výstupem mohou být nově formulované hypotézy nebo nová teorie.”

Induktivní logika v kvantitativním výzkumu znamená, že ve výzkumu začínáme s badatelskou otázkou (výzkumnou otázkou), společně s pozorováním a dotazováním v terénu. Na základě dat získaných v terénu se začínají vynořovat určité pravidelnosti, které jsou pak později základem pro formulování předpokladů, které už mohou mít povahu teorie. Teorie bývá výstupem kvalitativního výzkumu. Schematicky a velmi jednoduše je možné induktivní model znázornit takto:

Pozorování, dotazování, poznatky → Teorie

ÚKOL K ZAMYŠLENÍ



Zamyslete se, jakou metodou postupoval známý detektiv Sherlock Holmes? Postupoval spíše induktivně, nebo deduktivně? A proč?

Deduktivní a induktivní logika kvantitativního a kvalitativního výzkumu se odráží v tom, jak je výzkumný proces strukturován, jakými fázemi jako badatelé procházíme. Disman (2000, s. 120) popisuje tyto fáze kvantitativního výzkumu (ještě si je podrobně vysvětlíme v příslušné kapitole):

1. Formulace výzkumného problému nebo praktického sociálního problému
2. Formulace teoretické hypotézy
3. Formulace souboru pracovních hypotéz
4. Rozhodnutí o populaci a vzorku
5. Pilotní studie
6. Rozhodnutí o technice sběru informací
7. Konstrukce nástrojů pro tento sběr
8. Předvýzkum
9. Sběr dat
10. Analýza dat
11. Interpretace, závěry, teoretické zobecnění

Na začátku každého výzkumu je téma, které je potřeba co nejlépe vymezit, a to souběžně s rešerší odborné literatury, která s tématem úzce souvisí. To nám pomůže co nejlépe formulovat výzkumný problém a výzkumnou otázku, což je hlavní badatelská otázka, na kterou hledáme odpověď. Na základě studia odborné literatury k tématu a již existujících empirických studií (výzkumů) pak tvoříme tzv. teoretický východiska, ze kterých vycházíme při konstrukci hypotéz. Hypotézy slouží k tomu, abychom si ujasnili, s jakými proměnnými budeme do výzkumu vstupovat, jaké proměnné a vztahy mezi nimi budeme proměřovat.

Tyto proměnné dále rozpracováváme do podoby konkrétních indikátorů daného jevu, tomu procesu se říká operacionalizace. Výsledkem procesu operacionalizace je výzkumná technika, nástroj, pomocí kterého sbíráme data. V kvantitativním výzkumu je to zpravidla dotazník, což je jedna z nejvíce efektivních technik sběru dat, nebo standardizovaný rozhovor, který zahrnuje interakci mezi tazatelem a respondentem. Podrobněji se o technikách sběru dat dozvíte v dalších kapitolách.

Ještě se ale na chvíli vraťme k jednotlivým fázím kvantitativního výzkumu. Ještě než vytváříme výzkumnou techniku, rozhodujeme o populaci a vzorku. Vzorek je skupina jednotek, které skutečně pozorujeme, zatímco populace je soubor jednotek, o kterém předpokládáme, že jsou pro něj naše závěry platné (Disman, 2000, s. 93). Toto rozhodnutí je důležité i vzhledem k výzkumné technice, protože ji musíme vytvořit tak, aby ji naši respondenti co nejlépe rozuměli. Odborně říkáme, aby technika byla validní, abychom jí měřili to, co jsme skutečně měřit zamýšleli. Jakým způsobem vybíráme do vzorku si ještě detailně vysvětlíme. V této chvíli postačí, když si uvedeme, že se výběr respondentů do vzorku řídí přesnými pravidly a existuje několik způsobů, jak do vzorku respondenty vybírat. Mezi základní patří tzv. kvótní výběr, který imituje ve vzorku známé vlastnosti populace (Disman, 2000).

Někdy se ocitneme v situaci, kdy nemáme příliš informací o populaci, kterou chceme zkoumat. Proto využijeme možnosti pilotní studie, což je jedna z volitelných fází kvantitativního výzkumu. Pilotáž většinou realizujeme na malém vzorku s využitím nestandardizovaných metod dotazování (to jsou takové, které využívají sílu otevřených otázek, tedy bez předem připravených odpovědí). Pilotáž nám výrazně pomáhá v konstrukci validní techniky sběru dat. Když už máme výzkumnou techniku připravenou, můžeme její funkčnost ověřit v rámci předvýzkumu. V interakci s několika respondenty ověříme, jestli ji rozumí. Na základě předvýzkumu pak ještě proběhnou drobné úpravy techniky, aby byla co nejvíce validní. Když máme připravenou techniku, můžeme se pustit do sběru dat na celkovém vzorku. Získaná data pak analyzujeme s využitím softwarového programu nebo v některém tabulkovém editoru, v kterém zvládneme jednodušší výpočty. Na analýzu dat navazuje jak psaní závěrečné výzkumné zprávy, o které jste se podrobněji dozvěděli v předchozí kapitole, nebo příprava prezentace výsledků našeho výzkumu.

Induktivní logika kvalitativního výzkumu se také promítá do jednotlivých fází výzkumu. Jednotlivé fáze ale nejsou tak ostře odděleny, mnohdy se prolínají, protože povahou kvalitativního výzkumu je jeho reflexivita. neustále kriticky hodnotíme a upravujeme jednotlivé fáze podle toho, jaká data získáváme.

Michal Miovský (2006) píše, že před každým výzkumem musíme nejprve: zformulovat výzkumný problém, provést orientační teoreticko-kritickou analýzu stavu výzkumu v dané oblasti, vypracovat ideový plán výzkumu, vyzkoušet si potenciálně sporné věci a případně přehodnotit ideový plán. Ideový plán obsahuje teoretický rámec výzkumu, formulaci výzkumného problému a z něj vycházející výzkumné otázky, metody získávání dat, včetně popisu zamýšleného výzkumného vzorku (velikost, vlastnosti, dostupnost cílové populace), metody zpracování a analýzy dat, časový plán (Miovský, 2006).

Obdobně to vidí Kvale (2000), když specifikuje fáze výzkumu v kvalitativním přístupu založeném na dotazování. Kvalitativní šetření založené na dotazování prochází sedmi fázemi:

1. Proč a co by mělo šetření objasnit
2. Plánování – designing
3. Dotazování
4. Transkripce získaných dat
5. Fáze analýzy dat
6. Verifikace, fáze zaměřená na zjištění validity, reliability a generalizaci získaných dat
7. Referování o výsledcích

Na začátku studie je dobré promyslet si, proč do ní vstupujeme, jaký je její účel a na jakou otázku chceme přinést odpověď. Dále musíme rozmyslet, jakými metodami a technikami chceme postupovat, co bude nejvíce vhodné vzhledem k povaze naší otázky. To se týká právě procesu designování, kdy navrhujeme nejen badatelskou otázku, ale celý design studie, včetně výzkumných metod a technik. Na tuto fázi pak navazuje samotné dotazování, transkripce (přepis) získaných dat a analýza těchto dat. Analýza kvalitativním výzkumem je poměrně náročný proces. Na tuto fázi pak navazuje verifikace výsledků a jejich reportování. Podrobně si tyto fáze představíme v dalších kapitolách.

OTÁZKY



1. Označte správnou odpověď:
 - a. Kvantitativní výzkum je orientovaný na porozumění
 - b. Cílem kvalitativního výzkumu je číselné testování hypotéz
 - c. Kvalitativní výzkum orientovaný na porozumění
 2. Komplementarita znamená, že se:
 - a. Kvalitativní a kvantitativní výzkum navzájem velmi odlišují
 - b. Kvalitativní a kvantitativní výzkum vzájemně velmi dobře doplňují
 - c. Výsledky kvalitativního výzkumu nedají jednoduše zobecnit
 3. Označte správnou odpověď:
 - a. Pro kvalitativní výzkum je typická nízká validita
 - b. Pro kvantitativní výzkum je typická indukce
 - c. Pro kvalitativní výzkum je typická nízká reliabilita
 4. Označte správnou odpověď:
 - a. V kvalitativním výzkumu můžeme obvykle snadno generalizovat výsledky na celou populaci
 - b. V kvalitativním výzkumu pracujeme s vysokou reliabilitou
 - c. V kvantitativním výzkumu můžeme obvykle snadno generalizovat
 5. Schematicky lze jednoduše logický postup indukce znázornit:
 - a. Pozorování, dotazování, poznatky → Teorie
 - b. Teorie → Pozorování, dotazování, poznatky
 - c. Analýza → Syntéza, poznatky
-

SHRNUTÍ KAPITOLY



V této kapitole jste se dozvěděli, že ve výzkumu v zásadě postupujeme buď kvantitativně nebo kvalitativně. Rozumíte už rozdílu mezi kvantitativním a kvalitativním bádáním, jejich odlišným logickým postupům, který se promítá do jednotlivých kroků výzkumného šetření. Kvantitativní výzkum je založený na deduktivním postupu, zatímco kvalitativní výzkumy využívají indukci. Oba přístupy mají svou sílu a vzájemně se velmi dobře doplňují. V dalších kapitolách si přiblížíme nejen konkrétní fáze výzkumu, ale také, co to znamená, když se řekne, že v kvalitativním přístupu pracujeme se standardizovanými metodami a kvalitativním využíváme nestandardizované.

ODPOVĚDI



1c, 2b, 3c, 4c, 5a

3 HLAVNÍ METODY KVANTITATIVNÍHO VÝZKUMU

RYCHLÝ NÁHLED KAPITOLY



V této kapitole si představíme hlavní metody sběru dat v kvantitativním výzkumu. Jsou to standardizované metody přímého a nepřímého dotazování a pozorování. Seznámíme se tak s technikou dotazníku nebo standardizovaného rozhovoru. Dozvíte se také, co standardizace znamená a jak souvisí s validitou a reliabilitou šetření. Standardizace je přímo spojená se způsobem, jak se našich respondentů ptáme. Jak se našich respondentů zeptat, a jak se rozhodně neptat, to bude téma poslední části této kapitoly.

CÍLE KAPITOLY



Po prostudování kapitoly budete:

- *Znát základní standardizované metody sběru dat - dotazník a rozhovor*
 - *Umět zvolit v daném výzkumném kontextu vhodnější metodu sběru dat*
 - *Umět se správně zeptat při standardizovaném dotazování*
-

KLÍČOVÁ SLOVA KAPITOLY



Standardizované metody, dotazování s tazatelem, dotazování bez tazatele, otevřené a uzavřené otázky, kategorizace, sugestivní otázky, dvouhlavňové otázky, projektivní otázky

3.1 Standardizované metody v kvantitativním výzkumu: dotazování jako hlavní metoda získávání dat

Základní a nejobvyklejší metodou kvantitativního výzkumu je dotazování. Někdy se také setkáte s označením dotazníkové šetření. Dotazování pomocí tazatele (standardizovaný rozhovor) je nejpoužívanější metodou sběru dat v sociologických výzkumech. Přímé dotazování bez účasti tazatelů se využívá méně často, protože je spojena s mnoha problémy, které budeme diskutovat dále.

Standardizované dotazování s využitím tazatele (standardizovaný rozhovor) můžeme z hlediska technického provedení dotazování rozlišit na tyto typy:

- osobní rozhovor tazatele s respondentem zaznamenávaný tazatelem do klasického papírového dotazníku (PAPI - paper and pencil interviewing),
- telefonický rozhovor tazatele řízený počítačem a zaznamenávaný do počítače (CATI - computer-assisted telephone interviewing),
- osobní rozhovor tazatele s respondentem řízený počítačem a zaznamenávaný do počítače (CAPI - computer-assisted personal interviewing).

Výhodou dotazování řízeného počítačem (CATI a CAPI) je eliminace chyb, způsobených lidským faktorem. Kladení otázek, tj. jejich pořadí, rotace, filtry hlídá počítač. Tazatel tak nemá možnost například vynechat některé otázky nebo změnit jejich pořadí. Dotazování těmito metodami může ve srovnání s papírovými dotazníky sběr výrazně urychlit. Nemusíte dotazníky tisknout a distribuovat je tazatelům, náročně je získávat zpět a ručně je pak zadávat do datové matice například v Excelu nebo do některého softwaru pro zpracování kvantitativních dat. Telefonické dotazování (CATI) ale neumožňuje využití různých podnětových materiálů (obrázky, fotografie, ukázky výrobků). Omezena je také možnost zařazení složitějších otázek. CAPI forma naproti tomu dovoluje využít nejen vizuální ukázky či různé předměty. Můžete respondentům přehrát videosekvence nebo se připojit na internet.

Přímé dotazování bez účasti tazatelů se nevyužívá tak často jako dotazování s tazatelem. Přistupuje se k němu zejména tam, kde charakter či dostupnost cílové populace využití jiného způsobu dotazování znemožňují. Přináší sice úsporu nákladů, je ovšem zatíženo celou řadou nevýhod, jako je nízká návratnost (obvykle jen do 10 % distribuovaných dotazníků), samovýběr respondentů a s ním spojená problematická reprezentativita (na tento typ šetření většinou reagují ti respondenti, kteří mají k danému problému potřebu něco sdělit, a stává se tak, že v rámci tohoto typu sběru dat máme nadreprezentovány určité skupiny) nebo neúplné či chybné vyplnění dotazníku způsobené absencí tazatele. Když už se rozhodneme pro použití dotazníku, je dobré vytvořit ho tak,

aby byl co nejvíce jednoduchý na vyplnění, aby byl krátký a s atraktivním designem. Délka dotazníku, složitost nebo nezajímavý vzhled snižují návratnost. Musí také obsahovat přesné a srozumitelné instrukce k vyplnění. Moderní alternativou přímého dotazování je online dotazování pomocí internetu. Nesmíme zapomínat, že i pro online dotazování platí výše zmíněná metodologická omezení.

Několikrát jsem v textu použila pojem standardizované metody nebo techniky sběru dat. Pojdme se podrobněji s tímto odborným termínem seznámit.

K ZAPAMATOVÁNÍ



Standardizace znamená, že tyto metody a techniky sběru dat mají stejnou podobu pro všechny respondenty, jsou předem vytvořené, otázky mají pevné pořadí a nelze toto pořadí zaměňovat, a jsou k nim téměř vždy vytvořeny kategorizované odpovědi. Kategorizace nabízených odpovědí by měla být úplná, aby mohl každý z respondentů zaškrtnout možnost, která nejvíce odpovídá jeho situaci. Kategorie nabídnutých odpovědí se nesmí překrývat a musí být srozumitelné (ideálně pro každého respondenta stejně). Otázky, ke kterým máme už předem navržené odpovědi, jsou uzavřené. Uzavřené otázky jsou typické pro standardizované metody sběru dat.

Jen výjimečně u standardizovaných metod využíváme otevřených otázek, to je takových, na kterou nemáme předem formulovanou odpověď a vyzýváme respondenta, aby se vyjádřil svými slovy. Použití otevřených otázek je ale ve standardizovaném dotazování problematické - ztrácíme rychlost zpracování dat, protože musíme získané odpovědi analyzovat a následně kategorizovat, což je časově velmi náročné, zvláště když pracujeme s velkým výzkumným vzorkem. Někdy do standardizované výzkumné techniky zařazujeme polouzavřené otázky. To jsou takové, u kterých respondentům nabídneme možnost kategorizovaných odpovědí, zároveň ale mohou odpovědět jinak, než jak jim jednotlivé možnosti nabízí. Obvykle se v dotazníku u tohoto typu otázek setkáte s možností "jiné".

Díky standardizaci můžeme získaná data snadno převádět na čísla a statisticky s nimi pracovat. Je to za cenu ztráty určité míry sociální informace, standardizace totiž může způsobit, že se někteří respondenti zařadí do předem nabídnuté varianty jen stěží, a i

přestože necítí, že by nabídnutá kategorizace odpovědí odpovídala jejich situaci, zaškrtnou ji. To pak snižuje validitu šetření.

3.2 Jak se rozhodnout o výběru techniky? Dotazník nebo standardizovaný rozhovor?

O tom, jakou metodu sběru dat využijeme obvykle rozhoduje charakter tématu výzkumu a jeho cíl. Vstupují do toho ale také další pragmatické faktory, jako jsou například čas, který na sběr dat a zpracování výzkumu máme, dále finance nebo dostupnost cílové skupin. Proto abychom se mohli dobře rozhodnout nám pomůže ujasnit si hlavní výhody a nevýhody použití obou technik. Jaký je rozdíl mezi dotazníkem a standardizovaným rozhovorem, podrobně popisuje Disman (2000). V tabulce níže můžete vidět tučně označené výhody obou technik.

Rozhovor (dotazování pomocí tazatele)	Dotazník (přímé dotazování bez tazatele)
Velice pracná a nákladná technika sběru informací	Vysoce efektivní technika, která může postihnout veliký počet jedinců při relativně malých nákladech.
Rozhovor je časově velice náročný.	Informace od velkého počtu jedinců v poměrně krátkém čase a s poměrně malým nákladem.
Vyžaduje spolupráci dosti velkého počtu alespoň částečně vyškolených tazatelů v terénu.	Spolupracovníci v terénu jsou nezbytní jen někdy. Požadavky na zaškolení jsou nízké.
Výzkum na prostorově rozptýleném vzorku je nákladný.	Náklady šetření na rozptýleném vzorku jsou relativně nízké.
Anonymita výzkumu je pro respondenty málo přesvědčivá.	Anonymita je relativně přesvědčivá.
Interview bias - zkreslení vyvolané tazatelem	Interview bias je prakticky vyloučeno.
Rozhovor klade menší nároky na iniciativu respondenta, pro respondenta je obtížnější vynechat odpovědi na některé otázky.	Vysoké nároky na ochotu dotazovaného, je snadné „přeskočit“ otázky nebo neodpovědět vůbec.
Dotazovaná osoba je ta, která byla vybrána do vzorku.	Otázky mohou být zodpovězeny jiným členem rodiny, nebo celým rodinným týmem.

Proporce úspěšně dokončených rozhovorů je podstatně vyšší, než návratnost dotazníku.	Návratnost je velice nízká.
---	-----------------------------

Z tabulky je tedy zřejmé, že každá z obou metod má svoje výhody. Vždy bychom měli pečlivě zvážit, co nám užití dané metody přinese, ale také co při jejím použití můžeme ztratit. Výhodou dotazníku je skutečně vysoká efektivita, kdy při poměrně malých nákladech získáváme data. Nicméně už víme za cenu toho, že návratnost je velmi nízká a rozložení respondentů ve vzorku nemusí odpovídat našim potřebám a potřebám validity a reliability. To v praxi znamená, že nemusíme vůbec tušit, kdo nám vlastně na dotazník odpovídá, jestli je to skutečně osoba, které byl adresován. V případě některých témat je ale velmi důležité, abychom zamezili interview bias, tedy zkreslení vyvolaným tazatelem. Už jenom to, zda se nás ptá tazatel muž nebo žena může významně vstupovat do toho, jak na danou otázku odpovíme. Zkrátka stylizujeme se do role, o které si myslíme, že se od nás čeká v závislosti na tom, kdo se nás ptá.

Příkladem interview bias může být tazatel, který se zeptá muže respondenta, zda rád sleduje romantické filmy. Ten odpoví, že v žádném případě, že to není jeho žánr. Když se ale téhož muže respondenta zeptá žena tazatelka, může se dozvědět, že romantické filmy přímo zbožňuje. Toto je zdroj významného zkreslení dat ve výzkumu, proto na to musíme pamatovat, pokud se rozhodneme pro standardizovaný rozhovor a zohlednit různé možnosti zkreslení.

Interview bias umíme potlačit právě použitím dotazníku. U standardizovaného rozhovoru nicméně víme, že dotazujeme skutečně osobu, která byla vybrána do vzorku. Také se eliminuje skutečnost, že by respondent důležitou část otázek vynechal.

O využití vhodné techniky pečlivě pouvažujte a zvažte, co bude v dané situaci nejpřínosnější technika sběru dat. Když vybereme vhodnou techniku, můžeme pokročit k fázi její konstrukce, tvorby. Proto nás bude velmi zajímat, jak se správně ptát a jakým otázkám se vyvarovat.

3.3 Jak se respondentů ptát a jak se jich rozhodně neptat

Když začínáme tvořit techniku, kterou plánujeme získat data od našich respondentů, je dobré držet se několik pravidel. Často totiž při svých prvních pokusech o výzkum trpíme syndromem zajímavých otázek - když už jednou dotazník tvoříme, tak si myslíme, že by bylo škoda ještě se nezeptat na další a další podrobnosti, až zapomene na to, jak moc jsme

se vzdálili od našeho původního badatelského záměru. Proto je dobré vždy si položit otázku, zda je každá z otázek v naší výzkumné technice opravdu nezbytná, a zda vede k odpovědi na naši badatelskou otázku.

Zásady, které je dobré při tvorbě standardizovaných technik dodržovat, shrnuje například Disman (2000). Pokud jsme se ujistili, že v dotazníku máme opravdu jen takové otázky, které jsou relevantní k našemu výzkumnému záměru a skutečně nezbytné, měli bychom také ověřit, zda měří to, co skutečně zamýšlíme měřit, zda jsou validní. Měli by být také srozumitelné, a to pro všechny respondenty stejně. Při dodržování zásady srozumitelnosti musíme myslet i na podobu jazyka, který k vytváření otázek používáme, zohledňovat v nich kulturní kontext respondentů.

Pojďme se ještě společně zamyslet, jakým otázkám bychom se měli určitě vyhnout. Častou chybou při konstrukci otázek do dotazníku bývá formulace tzv. dvouhlavňových otázek. To je takový typ otázek, kterými se ptáme na dvě věci najednou, a neumožňujeme tak respondentovi pravdivě odpovědět. Například, když se vás zeptám, zda rádi chodíte do divadla a kina. To je typický příklad dvouhlavňové otázky - s jednou částí otázky byste mohli souhlasit, ale s druhou může mít problém (rád/a chodíte do kina, ale už tolik nemáte v oblibě návštěvu divadla nebo naopak).

Další chybou je klást respondentům sugestivní otázky, které navádí k určitému typu odpovědi. Také se vám zdá britské počasí pod psa? To je typický příklad sugesce, který navádí k souhlasu. Lepší by bylo zeptat, jak byste zhodnotil britské počasí? Sugescie může mít různé podoby, od jednoznačné a extrémní, až po velmi nenápadnou. Vždy bychom naše otázky měli kriticky projít, jestli nenavádí respondenty k určitému typu odpovědi.

Vyhnout bychom se také měli nepříjemným otázkám. Disman je nazývá otázky typu zeptej se a uteč. Respondentům by nemělo být dotazování nepříjemné, a už vůbec by je nemělo zraňovat.

Ke tvorbě uzavřených otázek nezbytně patří návrh kategorizovaných odpovědí. U kategorizace bychom měli vždy dbát na to, aby byla úplná, aby tedy umožňovala všem respondentům pohodlně vybrat adekvátní odpověď. Zároveň by se jednotlivé kategorie odpovědí neměly překrývat. Tuto častou chybu v dotaznících vídám už v základní otázce na věkovou skupinu, kdy respondentům nabídneme kategorizované odpovědi, které se překrývají: a) 0-15 let, b) 15-30 let, c) 30-45 let a tak dále. Pokud je vám 15 nebo 30, tak si nejste jisti, jakou možnost odpovědi vybrat.

SAMOSTATNÝ ÚKOL



V následujícím fiktivním dotazníku najděte chyby a pojmenujte je. Cílem šetření je zjistit, jak lidé prožívají lásku. Nelamte si hlavu s tím, že téma je vhodné spíše pro kvalitativní výzkum. Hypotézou je, že lidé podléhají diskursu romantické lásky.

1. Ke kterému názoru se spíše přikloníte?
 - a. láska je jako večernice plující temnou oblohou
 - b. láska je nátlak vykonávaný jak na ženách, tak na mužích; je to zástěrka společnosti

 2. Přední odborníci v sociálních vědách tvrdí, že nadešel čas vzdát se představy romantické lásky. Je potřeba vzít v úvahu pohled marxistického diskurzu, a odhalit tak, jaký nátlak na nás představa romantické lásky uvaluje. Jste zastáncem:
 - a. marxistického diskurzu lásky
 - b. konstruktivistického diskurzu lásky
 - c. romantického diskurzu lásky

 3. V lásce často dochází k syndromu kufanditní pumprdentnosti. Už jste o tomto problému slyšel?
 - a. ano, vím, o co jde
 - b. ano, ale nemohu si vzpomenout, o co se přesně jedná
 - c. ne, neslyšel jsem

 4. Určitě jste už prožil lásku, že? Mohl byste se k tomu vyjádřit?

.....

 5. Myslíte si, že diskurs romantické lásky splňuje určité nároky platnosti?
 - a. zdá se mi, že nároky platnosti, tak jak je popisuje Kant, splňuje
 - b. je to hloupost, žádné nároky nesplňuje
 - c. nevím
-

Když tvoříme dotazník, nemusíme vždy k jeho konstrukci využívat jen otázek a kategorizovaných odpovědí. Můžeme využít také hodnotící škály (pětibodové, sedmibodové a tak podobně) a hodnotící výroky, u kterých respondenty požádáme, aby vyjádřili, nakolik s daným tvrzením souhlasí. Bývá to velmi efektivní způsob, jak zjistit názory, postoje, ale také třeba jak měřit autoevaluaci.

AUTOEVALUAČNÍ DOTAZNÍK PRO PEDAGOGY V MŠ



Příklad autoevaluačního dotazníku s využitím desetibodové škály, kterým se pedagogové z mateřských škol hodnotí v různých kompetencích:

SEBEHODNOTÍCÍ DOTAZNÍK PRO PEDAGOGY MŠ

Zhodnoťte prosím následující tvrzení, nakolik odpovídají tomu, jak danou oblast cítíte. Zaškrtnutím jedničky vyjadřujete, že s tvrzením zcela nesouhlasíte, zaškrtnutím desítky vyjadřujete, že s tvrzením naprosto souhlasíte.

zcela nesouhlasím 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 naprosto souhlasím

ŘÍZENÍ VZDĚLÁVACÍHO PROCESU

Mám stanovené jasné cíle vzdělávacího procesu.

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Dětem nabízím různé typy činností na základě jejich zájmu, schopností a možností.

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Podporuji děti v samostatnosti.

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Pravidelně hodnotím kompetence dětí a jejich vývoji přizpůsobuji vzdělávací proces.

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Vzdělávání dětí nastavuji tak, aby dosahovaly maxima svých možností.

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Vzdělávací proces stavím na prožitkovém učení.

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Co nejvíce využívám aktivizující metody práce s dětmi.

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Děti aktivně „vtahují“ do řízených činností.

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Aktivně děti podporuji a podněcuji i v rámci spontánních činností.

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Vedu si podrobnou dokumentaci o dítěti, jeho kompetencích a rozvoji.

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

KOMUNIKACE A ORGANIZACE VZDĚLÁVACÍHO PROCESU

Povzbuzuji děti, aby říkaly své názory.

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Povzbuzuji děti, aby se ptaly.

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Podporuji kooperaci dětí při plnění úkolů.

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Podporuji děti v učení se od sebe navzájem.

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Společně s dětmi nastavuji pravidla vzájemného soužití.

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Pravidelně dětem poskytuji zpětnou vazbu o jejich pokrocích a chování.

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Mám individuální přístup k dítěti.

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Inovuji vzdělávací proces na základě nových poznatků a zkušeností.

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Činnosti a aktivity pro děti přizpůsobuji jejich preferencím a možnostem.

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Přizpůsobuji prostředí třídy tak, aby děti mohly v čase na hraní vybírat činnosti a herní kouty samy.

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Pozitivně vnímám přítomnost rodičů ve třídě a jejich spolupráci při plánování rozvoje dítěte.

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Pravidelně poskytuji rodičům informace o pokrocích jejich dítěte.

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

SEBEREFLEXE

Různými cestami pracuji na svém osobním rozvoji.

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Ve své pedagogické praxi hledám příležitosti k učení.

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Pravidelně vyhodnocuji svoji práci.

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Získávám zpětnou vazbu na svoji práci od kolegyní (kolegů).

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Pravidelně získávám zpětnou vazbu na svoji práci od rodičů dětí.

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Hodnocení ze zpětných vazeb využívám k úpravě metod a forem práce s dětmi.

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Pravidelně se účastním dalšího profesního vzdělávání.

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Pracuji na zlepšení svých slabších stránek.

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Sleduji nové poznatky a trendy v odborných zdrojích z oblasti pedagogiky a psychologie.

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Mám vypracovaný svůj osobní plán rozvoje (kariérní plán).

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Pohlaví:

- muž
 žena

Věk:

- 20-30
 31-40
 41-50
 50+

Délka učitelské praxe _____

Lokalita:

- Městská školka
 Venkovská školka

Velikost školky (celkový počet dětí v celé školce) _____

To byl příklad poměrně dlouhé výzkumné techniky. Někdy ovšem máme jistotu respondentů, tak si můžeme dovolit získat od nich více informací. V případě žáků, studentů nebo pedagogů bývá návratnost velmi vysoká. Máme jistotu, že se nám výrazná část vyplněné techniky vždycky vrátí.

Při tvorbě výzkumných technik můžeme využít množství kreativních způsobů, jak se ptát. Ty jsou ale obvykle závislé na naší zkušenosti a odbornosti. Dobrým příkladem jsou například projektivní otázky.

OTÁZKY



1. Jako interview bias označujeme:
 - a. speciální typ standardizovaného rozhovoru
 - b. rušivé vlivy během rozhovoru
 - c. zkreslení vyvolané tazatelem
2. Standardizace:
 - a. Je typická otevřenými otázkami
 - b. Je typická uzavřenými otázkami
 - c. Netýká se využití ani otevřených, ani uzavřených otázek
3. Označte správnou odpověď:

- a. Dotazník poskytuje pocit vyšší anonymity než rozhovor
 - b. Rozhovor je nejvíce efektivní technika sběru dat
 - c. Dotazník má obvykle vyšší návratnost než rozhovor
4. Sugestivní otázka
- a. Se ptá na dvě věci najednou
 - b. Umožňuje se projektovat
 - c. Tlačí na respondenta, aby odpověděl určitým způsobem
5. Dvoulavňová otázka
- a. Se ptá na dvě věci najednou
 - b. Umožňuje se projektovat
 - c. Tlačí na respondenta, aby odpověděl určitým způsobem
-

SHRNUTÍ KAPITOLY



Představili jsme si hlavní metody sběru dat v kvantitativním výzkumu - standardizované metody přímého a nepřímého dotazování a pozorování. Naučili jste se hlavní výhody a nevýhody použití techniky dotazníku a standardizovaného rozhovoru, neměli byste tedy mít větší problémy s rozhodnutím, kterou z technik použít ve vašem výzkumném šetření v rámci bakalářské práce. Klíčovou dovedností při konstrukci výzkumných technik je umět se zeptat. Jak se respondentů ptát a jakým otázkám se raději vyhnout, jsme si ukázali v poslední části této kapitoly.

KORESPONDENČNÍ ÚKOL



Formulujte jednotlivé typy otázek (uzavřenou, polouzavřenou a otevřenou), kterými byste se respondentů zeptali, jakým způsobem zvládají stresové situace.

ODPOVĚDI



1c, 2b, 3a, 4c, 5a

4 VÝBĚROVÉ ŠETŘENÍ V SOCIOLOGII A PROBLÉM REPREZENTATIVITY

RYCHLÝ NÁHLED KAPITOLY



V této kapitole se dozvíte, jak vybrat respondenty do svého výzkumu. Budeme se probírat možnostmi výběrových technik, které jsou v zásadě pravděpodobnostní nebo na základě logického úsudku. Seznámíme se tak například s metodou kvótního výběru nebo metodou náhodné procházky.

CÍLE KAPITOLY



Po prostudování kapitoly budete:

- *Znát pojmy populace a vzorek*
- *Znát základní výběrové techniky konstrukce vzorku*
- *Porozumět rozdílům konstrukce vzorku na základě teorie pravděpodobnosti (náhodný výběr) a na základě logického úsudku (kvótní výběr, snowball technika)*
- *Vědět, jak velký vzorek konstruovat a koho do něj vybrat*

KLÍČOVÁ SLOVA KAPITOLY



Populace, vzorek, náhodný výběr, kvótní výběr, náhodná procházka, účelový výběr, snowball technika

4.1 Vzorek a populace, techniky výběru do vzorku

Abychom porozuměli tomu, jak vybírat své respondenty do výzkumu, musíme nejprve zavést dva důležité termíny, a to populace a vzorek.

DEFINICE POPULACE A VZORKU



Jednoduše vymezuje vzorek a populaci Disman (2000, s. 93):

Vzorek (výběrový soubor) je skupina jednotek, kterou skutečně pozorujeme.

Populace (neboli základní soubor) je soubor jednotek, o kterém předpokládáme, že jsou pro něj naše závěry platné.

Zjistili jsme tedy, že vzorek neboli výběrový soubor je skupinou vybraných jednotek z populace. Je souborem respondentů, které skutečně zkoumáme (dotazujeme, pozorujeme). Populace je pak souborem jednotek, o němž předpokládáme, že jsou pro něj závěry našeho zkoumání platné. Jak postupovat, když vybíráme respondenty do vzorku? Konstrukce výběru vzorku se musí řídit určitými pravidly a je výsledkem odpovědi na tři otázky: Koho vybereme do vzorku? (rámec vzorku); jak vzorek vybereme? (způsob výběru vzorku); kolik respondentů do vzorku zahrneme? (rozsah, velikost vzorku).

Rozhodnutí o rámci vzorku (cílové skupině) je vázáno na obsah tématu výzkumu a jeho dopad na cílovou skupinu. Definici cílové skupiny je třeba řádně promyslet, např. využitím mapujícího průzkumu, předvýzkumu, pilotáže a tak podobně. Pokud definujeme cílovou skupinu příliš široce, na jedné straně nevynecháme žádný možný významný segment respondentů. Na straně druhé však získáme příliš velký počet neutrálních odpovědí (z důvodu nezájmu či neznalosti problematiky). V případě agregovaných cílových skupin (domácnosti, firmy apod.) musíme rozhodnout, kdo bude konečný respondent (hlava domácnosti, výkonný ředitel firmy apod.).

Důležitým předpokladem spolehlivosti výsledků je reprezentativita souboru respondentů. Reprezentativní vzorek je možno získat kvótním (záměrným) výběrem nebo pravděpodobnostním (náhodným) výběrem.

DEFINICE KVÓTNÍHO VÝBĚRU



Jednoduše vymezuje vzorek a populaci Disman (2000, s. 94):

Kvótní výběr imituje ve struktuře vzorku známé vlastnosti populace.

Protože kvótní výběr imituje ve struktuře vzorku známé vlastnosti populace, můžeme jej použít na populaci, o které jsme dobře informováni. Naopak pravděpodobnostní výběr reprezentuje známé i neznámé vlastnosti populace. Pravděpodobnostní neboli náhodný výběr nabývá těchto forem (Disman, 2000):

- Prostý náhodný výběr (je to takový výběr, ve kterém každý element populace má stejnou šanci, že bude vybrán do vzorku)
- Systematický výběr (do vzorku je zahrnuta každá n-tá jednotka ze seznamu; velikost kroku (n) dostaneme, když vydělíme velikost populace velikostí požadovaného vzorku; první jedinec je vybrán náhodně)
- Náhodný stratifikovaný výběr (populace je rozdělena do homogenních skupin podle jasného kritéria (např. region, velikost sídla); z těchto skupin jsou individuální respondenti vybíráni náhodně)
- Vícestupňový náhodný výběr (provádí se ve dvou a více krocích; nejprve jsou náhodně vybraná určitá přirozená seskupení a pak jsou náhodně vybraní individuální respondenti z těchto seskupení)

Výběrové techniky tedy jsou buď pravděpodobnostní (viz výčet výše), nebo na základě logického úsudku. K výběrovým technikám na základě logického úsudku řadíme kvótní výběr, účelový výběr, anketu nebo techniku sněhové koule. Kromě kvótního výběru je u těchto typů výběrů problematická reprezentativita.

Techniku sněhové koule využíváme zejména v kvalitativním typu výzkumu. V rámci této techniky výběru respondenty získáváme tak, že respondenti doporučují další potenciálně vhodné respondenty z okruhu svých známých. Dále můžeme použít samosběr prostřednictvím ankety nebo tzv. focused enumeration – cílený výpočet – např. při oslovování domácností v bytových jednotkách těsně přiléhajících jednotce vybrané náhodným výběrem.

V praxi nejčastěji využíváme techniku kvótního (záměrného) výběru a techniku náhodného (pravděpodobnostního) výběru – náhodnou procházku. V případě výzkumů interního fungování firem se uplatňuje také technika základního souboru, neboli vyčerpávající šetření.

Ted' když už tušíte, jakou technikou konstruuje svůj vzorek, potřebujeme ještě vyřešit otázku, kolik respondentů do našeho vzorku zahrnout. Obecně platí, že čím je vzorek větší, tím přesnější výsledky můžeme očekávat, a tím více můžeme zobecňovat získaná data na základní soubor. V praxi dochází ke konfliktu ekonomických a výzkumných zájmů. Čím je větší vzorek, tím je dražší sběr dat. Snažíme se vždy vytvořit co největší vzorek, jaký nám dovolují finanční možnosti zadavatele (a jeho tolerance k velikosti chyby).

Můžeme se setkat s dvojí formulací požadavku na míru reprezentativity: podle velikosti výběrového souboru, či podle velikosti směrodatné chyby (intervalu spolehlivosti). Na základě požadovaného intervalu spolehlivosti jsme schopni určit potřebnou velikost vzorku a naopak. Můžete si to vyzkoušet například v aplikaci Sample Size Calculator dostupné na <http://www.surveysystem.com/sscalc.htm>.

4.2 Kvótní výběr a vzorkování náhodnou procházkou

Jak již bylo řečeno, kvótní výběr imituje ve struktuře vzorku známé vlastnosti populace (je její miniaturou z pohledu několika rozhodujících „kvótních“ znaků). Kvótní znaky záleží na cílové skupině, v případě obecné populace půjde o věk, pohlaví, vzdělání, region, velikost místa bydliště, v případě obyvatel města nahradíme region a velikost sídla městskou částí. Dotazujeme-li univerzitní studenty, budeme vzorek konstruovat na základě informací o navštěvované fakultě, studijním oboru a ročníku.

V závislosti na zkoumané populaci také využíváme různé zdroje dat – u obecné populace jde o data z Českého statistického úřadu (údaje ze sčítání lidu a jejich pozdějších aktualizací). Zdrojová data bývají nejčastěji ve formě absolutních čísel, počtu, který vyjadřuje zastoupení toho kterého kvótního znaku. Před samotným výpočtem kvóty je často nutné slučování či rozdělování kategorií daných kritérií.

Nejčastěji používanými kvótními znaky jsou věk, pohlaví, vzdělání, velikost sídla a region (kraj). Kvótní výběr v praxi sestává ze dvou kroků: zaprvé jde o výběr tazatelů z databáze agentury, který je reprezentativní podle velikosti sídla a kraje; zadruhé jde o výběr respondentů tazatelem podle kvótního rozpisu, který obdržel; kvótní rozpis je vypočítán na reprezentativitu podle věku, pohlaví a vzdělání. Dodržení kvóty tak zajišťuje reprezentativitu podle pohlaví, věku a vzdělání (v souvislosti s výběrem tazatele také podle regionu a velikosti sídla).

Vzorkování náhodnou procházkou je aplikací stratifikovaného náhodného výběru. Je klasickou metodou osobního (face-to-face) dotazování používanou v sociálních vědách. Pokud všichni tazatelé přesně dodrží pravidla pro nalezení dveří, na něž zazvoní a pro výběr osoby, kterou v těchto dveřích budou dotazovat, bývá dosaženo vzorku, jenž splňuje požadavky nejvyšší reprezentativity.

Vzorkování náhodnou procházkou je metodou, vyžadovanou zejména zadavateli z akademické sféry či evropských institucí. Vzorkování náhodnou procházkou sestává z těchto šesti kroků:

1. Určení rozložení primárních vzorkovacích jednotek (PSU, Primary Sampling Unit) na základě reprezentativity podle velikosti sídla a regionu (např. z údajů ČSÚ – prvotní data jsou tedy shodná s výběrem kvótním).
2. Náhodný výběr jednotlivých PSU ze seznamu všech sídel, která svými parametry odpovídají konkrétním požadavkům (sídlo o určité velikosti v určitém regionu). Tazatelé jsou vybráni z databáze agentury po celé ČR tak, aby jejich struktura kopírovala strukturu PSU.
3. Výběr výchozího bodu v rámci PSU, kde tazatel začne vzorkovat náhodnou procházkou (např. křižovatka, budova); výchozí bod je vybrán buď náhodně agenturou, nebo záměrně tazatelem (s přihlédnutím k jeho znalostem konkrétního prostředí). Tazatelem vybraný výchozí bod podléhá schválení agenturou.
4. Stanovení pravidla vyhledání domácnosti respondenta – např. pravidlo tří a pravidlo pravé ruky (tj. tazatel se vydá z výchozího bodu po pravé straně ulice a navštíví každou třetí bytovou jednotku).
5. V takto náhodně vybrané domácnosti tazatel zjišťuje, zda v ní bydlí někdo z požadované cílové skupiny. Pokud bude v domácnosti žít více takových osob, respondent bude vybrán uplatněním pravidla posledních narozenin. Pokud tato osoba nebude v domácnosti přítomna, musí se tazatel do dané domácnosti vrátit ještě (zpravidla) 2x.
6. Realizace rozhovoru s vhodným náhodně vybraným respondentem.

Tazatel během vzorkování vyplňuje tzv. kontrolní list náhodné procházky, do nějž zaznamenává průběh náhodné procházky a výsledky kontaktů s navštívenými adresami/domácnostmi.

OTÁZKY



1. Označte správnou odpověď:
 - a. Náhodný výběr imituje ve vzorku známé i neznámé vlastnosti populace
 - b. Náhodný výběr neimituje ve vzorku známé i neznámé vlastnosti populace
 - c. Náhodný výběr imituje ve vzorku pouze známé vlastnosti populace
 2. Pojem populace označuje:
 - a. Soubor jednotek, o kterém předpokládáme, že jsou pro něj naše závěry platné
 - b. Soubor jednotek, které skutečně pozorujeme
 - c. Soubor jednotek na daném území státu
 3. Označte správnou odpověď:
 - a. Technika sněhové koule není metoda konstrukce výzkumného vzorku
 - b. Technika sněhové koule je typická pro kvalitativní výzkum
 - c. Technika sněhové koule se používá zejména v kvantitativním výzkumu
-

SHRNUTÍ KAPITOLY



V této kapitole jsme si vysvětlili, jak vybrat respondenty do svého výzkumu. Ukázali jsme si pravděpodobnostní výběrové techniky a také techniky výběru do vzorku na základě logického úsudku. Podrobněji jsme se seznámil s metodou kvótního výběru a metodou náhodné procházky. Víte také, jak souvisí velikost vzorku a velikost populace s tématem reprezentativity našich výsledků.

ODPOVĚDI



1a, 2a, 3b

5 FÁZE KVANTITATIVNÍHO VÝZKUMU: PROJEKT KVANTITATIVNÍHO VÝZKUMU

RYCHLÝ NÁHLED KAPITOLY



V této kapitole se podrobně podíváme na fáze kvantitativního výzkumu, který vždy začíná přípravou, a sice projektování výzkumu. Jak takový projekt výzkumu vypadá a jaké konkrétní kroky zahrnuje si detailně představíme. Projekt výzkumu je klíčový pro úspěch našeho výzkumu, zvláště v případě kvantitativního šetření. V této kapitole tedy společně projdeme krok za krokem od vymezení tématu, hlavní badatelské otázky a cílů, přes hypotézy a jejich operacionalizaci, až ke konstrukci techniky a vzorku a tzv. předvýzkum.

CÍLE KAPITOLY



Po prostudování kapitoly budete:

- *Znát jednotlivé fáze kvantitativního výzkumu*
 - *Vědět, jak napsat projekt kvantitativního výzkumu*
-

KLÍČOVÁ SLOVA KAPITOLY



Přípravná fáze výzkumu, realizační fáze výzkumu, závěrečná fáze výzkumu, projekt výzkumu, výzkumný problém, hypotéza, operacionalizace, pilotní studie, předvýzkum

5.1 Fáze kvantitativního výzkumu

Každé výzkumné šetření má tři fáze, a to přípravnou, realizační a závěrečnou. V přípravné fázi výzkumu tvoříme plán výzkumu nebo také někdy říkáme projekt výzkumného šetření. Je to strukturovaný dokument, který je přípravou na vstup do terénu. Je důležité ho co nejkvalitněji připravit, protože už přípravná fáze šetření rozhoduje o kvalitě našich dat na konci výzkumu. Projekt výzkumu obsahuje popis problémové situace a vymezení tématu, dále vymezení cílů plánovaného šetření, hypotéz a jejich operacionalizaci a samozřejmě také rozhodnutí o metodě a způsobu sběru dat. Všechny tyto kroky se detailně představíme v této kapitole.

V situaci, kdy máme pečlivě vytvořený projekt výzkumu, přechází tato přípravná fáze do fáze realizační. To znamená, že jsme připraveni jít sbírat data do terénu a tato data následně vyhodnocujeme a interpretujeme. Na fázi realizační pak navazuje fáze závěrečná, ve které přehledně zpracováváme výsledky našeho výzkumu, abychom je představili například zadavatelům nebo odborné veřejnosti. Závěrečná fáze výzkumu může mít podobu sepisování závěrečné výzkumné zprávy nebo také přípravy jednoduché prezentace.

Už ze druhé kapitoly víme, že kvantitativní šetření má tyto fáze výzkumu (Disman, 2000):

1. Formulace výzkumného problému nebo praktického sociálního problému
2. Formulace teoretické hypotézy
3. Formulace souboru pracovních hypotéz
4. Rozhodnutí o populaci a vzorku
5. Pilotní studie
6. Rozhodnutí o technice sběru informací
7. Konstrukce nástrojů pro tento sběr
8. Předvýzkum
9. Sběr dat
10. Analýza dat
11. Interpretace, závěry, teoretické zobecnění

K ZAPAMATOVÁNÍ



Když uvažujeme o výzkumu a plánujeme sepsat návrh výzkumného šetření, je dobré položit si několik základních otázek. Společně se studenty to trénujeme na semináři, aby získali hlubší pohled na téma, které je zajímavé a touží jej zpracovat v rámci výzkumu. Pokud už přemýšlíte o tématu výzkumného šetření, položte si tyto otázky:

- Jaké je vaše výzkumné téma nebo jaké jsou vaše výzkumné cíle?
 - Proč je téma vašeho výzkumu důležité?
 - Jaká je vaše výzkumná otázka?
 - Co literatura říká o vašem tématu výzkumu?
 - Jak budete postupovat při shromažďování údajů relevantních pro vaše výzkumné otázky? Jaké výzkumné metody hodláte použít?
 - Jaký je váš harmonogram pro různé fáze projektu?
 - Jaké jsou možné etické problémy spojené s vaším výzkumem?
 - Jak budete analyzovat svá data?
-

To jsou základní okruhy otázek, které směřují vaši práci na projektu výzkumu. Pojďme se podívat krok za krokem, jak můžete postupovat. Jak tedy začít s výzkumem?

5.2 Jak začít s kvantitativním výzkumem?

Začátek našeho bádání tématu orientují základní otázky tohoto typu: Co je již o této oblasti známo? Jaké pojmy a teorie jsou pro tuto oblast relevantní? Jaké výzkumné metody byly použity při studiu této oblasti? Existují nějaké významné kontroverze? Existují v této oblasti nějaké nezodpovězené výzkumné otázky?

Právě nezodpovězené výzkumné otázky mohou být příležitostí pro náš projekt, ale také pro naši badatelskou vášně a mohou tak významně přispět k doplnění poznání na poli sociálních věd.

Už ve druhé kapitole jsme se dozvěděli, že na začátku každého výzkumu stojí volba tématu. To musíme co nejprecizněji vymezit, aby nebylo příliš široké a také aby bylo odborné veřejnosti srozumitelné. Někdy tuto fázi nazýváme jako vymezení nebo popis problémové situace. Při vymezování každého tématu je totiž důležité vysvětlit, v čem jako badatel vnímáte problém a, a tedy i důležitost dané téma řešit. Popis problémové situace je ve skutečnosti analýzou situace s cílem zorientovat se ve zkoumané problematice. Zdroji informací mohou být rešerše odborných knih a časopisů, starší výzkumné zprávy, ale také internet (kde ovšem musíte pečlivě rozlišovat mezi různorodou kvalitou informací) nebo také diskuse se zadavatelem výzkumu (zadavatel obvykle přichází s nějakým předem vymezeným problémem, který řeší a k nalezení řešení

potřebuje výzkumná data). Zkoumaný problém (předmět výzkumu) by měl být jasně a srozumitelně formulovaný, teoreticky ukotvený a zasazený do širších souvislostí.

Na začátku se tedy neobejdeme bez rešerše literatury. Nezbytně se musíme seznámit s tím, kdo v daném tématu bádá a s jakým výsledkem. Téma je to nejširší, s čím do výzkumu vstupujeme. Při jeho vymezení se nám vyloupne hlavní badatelská otázka nebo chcete-li hlavní výzkumná otázka. Někdy jich může být více, ale doporučuji začít s jednou nebo maximálně dvěma. Badatelská otázka je hlavní otázkou, kterou si ve výzkumu klademe. Je dobré ji hned na začátku kriticky zvážit. Zvážit, jestli by mohla být dobrou badatelskou otázkou. K tomu nám mohou pomoci kritéria pro zhodnocení výzkumné otázky:

- Výzkumná otázka by měla být jasná
- Měla by být zkoumatelná
- Měla by mít nějaké spojení se zavedenou teorií a výzkumem
- Pokud máme více výzkumných otázek, měly by být vzájemně propojené
- Výzkumná otázka by měla umět originálním způsobem přispět k vědeckému poznání
- Neměla by být ani příliš široká (takže byste k jejich studiu potřebovali masivní grant), ani příliš úzká (takže nemůžete přiměřeně významně přispět ke své oblasti studia)

Tuto fázi jednoznačně provází studium odborné literatury a realizovaných výzkumů v daném tématu, a to nejenom na území naší země, ale také v širším mezinárodním kontextu (alespoň v základních obrysech). Poté, co jsme literaturu velmi podrobně prošli, můžeme začít sepisovat teoretická východiska naší studie. To si představte jako teorie, ve které vymezíte základní koncepty, se kterými do výzkumu vstupujete. Pomohou vám zejména při formulování hypotéz a následně jejich operacionalizaci. Jsou ale také důležité pro ujasňování si základních cílů výzkumu. Cíle výzkumu jsou stručným popisem toho, co hodláme výzkumem zjistit. Zpřesňují naše badatelské otázky, specifikují je. Podívejme se na příklad několika cílů z marketingového výzkumu, jehož zadavatel chtěl změřit efektivitu komunikační kampaně:

- Cíl 1: Zjistit znalost začátku a průběhu komunikační kampaně z pohledu jednotlivých cílových skupin (kdo kampaň zaznamenal, jaké prvky byly zaznamenány).
- Cíl 2: Zjistit míru porozumění jednotlivých cílových skupin obsahu reklamního sdělení (Jaké sdělení respondenti v reklamě identifikovali? Porozuměl mu? Případá jim relevantní).

- Cíl 3: Zjistit hodnocení obsahové složky komunikační kampaně jednotlivými cílovými skupinami (posouzení kreativity kampaně, líbivosti, důvěryhodnosti, přesvědčivosti atd.)
- Cíl 4: Zjistit znalost značky prezentované v kampani (spontánní znalost, podpořená znalost).

Pokud nám to výzkumně dává smysl ke každému cíli formulujeme hypotézu, tedy jasně vymezujeme, s jakými proměnnými do výzkumu vstupujeme, a jaké vztahy mezi nimi budeme proměřovat (míru souvislosti mezi zvolenou proměnnou A a proměnnou B). Na tuto fázi formulaci hypotéz navazuje jejich operacionalizace. Tento termín zní možná komplikovaně, ale v zásadě jde o překlad z teoretického jazyka do jazyka, ve kterém měříme. Operacionalizace znamená, že proměnné v hypotézách, které mají obvykle velmi teoretický charakter, zpracováváme do podoby konkrétních indikátorů daného jevu - do jednotlivých měřitelných znaků (otázek). Ptáme se: Jak daný jev můžeme měřit? Jak se můžeme respondentů šikovně zeptat, abychom skutečně měřili to, co zamýšlíme měřit? Výsledkem procesu operacionalizace je pak výzkumná technika, nástroj, pomocí kterého sbíráme data. Obvykle k daným zvoleným proměnným máme baterie konkrétních otázek v dotazníku, který mi daný jev proměřujeme.

K ZAPAMATOVÁNÍ



Operacionalizace je procesem, kdy zkoumaný problém postupně rozkládáme na jednotlivé stále konkrétnější stránky, které jsou pro jeho praktické řešení podstatné. Cílem je dostat se až k empiricky měřitelným hodnotám (stavům) vlastností jednotek objektu. Hodnoty (stavy) vlastností měříme v terénu pomocí znaků (proměnných). Cílem operacionalizace je konstrukce proměnných, které budou měřit (postihovat) hodnoty vlastností, které nás na zkoumaných jednotkách zajímají.

Řekli jsme si, že výsledkem procesu operacionalizace je konkrétní výzkumná technika, kterou sbíráme data. Už víte, že obvyklou dotazovací technikou v kvantitativním výzkumu je dotazník nebo standardizovaný rozhovor. Díky operacionalizaci proměnných v hypotézách, tak nakonec mám baterie konkrétních otázek pro respondenty k daným dílčím tématům. Máme hotový takzvaný “měřák”. Nezapomeňte, že je důležité, aby naše výzkumná technika byla co nejvíce validní a reliabilní.

Ve fázi konstrukce výzkumné techniky sběru dat je nezbytné také zvažovat, jakým způsobem budeme formovat náš výběrový soubor. Jaká bude jeho struktura a proč? Jak

budeme respondenty do našeho výzkumu vybírat (zvolíme záměrný nebo náhodný výběr)? Kde budeme dotazovat?

Někdy nemám dost přesných informací o populaci a tématu, které chceme sledovat. V takové situaci můžeme, jak už víte, využít tzv. pilotáž, která nám usnadňuje konstrukci co nejvalidnější výzkumné techniky.

DEFINICE PILOTÁŽE



Pilotní studie je prováděna na malé skupině vybrané z populace, kterou hodláme studovat. Technika tohoto kroku se podstatně liší od techniky, kterou hodláme použít ve vlastním výzkumu; nejčastěji zde používáme kvalitativní postupy (nestandarizovaný rozhovor). Cílem pilotní studie je zjistit, zda informace, kterou požadujeme, v naší populaci vůbec existuje a je dosažitelná (Disman, 2000, s. 121).

Ještě než výzkumnou technikou začneme sbírat data na celém vzorku, je dobré ověřit její funkčnost předvýzkumem. Je to takový test validity našeho nástroje. Předvýzkumem ověřujeme, jak otázkám respondenti rozumí a hlavně, jestli jí rozumí tak, jak zamýšlíme. Na základě zjištění předvýzkumu pak ještě můžeme výzkumnou techniku upravit do výsledné podoby.

DEFINICE PŘEDVÝZKUMU



Předvýzkum je opět prováděn na malém vzorku naší cílové populace; tento vzorek je však obvykle větší, než vzorek pro pilotní studii. Předvýzkum je testem nástrojů, které ve výzkumu hodláme použít. (Disman, 2000, s. 122)

Když zvažujeme jednotlivé fáze výzkumu, je důležité pracovat také s určitým časovým harmonogramem výzkumu, a také pokud připravujeme výzkum na zakázku s cenotvorbou (finančním rozpočtem výzkumu). Při tvorbě časového harmonogramu zvažujeme otázky

„kdy?“ a „co?“. V případě dotazníkového šetření jsou to fáze vytvoření dotazníku a konzultace se zadavatelem výzkumu (nebo školitelem), sběr dat, uložení dat, zpracování dat a vytvoření závěrečné zprávy nebo nějaké formy prezentace výsledků výzkumu. Při stanovování časového plánu je důležité zvážit také své technické dovednosti. Pokud nemáte dostatek praktických zkušeností s organizací výzkumných projektů, je dobré nechat si větší časovou rezervu. V případě realizace výzkumu na zakázku je klíčovou složkou cenotvorba. Realizace výzkumu je poměrně nákladná činnost. Do výpočtu ceny výzkumu obvykle zahrnujeme práci projektového manažera, dále čas strávený při tvorbě projektu a konstrukci výzkumného nástroje (dotazníku, scénáře rozhovoru). Dále tam započítáváme průběžnou komunikaci s klientem, ale také náklady spojené se sběrem dat (tisk dotazníků, jejich distribuce, eventuelně odměny tazatelům a někdy i respondentům), jejich analýzou (včetně ceny softwarového programu) a tvorbou závěrečné výzkumné zprávy.

OTÁZKY



1. Označte správnou odpověď:
 - a. V důsledku operacionalizace hypotéz získáváme indikátory daného jevu
 - b. Pilotní studie je totéž co předvýzkum
 - c. Předvýzkum dramaticky snižuje validitu výzkumu
 2. Označte správnou odpověď:
 - a. Hypotéza může být vztahová
 - b. Hypotéza nemůže být deskriptivní
 - c. Hypotéza je odvozená z teorie induktivně
 3. Označte správnou odpověď:
 - a. Pilotáž slouží k ověření validity výzkumné techniky
 - b. Předvýzkum slouží k ověření validity výzkumné techniky
 - c. Anketa slouží k ověření validity výzkumné techniky
 4. Fáze výzkumu rozlišujeme na:
 - a. Ideový plán, design výzkumu a projekt výzkumu
 - b. Přípravnou, realizační a závěrečnou
 - c. Projekt výzkumu, tvorbu závěrečné zprávy a prezentace
 5. Označte správnou odpověď:
 - a. Výzkumný problém je užší než cíl výzkumu
 - b. Cíl výzkumu je obecnější než výzkumná otázka
 - c. Výzkumná otázka je výsledkem vymezení tématu a výzkumného problému
-

SHRNUTÍ KAPITOLY



Ukázali jsme si, že projektování kvantitativního výzkumu je jasně strukturovaným procesem od vymezení tématu a formulace výzkumné otázky, cílů výzkumu, dále přes formulaci hypotéz a jejich operacionalizaci až ke konstrukci výzkumného nástroje dat a jeho otestování ještě před samotným sběrem dat na celém vzorku.

Dále ve studijní opoře se seznámíte s hlavními metodami sběru dat v kvalitativním výzkumu a také s jeho jednotlivými fázemi, zvlášť pak se zaměříme na projektovou fázi. Jak jsem zmínila v úvodu této kapitoly, kvalitní projekt výzkumu je nezbytným předpokladem pro kvalitní realizaci výzkumného šetření.

ODPOVĚDI



1a, 2a, 3b,4b,5c

6 HLAVNÍ METODY KVALITATIVNÍHO VÝZKUMU: KVALITATIVNÍ DOTAZOVÁNÍ

RYCHLÝ NÁHLED KAPITOLY



V této kapitole se seznámíme s hlavními metodami sběru dat v kvalitativním výzkumu. Na rozdíl od metod užívaných v kvantitativním výzkumu pracujeme obvykle s nestandardizovanými metodami. Jednou z nejobvyklejších metod je polostrukturovaný rozhovor. My si v této části studijní opory uvedeme i další typy kvalitativních rozhovorů, jako jsou narativní rozhovor nebo skupinový rozhovor, kterému říkáme focus group.

Realizace kvalitativních metod výzkumu vyžaduje značnou dávku talentu, odvahy, kreativity, ale také trpělivosti a tréninku. Určitě má smysl před realizací šetření zvážit, zda není vhodnější použít některou z kvantitativních metod sběru dat, už pro snazší a rychlejší způsob práce s daty po jejich sběru. Na základě studia této kapitoly a jejím porovnáním s předchozími budete moci zhodnotit, který z typů výzkumu více odpovídá vašemu naladění, schopnostem a dovednostem. Zásadní ale je, že jsou to téma a badatelská otázka, co obvykle rozhoduje o tom, zda využijeme kvantitativní nebo kvalitativní metody sběru dat. Do tohoto zvažování vstupují také pragmatické faktory, jako jsou čas a peníze. Teď už se ale pojdme zaměřit na kvalitativní metody sběru dat, které poskytují možnost získávání hloubkových informací.

CÍLE KAPITOLY



Po prostudování kapitoly budete:

- *Znát hlavní metody a techniky sběru dat v kvalitativním výzkumu*
- *Navrhnout scénář polostrukturovaného rozhovoru*
- *Znát další typy rozhovorů jako hloubkový rozhovor nebo focus group*

KLÍČOVÁ SLOVA KAPITOLY



Polostrukturovaný rozhovor, focus group, narativní interview, nestandardizovanost metod

6.1 Výzkumné situace vhodné pro kvalitativní zpracování a nestandardizovanost kvalitativního dotazování

Už jsme se naučili, že kvantitativní šetření je zaměřené na numerické, číselné, testování hypotéz odvozených z teorie. V kvalitativním výzkumu usilujeme o porozumění. Pozornost je věnována významům, které jsou přisuzovány jednání a které jsou brány v úvahu samotnými subjekty (Loučková, 2001, s. 46). Zjišťujeme tedy, jaké významy lidé sociální skutečnosti přikládají. Kvalitativní metodologie měla vždy blízko k perspektivě zaměřené na pochopení, lidé nejsou pouhými nositeli struktur, ale jsou aktivními tvůrci sociální, a tím strážci významného vědění, které je třeba pochopit zevnitř (Kaufmann, 2010: 29–30). Kvalitativní výzkum založený na technice dotazování má ve svém předmětu každodenní zkušenost aktérů s žitým světem (Kvale, 2000, s. 11).

V jakých výzkumných situacích kvalitativní výzkum použít? Shrnují to například Padgett (2008) nebo Strauss spolu s Corbinovou (1999). Kvalitativní přístup je vhodný, když například pracujeme s tématem, které není v literatuře dostatečně popsáno a chybí nám perspektiva aktérů, kterých se zvolené téma týká. Kvalitativní přístup je také velmi dobře uplatnitelný, když zvolíme téma, které je citlivé. Padgett uvádí hned několik zajímavých příkladů z témat, pro která je kvalitativní přístup vhodnější. Jedná se mnohdy o tabuizovaná témata, např. téma sebepoškozujících se mladých žen, téma adolescentů, kteří utíkají ze svých ortodoxních židovských domovů nebo etnografické studie kokainových dealerů, členů gangů, prostitutek/prostitutů či zlodějí aut. Tito respondenti by pravděpodobně nespolupracovali s běžnými formami výzkumu (Padgett, 2008). Pokud chceme zachytit životní zkušenost z perspektivy těch, kteří ji žijí, pokud se chceme dostat do black boxu jednání, nebo když se v kvantitativním výzkumu objeví skutečnost, kterou neumíme vysvětlit, je čas na kvalitativní šetření (Padgett, 2008)

V kvalitativním výzkumu můžeme najít hned několik přístupů ke sběru a analýze dat. Setkáte se s velmi rozmanitými přístupy, jako je etnografie, zakotvená teorie, případová studie, narativní přístup, fenomenologická analýza, action nebo participatory research (Padgett, 2008).

Jak je možné, že se kvalitativnímu výzkumu daří tak dobře porozumět žitému sociálnímu světu? Umožňují to nestandardizované metody sběru a analýzy dat. Dopředu nevycházíme z hypotéz, které by formovaly naše očekávání. Hypotézy ale mají svou roli i v kvalitativním výzkumu - zpravidla bývají na konci, až jeho výsledkem. Podobně jako v kvantitativním výzkumu, také kvalitativní badatel obvykle využívá techniku dotazování, je totiž klíčovou technikou, když chceme poznat sociální realitu (Silverman, 1985). Díky dotazování můžeme jednání zasadit do kontextu a lépe mu porozumět. Kvalitativní dotazování je tedy nestandardizované. Je ve srovnání s kvantitativním rozhovorem volné, otázky jsou často tvořeny interaktivně, přímo v situaci rozhovoru. Síla kvalitativního dotazování je v jeho otevřenosti (Kvale, 2000). V kvalitativním výzkumu se setkáte s velmi pestrá nabídkou typologie rozhovorů. Obvykle se setkáte s termínem hloubkový rozhovor nebo kvalitativní rozhovor, což odkazuje k otevřeným otázkám, které mají do hloubky prozkoumat respondentovu zkušenost s daným tématem.

K ZAPAMATOVÁNÍ



Kvalitativní rozhovory jsou tedy minimálně strukturované, ale nejedná se o úplnou improvizaci. Rozhovorem obvykle sledujeme klíčové oblasti studie. V zahraniční metodologické literatuře se obvykle vymezují tyto základní elementy kvalitativního rozhovoru:

- Nesměrování - kterého dosahujeme pomocí nestrukturovaných a polostrukturovaných otázek
- Specifičnost - rozhovor by měl odhalit specifické prvky, které určují dopad události na dotazované
- Rozsah - během rozhovoru jsou zmíněny všechny aspekty a témata relevantní pro výzkumnou otázku
- Hloubka a osobní kontext ukázaný dotazovaným

Herbert Rubin a Irene Rubin (2005) vymezují kvalitativní rozhovory jako konverzace - výzkumník jemně vede konverzačního partnera k široké diskusi, v rámci které se snaží o hloubku a detail ve vztahu k výzkumnému tématu. Kvale (2000) zmiňuje několik typů rozhovorů - factual interview, conceptual interview, narativní rozhovor, focus group, a zvlášť pak vyděluje tzv. confrontational interviews.

Další autoři (srov. například Arksey a Knight, 1999, nebo Padgett, 2008) nabízí typologii. Ta může vycházet například z výzkumného kontextu a sociálních skupin, na které se výzkumem zaměřujeme (dotazování v odlišných kulturách, dotazování dětí, elit...). Arksey a Knight (1999) na třech odlišných populacích (děti a adolescenti, lidé s poruchami učení a elity) ukazují, jak specificky probíhá dotazování ve speciálních výzkumných kontextech.

V kvalitativním výzkumu se můžeme setkat s tématy více emotivními a kontroverzními (jako jsou sexuální chování, zdraví a nemoc, domácí násilí, nezaměstnanost...). To velmi ovlivňuje, jakou metodu zvolíme, ale také jazyk. Když vytváříme jakýkoli kvalitativní rozhovor, je vždy potřeba vzít v úvahu, komu je určen, jaké cílové skupině, a tomu vždy jazyk rozhovoru přizpůsobit. Mám na mysli konkrétní jazykovou podobu vytvořených otázek.

6.2 Typy kvalitativních rozhovorů: polostrukturovaný rozhovor, hloubkový rozhovor, chápající rozhovor, narativní rozhovor, etnografický rozhovor

V kvalitativním výzkumu obvykle pro získávání dat používáme metodu rozhovoru, nejvíce obvykle pak v situaci tváří v tvář. V zásadě volíme mezi nestrukturovaným interview nebo polostrukturovaným (semistrukturovaným) interview.

DEFINICE



“Nestrukturované interview je metoda, která se vnějšími znaky podobá běžnému rozhovoru. Důraz při jejím použití bývá kladen na přirozenost konverzace, nenásilný průběh atd. Při nestrukturovaném interview nemáme dopředu vytvořený plán v podobě struktury, které bychom se pevně drželi. Obvykle nedefinujeme ani dílčí okruhy interview. Držíme se především hlavního tématu, které nás zajímá, a sledujeme jeho rozvíjení v kontextu definovaných výzkumných otázek. Není přitom důležité, zda se různých osob ptáme zcela stejně (otázky nemusí být zcela identické), ve stejném pořadí a

stejným způsobem. Dokonce nemusíme zcela přesně držet ani strategii vedení interview, a pokud zjistíme, že danému člověku vyhovuje spíše direktivnější, nebo naopak zcela nedirektivní styl, můžeme se přizpůsobit (Kvale, 1996). V podstatě lze říci, že na začátku nestrukturovaného interview přicházíme s velmi vágní představou o tom, jak interview bude probíhat, a jsme otevření tomu, přizpůsobit interview danému člověku a situaci. Máme však jasnou představu o tom, na jakou otázku hledáme odpověď a čeho tím chceme dosáhnout.” (Miovský, 2006, s. 157-158)

V metodologické literatuře se můžeme setkat s různými specifickými typy nestrukturovaného interview. Jedním z nich je narativní rozhovor. Narativní rozhovor vychází z vyprávění. Respondenta podněcujeme k tomu, aby vyprávěl. Mnozí autoři na poli metodologie zdůrazňují, že příběh má stále důležitější roli v sociálněvědním výzkumu (Squire, Andrews, Tamboukou, 2008). Vyprávění je způsobem, jak lidé organizují svoje porozumění světu, v příbězích vytvářejí smysl své minulé zkušenosti a sdílí tuto zkušenost s ostatními (Gibbs, 2007). “Pečlivá analýza témat, obsahu, stylu, kontextu a vyprávění příběhů tedy může odhalit porozumění klíčových událostí v jejich životech nebo komunitách a kulturní kontexty, ve kterých žijí.” (Gibbs, 2007, s. 56)

S užitím narativního rozhovoru v našem výzkumu se pojí očekávání, že perspektivu dotazovaného nejlépe odhalíme právě v příbězích, které respondenti vypráví svým spontánní jazykem. Proto je u narativního rozhovoru zvlášť důležitý jazyk (Bates, 2004). Narativní rozhovor je tedy zvláštní forma otevřeného, hloubkového rozhovoru, kdy respondenta povzbuzujeme k tomu, aby spontánně vyprávěl. Díky jeho vyprávění tak výzkumník získává nejen osobní životní prožitky respondenta, ale také i kolektivně-historické biografické události s jejich konkrétními situačními průběhy (Schütze, 1999).

K čemu mohou být narativní rozhovory vhodné, shrnuje Kvale (2000). Vyprávění může být životním příběhem respondenta (tzv. life history nebo biografické interview), může ale také odkazovat jen ke specifické epizodě nebo k průběhu jednání. Vyprávění ale také může být součástí společné historie, jde tedy za hranici osobní zkušenosti respondenta a pokrývá společnou historii, například generační (Kvale, 2000).

Hezkým příkladem narativního přístupu je autobiografie. Ta může vzniknout na základě narativních rozhovorů, ale také kombinací dalších metod, jako jsou osobní dopisy, deníky a tak podobně (Gibbs, 2007). Příběhem můžeme sdělovat novinky a informace ze svého života, příběhem ale také můžeme přesvědčovat, prezentovat se jako důvěryhodní. Příběhy jsou také způsobem, jak sdělovat psychologické potřeby, sdělovat svůj postoj (coming-out příběhy homosexuálů). Skrze příběhy utváříme a udržujeme svoji identitu (Gibbs, 2007).

PŘÍKLAD SEKVENCE NARATIVNÍHO ROZHOVORU



Tazatelka: Povykládej o tom, jak si prožil život na vesnici... Jaký je život na vesnici?

Respondent:

Tož život na vesnici, to je upně něco iného... dřív jaký byl, než jaký je teď, že... Třeba já jak jsem byl malý, jako malé děcko... tak... také hračky třeba jak sú dneska, to vůbec neexistovalo. My jsme sa zabavili tým, zahráli, že jsme si třeba na stůl v kuchyni přehodili deku nebo neco takého a to byl pro nás třeba stan nebo baráček, tam jsme si hráli. Dcéřky většinu s panenkama... to byla jediná hračka dřív, co byla pro dcérky, a pro nás plyšový medvěd' a nebo ještě takej bývaly dřív také dřevěné hračky... jak když třeba kuchyňka... a to jsme pod tým stolem, jako že jsme vařili, oběd dělali a všechno možné a nemožné... no a tak jsme sa jako děcka zabávali, dyž jsme byli menší...

Potom už jak jsme byli větší, tak to už jsme měli jiné hračky... to už sa udělaly hračky třeba, co jsme si hráli...třeba ovca a vlky... to samozřejmě sa načáralo na papír tvrdý... ovce sa udělaly z fazolí... vlci to sa zebralo figurky třeba... knoflíky nebo, co sa dalo...žádné kupované hračky nebyli jak dřív a dyž sme sa chtěli třeba zahrát' nějak jinak, třeba sportovně... třeba v zimě...jak teď je třeba zima... tak... lyže, to byly lyže dělané doma, takzvané bečkovice, kde bylo vázání na gumku od zavařeniny... lyžáky byly staré filcáky nebo gumáky... První moja hokejka byla takzvaný samorost, donesený z hory... to ně donésl ne tata, ale děda... vyřezál mě hokejku z toho, tak to byl takzvaný samorost... Brusle to neexistovalo... to byly největší... byly džeksny a nebo kačeny na klůček... to sa dalo na bárjaké boty, že a hokej sa hrál na cestě, to sa říkalo vratká cesta, kde jezdíja auta, že... tehdy přijelo jedno, maximálně dvě za celý deň, protože v dědině bylo jedno auto v Dolňansku a druhé v Horňansku měli Zádrapovi. To byly veškeré dvě auta, co byly... hokej a všechno možné, to sa hrálo na cestě... no a v létě sa hrálo třeba na takzvané dezertýry. To sa schovávali a hledali sa ti lidé... to sa po stodolách hrávalo a... nebo jsme si dělali všelijaké doskočiště v hoře, kde jsme trénovali atletiku... třeba do dálky... nebo já jsem si udělal doma pod oknama doskočiště do výšky... sa skákalo do výšky... stůl na tenis jsem si udělal... ze dřeva, sa hrál stolní tenis a ... všechno takové, že... a nebo když už jsme byli větší, tak to už sa skúšali všelijaké blbosti, naschvály dělat' druhým... třeba sa natřely u susedů kliky bár čím možným, okna, že... nebo sa vyřezala maska z bár čeho... z dyně nebo já nevím hen, z řepy, že... zabúchalo sa komsi večer na okno... postrašili sa a ti odvážnější... ti třeba aj voze tahali hen na střechy, že susedom...no a tož také nešváry sa dělávaly... a nebo jak byly třeba, já nevím, jak sa

stavily máje...zas ty máje kradly a přemísťovaly... No ale jako... takej, že...aby sa nekdo o nás, jako o děcka staral, to sa nestaral nikdo. Nebo tata ten jezdil na týden do práce a přijel dycky až v pátek. Mamka chodila každé ráno ve čtvrt na pět do Zbrojovky, přijela ve čtyři, že a... my jsme přišli ze školy... o nás sa nikdo nestarál, jsme sa sami učili všecko...

Narativní sekvence z hloubkového rozhovoru - úryvek z rozhovoru s mužem ve středním věku žijícím na valašské vesnici.

Zajímavý přístup k vedení kvalitativního rozhovoru nabízí metodologie tzv. chápatelického rozhovoru Jeana-Clauda Kaufmanna (2010). Tazatel se aktivně zapojuje do otázek, aby vzbudil zájem dotazovaného a při analýze obsahu se nevyhýbá interpretacím (Kaufmann, 2010). Je to zajímavý přístup, který nevyžaduje neutralitu tazatele (tak jak je tomu například u standardizovaného rozhovoru v kvantitativním výzkumu, kdy tazatel nesmí projevit souhlas, odsudek, ani překvapení, musí držet odstup a osobně se neangažovat). V případě chápatelického rozhovoru se můžeme respondenta snažit pochopit prostřednictvím soustředěného naslouchání, zájmu o jeho názory, ale také projevů empatie.

Uvedli jsme si, že v kvalitativním výzkumu se zpravidla rozhodujeme mezi využitím nestrukturovaného nebo polostrukturovaného rozhovoru.

DEFINICE POLOSTRUKTUROVANÉHO ROZHOVORU



“Polostrukturované interview je zřejmě vůbec nejrozšířenější podoba metody interview, neboť dokáže řešit mnoho nevýhod jak nestrukturovaného, tak plně strukturovaného interview. Polostrukturované (semistrukturované) interview vyžaduje oproti nestrukturovanému náročnější technickou přípravu. Vytváříme si určité schéma, které je pro tazatele závazné. Toto schéma obvykle specifikuje okruhy otázek, na které se budeme účastníků ptát. Obvykle je možné zaměňovat pořadí, v jakém se okruhu věnujeme, a dle potřeby a možností tedy toto pořadí upravujeme, abychom tím maximalizovali výtěžnost interview. (...) U polostrukturovaného interview tedy máme definované tzv. jádro interview, tj. minimum témat a otázek, které má tazatel za povinnost probrat. Máme tak určitý stupeň jistoty, že všechna tato témata probraná skutečně budou. Liší se tak obvykle pořadí, drobné nuance ve znění a stylu pokládání otázek apod. Na toto jádro se pak nabaluje množství různých doplňujících témat a otázek, které se tazateli

jevily jako smysluplné či vhodně rozšiřující původní zadání (případně tazatel použil pro motivaci účastníka nebo rozpuštění jeho tenze atd.).” (Miovský, 2006, s. 159-160)

Polostrukturovaný rozhovor tedy probíhá podle předem daného scénáře, ten je ale do značné míry flexibilní, protože základním znakem kvalitativního výzkumu je jeho interaktivita - interakce tazatel a respondent je klíčová a závisí vždy na různých kontextech (situační, kontext životní zkušenosti apod.).

K ZAPAMATOVÁNÍ



Uveďme několik shrnujících poznámek k přípravě scénáře kvalitativního rozhovoru:

- Vytvořte si určité pořadí v tematických oblastech, aby vaše otázky na ně plynuly přiměřeně dobře, ale buďte připraveni změnit pořadí otázek během skutečného rozhovoru.
- Formulujte otázky nebo témata rozhovorů způsobem, který vám pomůže odpovědět na vaši výzkumnou otázku.
- Neptejte se sugestivními otázkami.

Ted' když už umíme rozlišit mezi dvěma základními typy kvalitativních rozhovorů, ukážeme si také, jakými fázemi kvalitativní rozhovor zpravidla prochází. Fáze interview vymezuje přehledně Miovský (2006, s. 163-170): 1. přípravná a úvodní část interview, 2: vzestup a upevnění kontaktu, 3. jádro interview a 4. závěr a ukončení. V úvodní fázi je cílem navázat kontakt, dále také informovat respondenta o tom, co od něho očekávám, informovat ho o účelu rozhovoru a také stručně uvést základní informace o sobě. Je velmi důležité získat také v úvodní části souhlas s provedením interview. Tato fáze je důležitá pro získání důvěry. V roli tazatele se chováme co nejvíce přirozeně. Cílem další fáze rozhovoru je už z názvu vzestup a upevnění kontaktu. Hned ze začátku rozhovoru respondenti nejsou ještě připraveni pohodlně odpovídat na některé z citlivých či intimních témat, musíme pro ně nejprve vytvořit podmínky. V této části rozhovoru obvykle probíráme obecnější témata a méně citlivá. V této části se také snažíme naladit na respondenta, na jeho komunikační styl. Součástí této fáze je také motivovat respondenta,

aby dál pokračoval v rozvoru a ideálně jej dokončil. Pozvolna se přes fázi vzestupu dostáváme až k jádru rozhovoru, které tvoří hlavní okruhy otázek, na které je výzkum zaměřený. Jádro rozhovoru je souborem nejdůležitějších témat. Při vedení rozhovoru je důležité nepodcenit také závěrečnou fázi, aby respondent neměl pocit, že jsme ho využili pouze jako zdroj informací. Také je to důležité, abychom se ujistili, že jsme citlivá témata uzavřeli, a rozhovor může bezpečně pro respondenta skončit.

V souvislosti s dotazováním se v odborné literatuře zmiňuje, že interview s sebou nese mocenský asymetrický vztah, který je vhodné reflektovat – tazatel je vůči respondentovi v mocenské pozici - tazatel se ptá, respondent odpovídá. Tato asymetrie zvláště vystupuje v případě zjevného dotazování, kdy respondent ví, že je dotazován. Zkušenost s kvalitativním dotazováním ukázala, že je klíčové vytvořit vztah důvěry mezi tazatelem a respondentem, nezbytné je vytvoření důvěrného vztahu u témat, která mohou být pro respondenta citlivá (například otázka partnerských vztahů). Dříve tedy než přistoupíme k vlastnímu dotazování je potřeba věnovat čas a úsilí budování důvěry.

TIPY PRO KVALITATIVNÍ ROZHOVORY



- Se svými dotazy se co nejvíce předem seznamte.
- Pokládejte doplňující otázky na základě toho, co slyšíte.
- Vyhňte se sugestivním otázkám.
- Prozkoumejte problémy, ale nevyslychejte účastníka.
- Klidně nepochopte.
- Povzbuďte účastníky, aby sdíleli anekdoty a konkrétní zkušenosti.
- Nepřerušujte, ani se nesnažte konverzaci ovládat.
- Nebojte se smát a ocenit humor.
- Vyvarujte se toho, abyste se v následných rozhovorech stali neformálními a „vědomými“.
- Dělejte si poznámky, ale nenechte je rušit.

Ještě než se pustíte do realizace kvalitativního rozhovoru, projděte si tabulku níže a pomyslně odškrtněte důležité body přípravy na rozhovor.

CHECKLIST PŘED REALIZACÍ KVALITATIVNÍHO ROZHOVORU



Před realizací hloubkového rozhovoru zkontrolujte:

- Vymysleli jste jasný a komplexní způsob, jak účastníkům představit výzkum?
- Souvisí váš rozhovor zcela jasně s vaší výzkumnou otázkou?
- Otestovali jste scénář rozhovoru s některými vhodnými respondenty?
- Je váš jazyk v otázkách jasný, srozumitelný?

Podívejme se ještě podrobněji na téma konstrukce otázek.

JAKÉ OTÁZKY NÁM MOHOU POMOC V KVALITATIVNÍM DOTAZOVÁNÍ?



Při realizaci kvalitativního rozhovoru nám mohou pomoc specifické otázky, které pomáhají téma uvést a dál toto téma do hloubky rozvinout. Významnou úlohu v kvalitativním rozhovoru má také ticho, které dává respondentovi prostor pro přemýšlení a zároveň působí podpůrně - respondentovi dáváte najevo, že chcete, aby na otázku odpověděl. Uvedme několik specifických otázek, které vám mohou zvláště v začátcích realizace kvalitativního dotazování významně pomoci:

Úvodní otázky: "Proč jsi...?" nebo "Můžeš mi říct o...?" Prostřednictvím těchto otázek uvádíte téma.

Doplňující otázky: Prostřednictvím nich můžete upřesnit jejich původní odpověď. Otázky mohou zahrnovat: "Co jsi tím myslel...?" nebo "Můžete uvést více podrobností...?"

Průzkumné otázky: Můžete použít přímé dotazování, abyste sledovali, co bylo řečeno, a získali více podrobností. "Máte nějaké příklady?" nebo "Mohl byste říci více o...?"

Upřesňující otázky: Například "Co se stalo, když jsi to řekl?" nebo "Co řekl dále?"

Tlumočení otázek: "Myslíš to...?" nebo "Je to správně, že...?"

6.3 Kvalitativní skupinový rozhovor - metoda focus group

Velmi efektivní technikou v kvalitativním dotazování je focus group, skupinový rozhovor na předem dané téma. Skupinový rozhovor je vždy moderovaný zkušeným tazatelem, obvykle sociologem nebo psychologem, podle předem daného scénáře. Focus group obvykle realizujeme ve skupině 8 až 10 účastníků. Během výzkumu se realizuje několik focusových skupin, přesný počet záleží na povaze badatelské otázky, ale také na financích a času, který máme. Minimálně ale obvykle realizujeme dvě focus group.

Jak získáváme účastníky focus group? Pomocí tzv. rekrutace, tedy procesu, jehož výsledkem je nalezení respondentů. Využíváme k tomu různé výběrové metody. Mnohdy je účastníkům ve focus group také vyplácena finanční odměna, to především v marketingovém výzkumu, kde se této efektivní techniky sběru informací hojně využívá. Má ale své uplatnění také v aplikovaném nebo i základním vědeckém výzkumu. Dále v textu uvedu příklad scénáře takového rozhovoru, který jsme realizovali v mezinárodním výzkumu facebookových skupin. Při vedení tohoto rozhovoru obvykle pořizujeme audiovizuální záznam. Je možné focusovou skupinu uskutečnit také online, například přes platformu Zoom nebo podobné. Moderátor si obvykle při vedení focus group vede také poznámky. Záznam z tohoto rozhovoru je doslovně přepsán a společně i s poznámkami moderátora pak slouží jako zdroj analýzy dat. Analýzu realizujeme jako jsem zvyklí v kvalitativním přístupu s využitím některého software pro zpracování kvalitativních dat, což si vysvětlíme dále v příslušné kapitole.

Jednou z hlavních výhod focus group je její efektivita. V krátkém čase získáváme názory od více respondentů a ještě obvykle dochází k synergii. Respondenti na sebe v odpovědích reagují, navazují na sebe, vyměňují si pohledy na téma a vynořují se podněty, které ostatní dále rozvíjejí, promýšlejí a diskutují o nich. Moderátor diskusi facilituje tak, aby se diskuse posouvala dopředu. Výhodou focus group je využití skupinové dynamiky. Když se jí skutečně podaří využít, tak obvykle jdeme do hloubky tématu rychleji než v individuálním rozhovoru. Ne každé téma je ale vhodné pro zpracování metodou focus group. Jsou témata, u kterých je vhodné využít interakci jeden na jednoho (zvláště u velmi citlivých témat), u jiných zase je dobré využít zmiňované skupinové dynamiky a možnosti rozvinout téma ve skupinové interakci, jako například když zjišťujeme postoje a způsoby chování (například nákupní chování, chování v prostředí sociálních sítí apod.). Díky této metodě můžeme snadno přijít na motivaci aktérů k určitému typu jednání.

Při vedení rozhovoru používáme i různé asociační a projektivní techniky. Mohou to být volné asociace (Co se vám vybaví, když slyšíte, vidíte...?, Jaké představy a emoce ve vás vyvolává...?) nebo asociace se zvířaty, auty a tak podobně (Pokud byste si měli představit značku X jako auto, co by to bylo za značku? Jak staré by to auto bylo?

V jakém stavu? Jak o něj pečuje jeho majitel? Co se dá říci o jeho spolehlivosti?). Mezi typické projektivní techniky také patří různé typy bublinových testů nebo doplňování vět a textu (Na kávě je nejlepší...).

Dále v textu vám ukážu scénář focus group, který jsme realizovali v mezinárodním výzkumu facebookových skupin. V poslední kapitole se pak můžete dozvědět, jak výzkum dopadl, jaká zjištění přinesl. Kurzívou jsou označeny základní témata rozhovoru.

SCÉNÁŘ FOCUS GROUP VE VÝZKUMU FACEBOOKOVÝCH SKUPIN



úvodní otázka rozmlouvací a na význam

Pozvali jsme vás na setkání jako člena FB skupiny, co pro vás tato skupina znamená?

téma motivace

Vzpomenete si na moment, kdy jste se přidali ke skupině? Co vás k tomu vedlo? Proč jste se rozhodli ke skupině přidat?

Jaké jsou hlavní důvody vašeho členství ve skupině teď? Proč jste jejími členy?

Je vaše motivace pro členství ve skupině stejná jako byla na začátku?

jaký význam přikládají členství ve facebookové skupině

Jak byste popsali svoje členství ve skupině? Jak to vnímáte?

Co vám členství ve skupině přináší?

fungování ve facebookové skupině, aktivita na sítích a ve skupině

Jak jste aktivní ve skupině?

Cítíte se spíše aktivní nebo pasivními členy? Proč? Jak probíhá vaše obvyklá aktivita ve skupině?

Co přesně jako člen skupiny děláte? (Jestli lajkují, komentují, přidávají příspěvky, řeší problémy, ptají se apod., ověřují info... nebo spíše pasivně sledují apod.)

Jste členy i jiných skupin? Jste v nich více aktivní nebo je to podobné jako v této skupině?

Dalo by se říci, že jste aktivní obecně na sociálních sítích/FB?

identifikace se členy facebookové skupiny

Jak skupinu vnímáte? Cítíte se, že do ní patříte?

Je vám skupina něčím blízká? Co vás podle vás spojuje?

Vnímáte naopak nějaké rozdílnosti?

S jakou FB skupinou cítíte největší sounáležitost? Dají se tyto pocity nějak porovnat s pocity blízkosti v offline světě?

význam facebookové skupiny pro život

Dalo by se v nějakém ohledu říci, že je tato FB skupina součástí vašeho života? Jak to vnímáte?

Je skupina důležitá pro váš pracovní život? Jak?

Jaký význam má pro vás v osobním životě?

online a offline prostor, vazba

Cítíte se v online prostoru a ve FB skupinách v nějakém ohledu lépe než ve skupinách ve fyzickém prostoru, offline světě?

Vyhovují vám v něčem více nebo méně?

Jak jste spokojeni s životem v offline světě? Jak jste spokojeni se svými offline vztahy?

A jak vám vyhovuje online prostor?

způsob práce s informacemi

Jaké jsou hlavní důvody, pro které se pohybujete v prostředí sociálních sítí?

Hledáte na sítích primárně informace nebo tam trávíte čas z jiného důvodu (jsou např. spíše zdrojem zábavy)?

Jakým způsobem podle vás sociální sítě nabízí obsah, který sledujete?

Je členství ve FB skupině pro vás zdrojem informací, jak jsou tyto informace důležité vzhledem k jiným zdrojům/informačním kanálům?

Považujete členy FB skupiny za důvěryhodné?

Považujete informace z FB skupiny za důvěryhodné?

Jak pracujete s informacemi, které ve skupině získáváte? (Zda si ověřují info, zda sdílí neověřené info apod.)

Když narazíte na informace, které neodpovídají vašemu pohledu nebo tomu, co zatím o světě víte, jak obvykle reagujete?

Pokud vás téma zaujalo, nejspíše vás také potěší následující úryvek z realizace této focus group. Jedná se o část doslovného přepisu.

ÚRYVEK Z TRANSKRIPCE Z FOCUS GROUP



Tazatelka: Jak si myslíte, že ten Facebook funguje, jakým způsobem vám dává informace a jak s nimi nakládáte?

Petra: Čím víc na něco klikám, tím víc mi to Facebook zobrazuje, ve chvíli, kdy cokoli napíšu kamkoliv, tak okamžitě mám reklamy všude, a to i v Messengeru, pracuje absolutně se vším s veškerou mojí aktivitou a cílí mi reklamu.

Leku: Předpokládám právě, že jsem na příspěvky Lumpenkavárny nereagovala, tak se mi právě jako ztratily kamsi do pozadí, a skupina Malujeme akvarely se mi najednou objevuje často... ale samozřejmě nějak víc do hloubky nevidím.

Veronika: Taky to pozoruju, že když na něco neklikám, tak se mi to pak nezobrazuje, ale všimla jsem si, že mi na úkor těch přátel Facebook pořád postuje ty informace ze skupin, ale já bych si ty informace o přátelích přečetla mnohem radši, pak už si cíleně dám někoho do sledování, když chci, aby ty jeho příspěvky prostě byly, nebo jsem si ztišila příspěvky některých skupin a od té doby jsem je už neviděla, protože mě nenapadne si napsat jejich jméno do vyhledávače, vlastně pak ani nevím, že v té skupině jsem.

Michal: Já jsem schválně takto v některých skupinách, které neprezentují můj názor, ale jenom proto, abych viděl tu druhou stranu, prostě mě zajímá argument té druhé strany, jak si ho obhájí, nevím, myslím, že sleduju Smer nebo Fica, něco takového... když je něco, co teď víc sleduju, tak mi Facebook začne sám navrhovat podobné skupiny nebo příspěvky jiných skupin, které si Facebook myslí, že mě budou zajímat, takový Spotify na příspěvky, to co se líbí jiným lidem, kteří mají podobné zájmy jako já, tak by se mělo líbit i mně, tak mi to tam ukazuje a chce, abychom se více přidávali do těch skupin, protože nás tam chce udržet co nejdéle, aby nám mohl ukázat více reklamy.

Tazatelka: Považujete informace z Facebooku a hlavně informace z této skupiny za důvěryhodné?

Veronika: Nee, tak za mě absolutně ne, беру to jako čistě pro pobavení, jo někdy se tam vyskytne zajímavá informace, člověk si to potom třeba dohledá jinde, ověří, ale většinou ne, fakt ne. Pokud je to něco, co mě zajímá natolik, abych tomu věnovala čas, tak si to najdu na Google, snažím se najít nějaké jiné zdroje, ale často se to nestává, já opravdu ty skupiny, celkově Facebook používám spíš pro zábavu, pro to vypnutí, takže nějak nad tím zas tolik nepřemýšlím. Pokud narazím na něco, co nekoresponduje s mým názorem, tak většinou zruším sledování.

Verča: Já jsem se teda taky podívala, v jakých skupinách jsem a je jich celkem osmnáct, tak to je asi docela trapný, to je docela málo, dvě třetiny jsou kultura, třeba Kultura v Olomouci, galerie v severních čechách a tak, to jsou pro mě naprosto jako důvěryhodný informace, věřím tomu, že když tam někdo dá, že bude nějaký koncert, tak s tím nějakým způsobem počítám, většinou mi to ještě odkáže na událost, ale co se týká toho politického dění, tak já vlastně nevím, jestli si to nějak výrazně ověřuju, jestli tomu věřím, nevím, jak to dělám, nějak jako intuitivně, nemám na to žádný racionální mechanismus, a nemůžu říct, že jim úplně nevěřím a že si řeknu, to si musím někde ověřit, ani nemůžu říct, že bych jim slepě věřila, nedokážu na to jednoznačně odpovědět. Zatím si myslím, že mi to funguje, ale já tam nejsem moc dlouho, vzhledem k mému věku, tam zas tak dlouho ani nebudu, takže mě doufám, že mě fake news tolik ten život nezkazí. Co jediný jsem teďka nedávno zaregistrovala kolem corona, s tím, že kdo ten virus mezi nás teda jako rozeslal, že to byl Bill Gates, aby zreguloval počet lidí na planetě, a to mě jako velmi pobavilo, že jsem si říkala, že tím pádem by teda bylo míň uživatelů Windows, že jo, tak to se mi zdálo jako nějaká blbost, to je trochu hyperbola, to si dělám teďka srandu... ale nedokážu to jako říct... zatím se mi teda nestalo, že bych na něco jako naletěla, to víc naletím těm zprávám na Messengeru od mého syna, ten mě dostane vždycky.

Petra: Já jsem si teďka projela feed té Lumpenkavárny a zjistila jsem, že většinu těch příspěvků sleduju jinde, že jako kromě Forum24, které jsem přestala sledovat, protože mě to už iritovalo, že už mi to přišlo neobjektivní, hodně jakoby zatěžkané, i když to hrálo do

noty mému názoru, tak jsem to přestala sledovat, ale jinak jsou tam věci z Aktuálně.cz, iRozhlasu a tak, z věcí, které vlastně sleduju, takže pokud bych měla odpovědět, tím, že tam člověk sdílí něco, co já si rozkliknu a můžu si pak ověřit, tak je to jako za mě v pohodě, nepřemýšlím nad těma lidma, kteří to tam dávají, jako moc do hloubky, ale co se týče obecně věcí, když mi něco nesedí, tak stejně jak to bylo s tou zprávou o tom Billu Gatesovi, tak já dost jako vycházím z toho... nevím, trošku jako věřím v to, že mám nějaký přehled, takové ty úplně fake news přecházím jako kdyby se mě vůbec netýkaly, spíš jde o to, že někdy v mém blízkém okolí se najde někdo, kdo třeba tomu věří a já si pak musím dávat práci s tím to jako vyvracet pomocí článků a podobně, takže nad tím strávím potom hrozně moc času a chápu to, proč to spousta lidí nedělá, že o tom ani neví, že to má dělat a tak... ale tam kde... třeba to Forum24, tam mě ten tón a způsob prezentace začal jako obtěžovat, tak jsem to prostě přestala sledovat, a ulevilo se mi. Nejdu úplně cíleně do skupin, do těch protiproudů, třeba spousta kamarádů má zalajkovaného Babiše, a mně to vlastně přišlo, že já ho přece nemůžu mít zalajkovaného, když ho jako nemám ráda, že jo, ale zase na druhou stranu, to možná není marné... ale zase ono je toho tolik v těch komentářích pod tou Českou televizí a pod Českým rozhlasem, že já si myslím, že mně to asi úplně stačí, ty druhé názorové proudy, že je to dost pestré i bez toho, aniž bych si pro ně musela ještě někam chodit. A když mi něco nepříjde, tak si to jako ověřím, samozřejmě.

Ještě před realizací skupinového rozhovoru je dobré odpovědět si na několik základních otázek.

CHECKLIST PŘED REALIZACÍ SKUPINOVÉHO ROZHOVORU



Vymysleli jste jasný a komplexní způsob, jak účastníkům představit výzkum?

Umožňují vám otázky nebo témata, která jste si vymysleli, odpovědět na všechny vaše výzkumné otázky?

Je váš jazyk v otázkách jasný a srozumitelný?

Jsou vaše otázky relevantní pro lidi, kteří se účastní fokusní skupiny?

Byla vaše otázka navržena tak, aby povzbudila skupinovou interakci a diskusi?

Vymysleli jste strategii, jak se vypořádat s tichem?

Vymysleli jste strategii, jak jednat s účastníky, kteří hodně mluví?

Vedle technik dotazování, můžeme v kvalitativním výzkumu použít také nestandardizované pozorování. Někdy je také dobré několik metod kombinovat, to se uplatňuje například v etnografickém výzkumu. V této souvislosti ještě zmíním speciální typ rozhovorů uplatňovaných v etnografickém výzkumu, a sice etnografické rozhovory. Je to specifický typ kvalitativních rozhovorů, kdy se tazatel i dotazovaný znají a už někdy předtím spolu hovořili, nejsou plánované, ale improvizované během výzkumníka pozorování a obvykle zaměřené na specifická témata (Gobo, 2008). Jsou to takové přátelské konverzace (Spradley, 1979).

ZÁPIS V TERÉNNÍM DENÍKU Z ETNOGRAFICKÉHO VÝZKUMU VALAŠSKÉ DĚDINY



Když zjistila [obyvatelka místní části Valašská Lhota], že chci psát o Zafúkané, reagovala velmi expresivně: tož to ste si! [ve smyslu, že jsem si teda dala]. Zmínila, že jsou tam zvláštní lidé, s jinou mentalitou, jako by odtrženost, život na kopci v jiných podmínkách tvaroval jejich rázovitost. Zmínila také, že k Zafúkané patří jen správně. Lhocané sú Lhocané a Zafúkaňané zas Zafúkaňané. Zeptala jsem se jí, co Zafúkaňané mají společného s Lhocanama. Zafúkaňané chodí na obec (kvůli poplatkům), my tam na vycházky a obec se to tam snaží udržovat. (...) Říká, že dědina je to správně jedna, ale Zafúkanou a Lhoty popisuje jako dva vzdálené světy. Oni si neřeknou, že jsou Lhocani, oni jsou Zafúkaňani. Zafúkaná ... to je úplně mimo.

(Terénní deník, etnografický rozhovor s Lhocankou)

Zeptala jsem se [šedesátnice z místní části Valašská Lhota], jestli jsou se Zafúkanou jedna dědina. Tak to skoro vypadá, že jsme jedna dědina... například hlášením obecního úřadu, hlásí tady i tam, kdo umřel... Zafúkaňané, když něco potřebují, chodí sem [na obecní úřad]... já ani nevím, jakým způsobem se oni k nám připrdli [kdy se správně připojili k Valašské Lhotě]. Ukazuje mi brožurku. Tam je cosi o té Zafúkané, jak se k nám připrdli. Ptám se, jak hodnotí, že se spojili v jednu obec. Mně je to jedno, já když je potkám v obchodě, tak jich pozdravím. (...) Být Lhocan, to je jiné, jak být Zafúkaňan... já su zvyklá tady... já moc s tyimi Zafúkaňanami...

(Terénní deník, etnografický rozhovor s obyvatelkou místní části Valašská Lhota)

OTÁZKY



1. Označte správnou odpověď:
 - a. Nestrukturovaný rozhovor obsahuje úvodní část, jádrovou a závěrečnou
 - b. Polostrukturovaný rozhovor obsahuje úvodní část, jádrovou a závěrečnou
 - c. Strukturovaný rozhovor obsahuje úvodní část, jádrovou a závěrečnou
 2. Označte správnou odpověď:
 - a. Narativní rozhovor je vystaven na vyprávění respondenta
 - b. Základním typem kvalitativního rozhovoru je strukturovaný rozhovor
 - c. Úvodní část rozhovoru obvykle obsahuje klíčová témata rozhovoru
 3. Které z tvrzení nejlépe vystihuje chápající rozhovor?
 - a. Tazatel se aktivně nezapojuje do rozhovoru, ale aktivně naslouchá a snaží se respondenta co nejlépe pochopit
 - b. Tazatel se aktivně zapojuje do rozhovoru, aby vzbudil zájem dotazovaného a při analýze obsahu se nevyhýbá interpretacím
 - c. Tazatel se snaží aktivně respondenta povzbuzovat k vyprávění, a přitom nesděluje svůj názor
 4. Focus group
 - a. Je metoda tvoření otázek ve skupinovém rozhovoru
 - b. Je metoda výběru respondentů do skupinového rozhovoru
 - c. Je metoda vedení skupinového rozhovoru
 5. Označte nesprávnou odpověď:
 - a. Etnografický rozhovor se dá označit jako přátelská konverzace
 - b. Etnografický rozhovor je improvizovaný, obvykle součástí pozorování v terénu
 - c. Etnografický rozhovor je typ rozhovoru, který realizujeme ve specifické etnografické oblasti
-

SHRNUTÍ KAPITOLY



V této kapitole jsem se seznámili s hlavními metodami sběru dat v kvalitativním výzkumu. Na rozdíl od metod užívaných v kvantitativním výzkumu jsou nestrukturované nebo polostrukturované. Jednou z nejobvyklejších metod, kterou v kvalitativním výzkumu využíváme, je polostrukturovaný rozhovor. Dozvěděli jste se také o specifickém druhu nestrukturovaného rozhovoru - narativním rozhovoru, jehož hlavní část tvoří příběh. Někdy ve výzkumu pracujeme také s velice efektivní metodou focus group, kterou je vhodné využít všude tam, kde je dobré pracovat s dynamikou skupiny a jejím synergickým efektem. Kvalitativní přístup a metody sběru dat jsou velmi vázané také na osobnostní charakteristiky výzkumníka a jeho znalosti a dovednosti. Pokud se rozhodnete pro kvalitativní dotazování je dobré trénovat způsob ptaní, který respondenty nenavádí, ale naopak mu dává prostor vyjádřit to, jak chápe svět, který svou činností utváří.

ODPOVĚDI



1b, 2a, 3b, 4c,5c

7 FÁZE KVALITATIVNÍHO VÝZKUMU A DESIGN KVALITATIVNÍHO VÝZKUMU

RYCHLÝ NÁHLED KAPITOLY



V této kapitole si představíme jednotlivé fáze kvalitativní studie, budeme se tedy věnovat designu kvalitativního výzkumu, specificky pak jeho přípravné (projektové) části. Podobně jako v kvantitativním výzkumu i v kvalitativním bádání postupujeme krok za krokem přes poměrně přesně vymezené fáze, hranice mezi nimi jsou ale volnější. Celkově je pro kvalitativní přístup totiž typická vysoká flexibilita. Kdykoli vstupujeme do terénu, reflexivně zpracováváme, co se nám v datech ukazuje, a to může významně proměňovat například i způsoby, jakými data získáváme. Dokonce i v situaci, když už sbíráme data, můžeme proměnit charakter výzkumné otázky.

Součástí kapitoly bude také stručné uvedení základních typů kvalitativních designů. Hluběji si představíme design šetření založený na kvalitativním dotazování a metodologii etnografického terénního šetření.

CÍLE KAPITOLY



Po prostudování kapitoly budete:

- *Znát jednotlivé fáze kvalitativního výzkumné projektu (design studie)*
- *Vědět, že existují různé typy designu kvalitativního šetření*

KLÍČOVÁ SLOVA KAPITOLY



Projekt kvalitativního výzkumu, design studie, ideový plán, designování, transkripce, design studie založený na dotazování, etnografické terénní šetření

7.1 Fáze kvalitativního výzkumu

Ve druhé kapitole jsme si ukázali, že před každým výzkumem musíme nejprve vytvořit plán nebo projekt výzkumu. Někdy také v kvalitativní metodologii říkáme design studie. Nejprve musíme zformulovat výzkumný problém, provést orientační teoreticko-kritickou analýzu stavu výzkumu v dané oblasti, vypracovat ideový plán výzkumu, vyzkoušet si potenciálně sporné věci a případně přehodnotit ideový plán (Miovský, 2006). Ideový plán obsahuje teoretický rámec výzkumu, formulaci výzkumného problému a z něj vycházející výzkumné otázky, metody získávání dat, včetně popisu zamýšleného výzkumného vzorku (velikost, vlastnosti, dostupnost cílové populace), metody zpracování a analýzy dat, časový plán.

Podobně o tom uvažuje Kvale (2000), který ukazuje, jak kvalitativní přístup založený na dotazování prochází sedmi fázemi:

1. Proč a co by mělo šetření objasnit
2. Plánování – designing
3. Dotazování
4. Transkripce získaných dat
5. Fáze analýzy dat
6. Verifikace, fáze zaměřená na zjištění validity, reliability a generalizaci získaných dat
7. Referování o výsledcích

Připomeňme si ještě, že kvalitativní šetření založené na dotazování se pokouší rozumět světu z pohledu jeho subjektů, pokouší se vyložit významy lidské zkušenosti. Předmětem kvalitativního šetření založeného na technice dotazování je tedy každodenní zkušenost s žitým světem a kvalitativní dotazování je citlivá a silná metoda zachycující zkušenost a významy subjektů každodenního světa (Kvale, 2007).

Pojďme se společně s Kvalem (2007) podívat podrobně na jednotlivé fáze kvalitativního šetření založeného na dotazování. Na začátku výzkumného šetření je nutné formulovat účel studie a téma, tedy proč a co by mělo šetření objasnit. S ohledem na výzkumné téma je dále nutné promyslet otázku jak, jakými metodami a technikami dotazování a analýzy dat bude téma nejlépe zpracovatelné. Druhou fází je plánování – designing. Studie se načrtává způsobem, který má podle Kvaleho vzít v úvahu nejen to, že chceme dosáhnout zamýšlených výsledků, určitého vědění o problému, ale také

morální implikace studie, což je zvláště důležité pro výzkumná šetření v kontextu sociální práce. Na tuto skutečnost upozorňuje také například Padgett (2008), když píše, že v souvislosti s výzkumem v sociální práci, který je orientovaný na změnu, na zlepšení životní situace, je nutné brát v úvahu hodnoty a sociální zodpovědnost v kvalitativním výzkumu. Sociálně-odpovědný, stejně jako etický přístup, znamená být citlivý k odlišnosti (gender, sociální třída, věk, etnicita a sexuální orientace), ale zahrnuje mnohem více. Znamená, že se vyvarujeme způsobování škod v oblasti, která je našim výzkumným terénem (týká se to například způsobování emoční nestability atp.). Sociálně-odpovědný přístup také znamená, že do analýzy dat vstupuje znalost širšího kontextu a struktur problému.

Třetí fází je pak samotné dotazování. V souvislosti s dotazováním se v odborné literatuře zmiňuje, že interview s sebou nese mocenský asymetrický vztah, který je vhodné reflektovat – tazatel je vůči respondentovi v mocenské pozici - tazatel se ptá, respondent odpovídá. Tato asymetrie zvláště vystupuje v případě zjevného dotazování, kdy respondent ví, že je dotazován. Zkušenost s kvalitativním dotazováním ukázala, že je klíčové vytvořit vztah důvěry mezi tazatelem a respondentem, nezbytné je vytvoření důvěrného vztahu u témat, která mohou být pro respondenta citlivá (například otázka partnerských vztahů). Dříve tedy než přistoupíme k vlastnímu dotazování je potřeba věnovat čas a úsilí budování důvěry. V kontextu nezbytnosti vytvoření vztahu důvěry vystupuje do popředí nutnost osobnostních kvalit výzkumníka, jejichž důležitost zmiňuje Padgett (2008). Úspěch kvalitativní studie je závislý na osobnostních kvalitách výzkumníka, stejně jako na jeho intelektuálních schopnostech. Pro kvalitativní výzkum jsou nezbytné talent, ale také dovednosti/schopnosti. Padgett (2008) popisuje schopnosti, jako jsou flexibilita, sebereflexe a schopnost souběžného zpracování úloh, zásadní se také ukazuje schopnost pozorovat a schopnost interpersonální komunikace. Z interpersonálních dovedností Padgett podtrhuje empatii a senzitivitu, zvláště ale také zvýznamňuje smysl pro humor a umění smát se. Tato dovednost je klíčová pro schopnost vytvářet vztahy, zvláště může usnadnit získání důvěry u respondenta. Velmi důležité jsou také schopnost konceptuálního a abstraktního myšlení, schopnost vytvářet nové perspektivy, přičemž je zásadní, že formulování myšlenek a rozvíjení konceptů a teorií závisí na schopnosti psát, dále Padgett (2008) jmenuje schopnost spolupráce a z odborného hlediska především schopnost interpretovat data v kontextu teoretické citlivosti. Vraťme se ale ještě na chvíli k samotnému dotazování. Kvale (2000) zmiňuje, že obecně by měl tazatel za explicitní formulaci dotazovaného postřehnout jeho nevyslovené (implicitní) sdělení, zjistit, co je jeho obsahem, a získat od respondenta potvrzení nebo nepotvrzení výzkumníkovy interpretace respondentova sdělení.

Jak uvádí Kvale (2000), kvalitativní interview je zpravidla polostrukturované se sekvencí témat, která mají být objasněna, přesto je kvalitativnímu dotazování vlastní

neustálá otevřenost vůči změně sekvence otázek a jejich formy za účelem následovat odpovědi a příběhy vyřčené během rozhovoru. Při vytváření otázek je nutné vzít v úvahu také jejich jazykovou podobu, která musí být přizpůsobená cílové skupině a účelu výzkumu. Otevřená povaha kvalitativního šetření založeného na interview umožňuje produkci nového vědění, ale může znamenat problémy v pozdější komparaci a analýze rozhovorů.

Při realizaci výzkumného šetření založeného na dotazování se nabízí se obvyklá otázka, kolik rozhovorů je nutné získat. Je nutné provést tolik rozhovorů, aby bylo možné dosáhnout teoretické saturace, tedy stavu, kdy další získávaná data z rozhovorů už nebudou přispívat k lepšímu porozumění problému.

Další fází výzkumného šetření založeného na kvalitativním dotazování je transkripce získaných dat z jejich orální podoby do podoby textu, jedná se o přípravnou fázi vzhledem k následné analýze získaných dat. Transkripce dat významně vstupuje do následné fáze – fáze analýzy dat, proto je nutné k transkripci přistupovat zodpovědně. Rozhodnutí o metodě analýzy dat je rozhodnutím v počátku výzkumného šetření, kdy stanovujeme vhodnou metodu sběru dat. Metoda sběru i analýzy dat je závislá na tématu a účelu studie.

Šestou fází kvalitativního výzkumného šetření založeného na dotazování je verifikace, fáze zaměřená na zjištění validity, reliability a generalizaci získaných dat. Jako poslední fázi Kvale (2000) zmiňuje referování o výsledcích. Jak už víme z první kapitoly, to může být podobu závěrečné výzkumné zprávy nebo také přehledné prezentace.

V následující podkapitole se budeme podrobně věnovat plánu výzkumu neboli designu kvalitativní studie.

7.2 Design kvalitativní studie, typy kvalitativních designů

Jak uvádí Miovský (2006), na počátku každé výzkumné studie stojí ideový plán a myslí tím myšlenkovou skicu zamýšleného výzkumu. Ve své učebnici kvalitativního výzkumu podrobně ideový plán vymezuje.

DEFINICE IDEOVÉHO PLÁNU



“Je základním náčrtem toho, co se autor domnívá, že je třeba zkoumat (formulace výzkumného problému), a z jakého důvodu považuje formulovaný výzkumný problém za významný (zdůvodnění významu artikulovaného výzkumného problému). Na to pak úzce

navazuje vymezení teoretických východisek, zdrojů dat a celkového metodologického rámce zamýšlené studie.” (Miovský 2006, s. 87)

Ideový plán by měl obsahovat (Miovský 2006, s. 88):

- Formulaci výzkumného problému a z něj vycházející výzkumné otázky
 - Zdůvodnění významu a smyslu řešit daný výzkumný problém
 - Popis teoretického rámce výzkumu
 - Metody získávání dat, včetně popisu zamýšleného výzkumného vzorku (velikost, vlastnosti, dostupnost cílové populace...)
 - Metody zpracování a analýzy dat
 - Přibližný časový plán
-

Pojďme se ještě hlouběji seznámit s jednotlivými fázemi výzkumu (Miovský 2006). Na začátku každého bádání musíme definovat, co považujeme za problém. Takto na úvod studie formulujeme výzkumný problém, ze kterého pak vychází výzkumná otázka, což je základní otázka, na kterou výzkumem hledáme odpověď. Pokládáme ji jasně a v případě kvalitativního výzkumu máme na paměti, že se k ní můžeme kdykoli vrátit a přeformulovat ji, zpřesnit a to na základě toho, jak postupujeme ve výzkumu dál. Obecně kvalitativní výzkum má značně reflexivní charakter. Jednotlivé fáze netvoří nutně sekvenci jednoho kroku za druhým ve smyslu, že na první navazuje druhá, po druhém třetí a atka dále. Kdykoliv se můžete do jakékoliv fáze vrátit a upravit ji i podle toho, jaká data se nám ve výzkumu objevují. Když máme formulovaný výzkumný problém a výzkumnou otázku tvoříme takzvaný teoretický rámec. To je obdobou teoretických východisek v kvantitativním výzkumu. V kvalitativním výzkumu, ale z teorií nevycházíme ve smyslu konstrukce hypotéz. Téma máme pouze zarámované a ohraničujeme tak, v rámci jakých teoretických zdrojů se pohybujeme.

Tento ideový plán je součástí projektu výzkumu, někdy také říkáme designu studie. Jeho první fází je mapování - cílem je získat základní orientaci v tématu. Výsledkem je pak formulace výzkumného problému. Důležitou součástí této fáze je vymezení, jaký přínos výzkum může mít a jak je téma aktuální. Na tuto fázi navazuje teoreticko-kritická analýza stavu poznání. To si představte jako přehled dostupné literatury k danému tématu, včetně internetových zdrojů, odborných článků, sborníků, monografií, výzkumných zpráv a tak podobně. Výsledkem této analýzy je přesné vymezení cílů výzkumné studie - vymezíme stručně a jasně, čeho chceme naší výzkumnou prací dosáhnout. Když máme hlavní cíle studie, navážeme popisem metod (v odborné literatuře také nazývaný jako metodologický rámec). Tento popis metod by měl obsahovat vysvětlení, proč volíme danou metodu výzkumu a jak vybíráme respondenty do výzkumného souboru (jakou

techniku výběru volíme). Součástí projektu je také návrh metody analýzy dat a zdůvodnění, proč zvolím takovou metodu analýzy. O metodách analýzy si více řeknem v následující kapitole. Někdy je součástí projektu výzkumu také diskuse nad případnými etickými problémy, který se snažíme vždy předcházet. Podobně jako v případě kvantitativního výzkumu musíme také zvážit časový harmonogram a finanční plán.

V odborné literatuře se můžete setkat s různými designy kvalitativních studií. Miovský (2006) mezi základní typy výzkumů v kvalitativním přístupu řadí například případové studie, analýzu dokumentů, terénní výzkum nebo kvalitativní evaluaci. V zahraniční metodologické literatuře se můžete seznámit ještě s jiným pohledem na typy výzkumných designů. Padgett (2008) uvádí mezi základní perspektivy zakotvenou teorii (která je zároveň i analytickou metodou a seznámím vás s ní v následující kapitole), etnografií, případovou studii, ale také například fenomenologickou analýzu a tak podobně.

Jako jeden z příkladů výzkumného designu uvedu terénní výzkum, specificky pak etnografický terénní výzkum. V následující kapitole si pak ještě představíme zakotvenou teorii.

Termín terénní výzkum odkazuje na výzkumníkovu kontinuální přítomnost ve výzkumnickém poli, terénní šetření je v opozici vůči metodologiím „sebrat a běžet“ (Gobo, 2008). Příkladem terénního výzkumu je etnografický výzkum. V etnografickém výzkumném designu je primárním zdrojem informací pozorování (Gobo, 2008; Bryman, 2008; Flick, 2009). Gobo zdůrazňuje, že etnografie není jen metoda, ale obecný přístup ke studiu výzkumného tématu, je to celková výzkumná strategie, jejímž klíčovým kognitivním modelem pro studium sociálních fenoménů je pozorování (Gobo, 2008).

Jak Gobo (2008) dále popisuje, v etnografické metodologii je stěžejním způsobem poznávání pozorování, důležitou součástí je také naslouchání neformálním konverzacím aktérů „na jevišti“, dotazování se prostřednictvím individuálních nebo skupinových rozhovorů a studium dokumentů (deníky, dopisy, eseje, noviny, fotografie...). Etnografická metodologie zahrnuje dvě výzkumné strategie, nezúčastněné pozorování a zúčastněné pozorování. Jsou to dvě extrémní výzkumné pozice, mezi nimiž existuje několik přechodových situací. V případě nezúčastněného pozorování výzkumník pozoruje subjekty z dálky bez interakce s nimi, zúčastněné pozorování má tyto atributy: (1) výzkumník vytváří přímé vztahy se sociálními aktéry; (2) zůstává v jejich přirozeném prostředí; (3) s účelem pozorovat a popsat jejich jednání; (4) v interakci s nimi a participací na jejich každodenních rituálech; (5) učením se jejich kódu za účelem porozumět významu jejich jednání. Etnografie vyžaduje, aby se výzkumník účastnil sociálního života aktérů, které pozoruje, zároveň si ale musí udržovat odstup tak, aby jeho vědecká práce byla úspěšná. Výzkumník se během etnografického šetření setkává se čtyřmi typickými postavami. Prvními dvěma jsou zprostředkovatelé kontaktů nebo

komunikace a garanti, kteří pomáhají vytvářet vztahy mezi etnografem a skupinou. Garant je součástí skupiny, její členové mu důvěřují. Garant členy zkoumané skupiny ujistí o dobré reputaci etnografa a jeho důvěryhodnosti. Zprostředkovatelé a garanti mají rozhodující roli, když badatel fyzicky vstupuje do výzkumného pole. Další typickou postavou je strážce (gatekeeper), který je součástí zkoumané kultury, dohlíží na její teritorium, obvykle se obává, že výzkumník může poškodit obraz toho, co zkoumá, a že přítomnost výzkumníka může změnit vztahy uvnitř zkoumané sociální skupiny. Velmi důležitou postavou v etnografickém šetření je informant. Informanti zvyšují porozumění zkoumané kultuře, protože jsou její součástí. Strážci a informanti mají rozhodující roli, když výzkumník získá sociální přístup do výzkumného pole. Získání přístupu do výzkumného pole je nejnáročnější fáze v celém procesu etnografického šetření (Gobo 2008).

V této kapitole jsme si představili konkrétní kroky kvalitativního výzkumného designu založeného na dotazování a specificky jsme nahlédli do metodologie etnografického tereenního šetření, jehož hlavní metodu je pozorování. Jak jsme si ukázali, úspěch kvalitativního šetření je závislý na kvalitě projektu, ale také na osobnostních kvalitách výzkumníka. Pro realizaci kvalitativního šetření je nutný trénink v terénu při současném pilování schopností a dovedností výzkumníka. Jako nezbytné se ukazují umění naslouchat a schopnost vytváření důvěry. Kvalitativní dotazování by mělo být nahlíženo méně jako metoda sledující explicitní pravidla, spíše pragmaticky jako dovednost, kde kvalita vědění vyprodukovaná na základě rozhovoru spočívá na kvalitě tazatele, na jeho schopnostech (Kvale, 2000).

OTÁZKY



1. Transkripce:
 - a. Je doslovný přepis rozhovoru
 - b. Je překlad z teoretického jazyka do jazyka respondentů
 - c. Je scénář rozhovoru k focus group
2. Ideový plán výzkumu nezahrnuje:
 - a. Formulaci výzkumného problému a z něj vycházející výzkumné otázky
 - b. Zdůvodnění významu a smyslu řešit daný výzkumný problém
 - c. Interpretaci dat
3. Označte nesprávnou odpověď v souvislosti s etnografickým terénním šetřením:
 - a. Zahrnuje pozorování, etnografické rozhovory i jiné typy kvalitativních rozhovorů

- b. Zahrnuje nezúčastněné pozorování a zúčastněné pozorování
 - c. Výzkumník nevytváří přímé vztahy se sociálními aktéry
4. Projekt výzkumu:
- a. Nezahrnuje zdůvodnění významu a smyslu řešit daný výzkumný problém
 - b. Je návrhem výzkumu a součástí přípravné fáze výzkumného šetření
 - c. Nesouvisí s ideovým plánem výzkumu
-

SHRNUTÍ KAPITOLY



V této kapitole jsme si představili fáze kvalitativní studie a detailně se věnovali návrhu výzkumného designu. Ukázali jsme si, že povaha kvalitativního výzkumu je více flexibilní, než je tomu u kvantitativní výzkumné strategie, také že kvalita výzkumného šetření je spojena nejen se znalostmi ohledně tohoto typu šetření, ale také s osobnostními kvalitami výzkumníka. Dobrou zprávou je, že dovednost kvalitativního výzkumu můžeme trénovat a dále rozvíjet každou naši zkušeností spojenou s realizací výzkumu.

ODPOVĚDI



1a, 2c, 3c, 4b

8 ANALÝZA DAT V KVALITATIVNÍM VÝZKUMU

RYCHLÝ NÁHLED KAPITOLY



V této kapitole si vysvětlíme základní kroky v analýze kvalitativních dat. Podrobně se seznámíme s první fází analýzy dat v zakotvené teorii, které říkáme otevřené kódování. Navážeme také dalšími fázemi, abyste měli základní představu, jak může analýza dat v kvalitativním šetření vypadat. Ukážeme si také něco z výsledků analýzy a interpretace dat, jak to pak může ve vybraném výzkumu vypadat.

CÍLE KAPITOLY



Po prostudování kapitoly budete:

- *Vědět, co je potřeba, než se pustíte do analýzy dat*
 - *Znát jednotlivé fáze analytického postupu v zakotvené teorii*
 - *Vědět, k čemu vede analýza a interpretace kvalitativních dat - jak může vypadat konkrétní výsledek vybrané studie*
-

KLÍČOVÁ SLOVA KAPITOLY



Analýza dat, zakotvená teorie, otevřené kódování, axiální kódování, selektivní kódování, teoretická citlivost

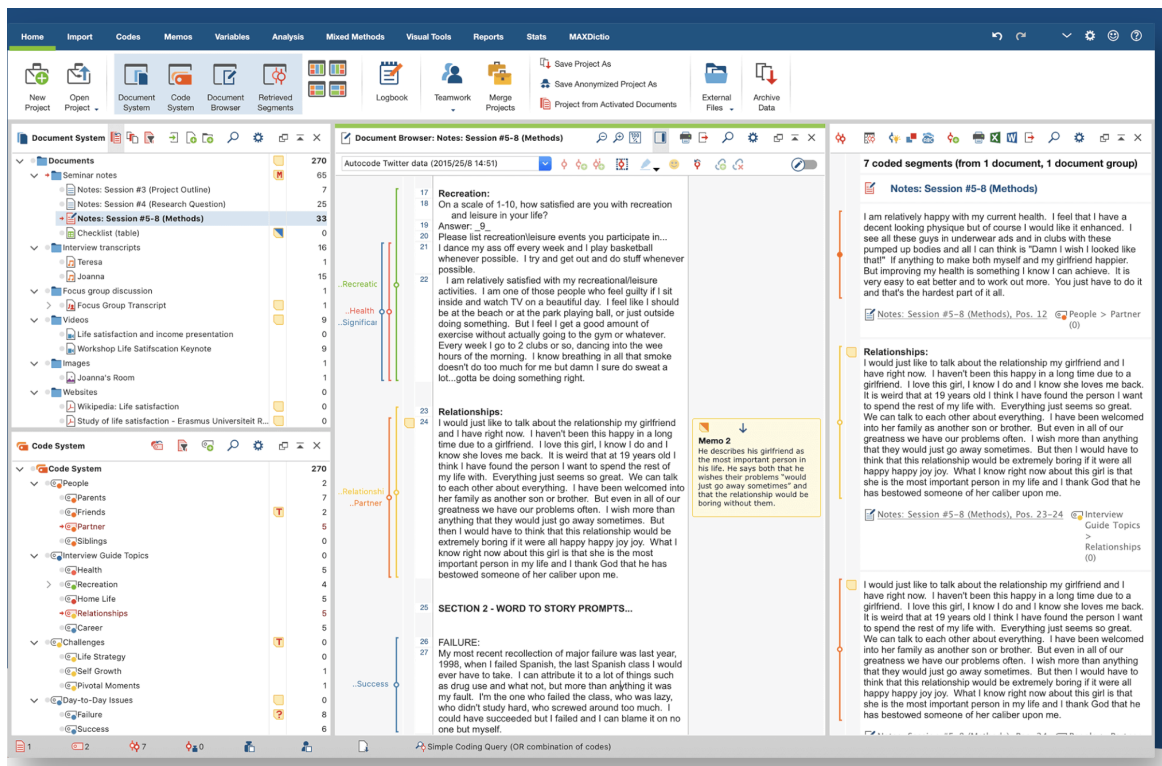
8.1 Co je potřeba, než se pustíme do analýzy kvalitativních dat

Ještě než začneme zpracovávat data, je potřeba si je k analýze připravit, co to přesně znamená si vysvětlíme v této kapitole. Naše data pro kvalitativní analýzy mohou mít různou povahu - může se jednat o textový materiál, zvukový, obrazový nebo to může být také netextový dokument, jako jsou například malba, grafika, socha (Miovský, 2006). Obvykle pracujeme s daty textové povahy. Když si data například audiozáznam kvalitativního rozhovoru připravujeme pro analýzu, prvním nezbytným krokem je tzv. transkripce. Data musíme přepsat - uvést je do textové podoby. Miovský upozorňuje, že už při tomto prvním kroku dochází k určité redukci dat a dochází také k vlivům ze strany výzkumníka, proto je důležité tento vliv minimalizovat, což lze zajistit například prostřednictvím kontroly transkripce opakovaným poslechem nebo porovnáním transkripce jiným členem týmu, případně také můžeme provádět transkripci paralelně dvěma výzkumníky a následně je porovnat.

Výsledkem transkripce je tedy přepis většinou audiálního nebo audiovizuálního materiálu do textové podoby. Můžeme ale samozřejmě využívat i jiné zdroje dat jako jsou různé záznamové archy, tištěné dokumenty a tak podobně. V situaci kdy máme data přepsaná můžeme přistoupit k prvním fázím analýzy. Někdy ještě zvlášť před analýzou data systematizujeme a třídíme podle určitých pro nás relevantních kritérií.

Kvalitativní analýzu dat můžeme začít s využitím některého z dostupných textových editorů, mnohem efektivnější je ale využít software pro zpracování kvalitativních dat. Tyto softwary nám práci výrazně ulehčují a také zefektivňují práci z hlediska času a dosaženého výsledku. Můžete se seznámit například s programem Maxqda, který je velmi intuitivní a po několik hodinách se v něm budete cítit rychle zorientovaní. Obvykle jsou tyto softwary zpoplatněné, ale pro studenty je speciální cena nebo na nějaký čas můžete daný program vyzkoušet zdarma. Je vhodné seznámit se s nějakým kvalitativním softwarem, aby analýza nemusela probíhat tzv. ručně s pomocí textového editoru.

Příkladem softwaru pro zpracování kvalitativních dat je MAXQDA. Můžete se s ním podrobně seznámit na webové domovské stránce. Stručně vám ale představím, jak vypadá prostředí tohoto programu, abyste rychle pochopili, v čem spočívá jeho výhoda.



Jak je vidět na obrázku, práce v tomto softwaru umožňuje zároveň sledovat zdrojové dokumenty (přepisy rozhovorů), společně s náhledem na jednotlivé sekvence spojené s danými kódy v závislosti na tom, s jakými transkripcemi zrovna chceme pracovat. Vlevo nahoře vidíte prohlížeč transkripcí, kde můžeme zatrhávat, zda chceme pracovat jen s některými nebo se všemi. Hned pod ním je systém všech kódů, které jsme při otevřeném kódování vytvořili (co je otevřené kódování si vysvětlíme dále v textu). V centrální části je v prohlížeči dokumentů otevřený zvolený transkript, který můžeme znovu a znovu procházet a v případě potřeby znovu zakódovat. Úplně vpravo je pak prohlížeč segmentů vázaných na daný kód (tedy částí textů z různých transkripcí, které jsme označili stejným kódem). Existují i jiné softwary pro zpracování kvalitativních dat. MAXQDA má intuitivní charakter a velmi rychle se s ním člověk naučí pracovat.

Zdrojem pro analýzu dat mohou být také dokumenty, které ani obvykle nevznikly primárně pro účely naší analýzy. V takové situaci hovoříme o sekundární analýze dat. Práce s tímto zdrojem analýzy způsobuje určité problémy - mohou být vzhledem k našim badatelským potřebám nepřesné, neúplné a také není možné využít princip interakce, která je pro kvalitativní výzkum klíčová. I tak ale mohou být pro náš výzkum velmi důležité.

KORESPONDENČNÍ ÚKOL



Přemýšlejte o svém pracovišti nebo jiném známém pracovním prostředí jako o předmětu kvalitativní studie. Představte si, že jste byli požádáni, abyste tento program studovali pouze pomocí dokumentů, archivních materiálů atd., tedy nikoliv s využitím pozorování nebo rozhovorů.

1. Vytvořte seznam typů dostupných dokumentů.
2. Jak byste zhodnotili relativní kvalitu a množství těchto materiálů?
3. Máte nějaké obavy ohledně jejich přesnosti a úplnosti? Pokud ano, jaké to jsou?

8.2 Analýza kvalitativních dat podle zakotvené teorie

Jednou z možností, jak přistoupit k analýze dat v kvalitativním výzkumu, je alespoň v některých krocích vyjít z metodologie zakotvené teorie tak, jak ji zpracovali Strauss a Corbinová (1999). Zakotvená teorie je metodologický postup, který zdůrazňuje budování teorie tzv. zdola, na základě empirie (zkušenosti). Výsledná teorie tak kotví v datech.

OBECNÉ TEZE ZAKOTVENÉ TEORIE



Obecné teze zakotvené teorie shrnuje Miovský (2006, s. 227):

- *Pokud chceme vědět, “o co jde”, je potřeba vyrazit do terénu.*
- *Teorie zakotvená v realitě je pro rozvoj každé disciplíny velmi důležitá.*
- *Zkušenosti a zážitky se neustále vyvíjejí, a nelze s nimi zacházet jako se stálými fenomény.*
- *Lidé aktivně utvářejí svět, v němž žijí, a své představy o tomto světě.*
- *Je třeba zdůrazňovat změnu a průběh, proměnlivost a složitost života.*
- *Mezi podmínkami, smyslem a jednáním existují vzájemné vztahy.*

Se zakotvenou teorií je spojovaný termín teoretická citlivost.

DEFINICE



“Teoretická citlivost poukazuje na určitou osobní vlastnost badatele, a to na schopnost rozlišovat jemné detaily ve významu údajů. Lidé provozující výzkum mohou mít různou citlivost záviselou na jejich znalostech a zkušenostech ve zkoumané oblasti. Je možné ji během výzkumu dále rozvíjet. Teoretickou citlivostí se rozumí schopnost vhledu, schopnost dát údajům význam, porozumět a oddělit související od nesouvisejícího. To vše se děje spíše na pojmové než na konkrétní úrovni. Je to právě teoretická citlivost, co umožňuje vytvoření teorie, která bude zakotvená, pojmově hutná a dobře integrovaná. A také to umožňuje dělat rychleji.”

Teoretickou citlivost můžeme postupně získávat díky studiu literatury, ale také profesní a osobní zkušeností. *“Dalším zdrojem teoretické citlivosti je analýza samotná. Vhled a porozumění zkoumanému jevu se při práci s údaji prohlubují. Děje se tak při shromažďování údajů, hledání odpovědí v těchto údajích, porovnávání, přemýšlení o tom, co vidíte, formulaci hypotéz a při tvorbě dočasných teoretických rámců z pojmů a vztahů mezi nimi.”*

Strauss s Corbinovou shrnují, že *“teoretická citlivost je schopnost rozpoznat, co je v údajích důležitého, a dát tomu smysl”*. (Strauss, Corbinová, 1999, s. 27- 31)

Co je tak zvláštního na procesu kódování při rozvoji zakotvené teorie? Podle Strauss a Corbinová (1999) jsou analytické postupy zakotvené teorie navrženy tak, aby:

- (1) *Spíše vytvářely než pouze ověřovaly teorii.*
- (2) *Dodávaly výzkumnému procesu kritičnost, která je předpokladem "dobré" vědy.*
- (3) *Pomáhaly analytikovi s překonáním jeho předsudků a domněnek, které vnáší do výzkumného procesu a které by se u něj během výzkumu mohly vyvinout.*

(4) Zajišťovaly zakotvení a hutnost a rozvíjely citlivost a integraci nutnou pro vytvoření bohaté, úzce provázané, vysvětlující teorie, která těsně aproximuje zobrazovanou realitu.

Pojďme se podívat podrobně na jednotlivé kroky analytického postupu zakotvené teorie. Jedním z nejdůležitějších procesů v zakotvené teorii je kódování. Kódy slouží pro zkrácené označování, oddělování, sestavování a organizování dat. Strauss a Corbinová rozlišují 3 typy kódovacích praktik (Strauss a Corbinová, 1999). Hranice mezi nimi jsou ale uměle vytvořené.

První fází kvalitativní analýzy je otevřené kódování. Jedná se úvodní porovnávání, konceptualizaci a kategorizaci dat. Jak tento proces reálně vypadá? V transkripci (doslovném přepisu) zatrháváme text, který pro nás nese nějaký význam (je to tzv. významová jednotka) a tuto část textu zkráceně pojmenujeme, tedy ji přidělíme kód. To jaký název kód ponese, je jen na nás a na naší schopnosti velmi přesně vyjádřit zkráceně danou významovou jednotku. Kódy slouží ke zrychlené práci s textem, dále totiž už nepracujeme přímo s doslovnými přepisy, ale s jednotlivými kódy, které pak porovnáváme, třídíme a seskupujeme podle smyslu do obecnějších kategorií. Studenti se obvykle ptají, jak dlouhá je úsek, který označíme příslušným kódem. Délka je velmi různá a závisí právě na povaze naší badatelské otázky. Někdy můžeme zakódovat jenom jedno slovo, někdy je to celá věta nebo i celý odstavec. Zkrátka sekvence v textu, která pro nás jako badatele nese důležitý význam.

ŘEŠENÁ ÚLOHA



Podívejte se na úryvek transkriptu z focusové skupiny na téma, jaký význam uživatelé Facebooku přiřkládají facebookovým skupinám a jak v jejich prostředí jednají. Jednou ze základních badatelských otázek bylo, proč lidé vstupují do facebookových skupin. Zkuste si tento úryvek otevřeně zakódovat - nejprve podtrhněte důležité významové jednotky, které nesou nějaký smysl, a ten je zkráceně pojmenujte - přidělte jim kód. Určitá sekvence textu může mít i více kódů.

Tazatel: Jaké jsou hlavní důvody, pro které se pohybujete v prostředí sociálních sítí, jaká je motivace trávit čas na sociálních sítích, jak tam trávíte čas?

Martina: Nejdříve jsem byla dost velkej odpůrce Facebooku, ale začala jsem tam chodit, až když dcera odjela do zahraničí a používala soukromou skupinu jako zdroj informací pro rodinu, dávala tam fotky a tak dále, takže díky tomu jsem objevila kouzlo

Facebooku, v podstatě pracovně... no.. mám hodně nemocnou maminku, o kterou se starám a v jedné skupině, Péče o nemocné rodiče, jsem našla důležité osobní informace, které jsem nevěděla, dost mi to pomohlo, je to pro mě důležitý informační kanál a zároveň emoční podpora.

Eva: Mám to podobně, moje dcera má specifické postižení, taky jsem našla podobnou skupinu, kde si můžeme posteskout vzájemně, je tam velká podpora, emoční podpora, zdroj informací, tady v tomto směru jsou ty facebookové skupinky super, pokud potřebuješ najít lidi s podobným problémem, na Facebooku najdeš skupinu.

Jana: Já se to bojím říct nahlas, ale je to regulérní závislost, prostě nemáš co dělat, vezmeš do ruky mobil, zapneš Facebook a jedeš, i když tam v podstatě pořádně nic není, už to nezobrazuje obsah přátel, zobrazuje to, co chce, sponzorované stránky, reklama, odkazy, bohužel je to z velké části... je to zvyk. Jako můžu říct, že dostávám informace, jo... ale je to hrozný, zvyk... velká část toho, proč Facebook používám, je opravdu prostě zvyk, Youtube používám na pozadí, pustím si hudbu, neovlivňuje mě, ale Facebook otevřu mnohokrát denně úplně zbytečně, aniž bych se tam zrovna něco dozvěděla nebo potřebovala, nepřijde mi to úplně ideální, ale dělám to.

Je dobré, když na analýzu kvalitativních dat máme dostatek času, a dokážeme přecházet z roviny otevřeného kódování do axiálního kódování, a podaří se nám tak vytvořit určitá spojení mezi kategoriemi. V axiálním kódování tedy pracujeme s kategoriemi a subkategoriemi kódů a analyzujeme, zda některé kategorie spolu souvisí a jak. Vztahy, které se nám z dat rýsují, pak podrobně popíšeme. Strauss a Corbinová ještě popisují třetí fázi kódování - selektivní. Tato úroveň kódování v sobě zahrnuje specifický paradigmatický model, do kterého nalezené kategorie zasazujeme. Systematicky kategorie spojujeme. Do této fáze ale obvykle studentská analýza nezasahuje a také se nehodí pro všechny typy kvalitativního bádání.

Proto někteří autoři a badatelé zdůrazňují a používají jen první dvě úrovně (přičemž jim mohou dávat trochu odlišná jména). Charmaz (2006) například preferuje rozlišování mezi dvěma hlavními formami nebo fázemi kódování: počáteční kódování a selektivní nebo cílené kódování. Počáteční kódování bývá velmi podrobné a může dokonce vést ke kódu na řádek textu, přičemž každému řádku textu je přiřazen kód, který poskytuje počáteční dojem z dat. Cílené kódování vyžaduje rozhodnutí o tom, které počáteční kódy dávají nejvíce analytický smysl, aby bylo možné data pronikavě a úplně kategorizovat.

V odborné literatuře se můžeme setkat i s jinými, dílčími postupy analýzy kvalitativních dat. Přehledně je ve své učebnici shrnuje Michal Miovský (2006). Mezi nejobvyklejší patří metoda vytváření trsů, metoda zachycení vzorců nebo například metoda užívání metafor. Asi nejbližší tomu, co jsme si vysvětlili, je metoda vytváření trsů. Jak Miovský píše (2006, s. 221), “slouží obvykle k tomu, abychom seskupili a konceptualizovali určité výroky do skupin, např. dle rozlišení určitých jevů, místa, případů atd. Tyto skupiny (trsy) by měly vznikat na základě vzájemného překryvu (podobnosti) mezi identifikovanými jednotkami. Tímto procesem vznikají obecnější, induktivně zformované kategorie, jejichž řazení do dané skupiny (trsu) je asociováno s určitými opakujícími se znaky, určitým charakteristickým uspořádáním atd. Společným znakem takového trsu může být například tematický překryv, tj. když vyhledáváme ve výrocih osob všechny takové pasáže, které se týkají jednoho úzce ohraničeného tématu.” Při vytváření trsů tedy data srovnáváme a agregujeme do kategorií. Pokud v datech vyhledáváme opakující se vzorce (obecnější principy, struktury), postupujeme metodou zachycení vzorců. Můžeme ale také například využívat metafor. “Metafora má sílu zejména tehdy, pokud je původní interpretační rámec, v jakém je metafora užívána, skutečně velmi blízký situaci (jevu), na jakou ji uijeme. Nebezpečná je pro změnu tehdy, pokud je použita na základě nějaké vzdálenější podobnosti a zaběhlý interpretační rámec, který se na ni váže, neodpovídá situaci (jevu), na kterou je aplikován.” (Miovský 2006, s. 224)

PŘÍKLAD INTERPRETACE DAT



Jak může vypadat výsledek kvalitativního výzkumu, si můžete představit podle následujícího souhrnu hlavních výstupů k vybraným okruhům badatelských otázek.

Hlavní okruhy badatelských otázek, které formovaly vedení focusových skupin v kvalitativním výzkumu uživatelů sociálních sítí:

- Jaké významy aktéři FB skupině přikládají a jak tyto skupiny utvářejí (sdílením společných názorů, norem a hodnot, prostřednictvím interakcí ve skupině, vědomou opozicí k jiným skupinám apod.)?
- Jaké jsou sdílené názory, postoje a hodnoty se členy skupiny, co si myslí, že je spojuje, proč se k dané skupině přidali, jak jsou v nich aktivní? Jakou formu má jejich členství ve skupině? Jaká je jejich motivace pro členství v dané skupině a aktivita v jiných skupinách? Identifikují se se členy skupiny (sdílením názorů, norem a případně hodnot). Jak významná je facebooková skupina pro jejich

osobní i pracovní život? Jak se členství v dané skupině promítá do jejich každodenního života? jak se případně změnil jejich život?

- Jak pracují s informacemi na sociálních sítích?
- Jak dané významy souvisí s koncepty tzv. social bubbles?

Hlavní výstupy k jednotlivým okruhům

Obraz o sobě, který aktér svým pohybem a aktivitou na sociálních sítích tvoří (virtuální sociální identita), včetně členství ve facebookových skupinách, je spojený s různými motivy. Nejen hodnotovými a zájmovými, ale také pragmatickými, jako například využívání sociální sítě Facebooku jako pracovního nástroje, nebo skutečnost, že uživatel sociálních sítí chce porozumět odlišné názorové skupině a angažovat se v řešení problému (například změny názoru v oblasti klimatu, péče o planetu a ochrana zvířat), proto je členem facebookových skupin, se kterými názorově a hodnotově nesouzní. O našem virtuální obraze ale také rozhodují méně vědomé faktory (zapomenuté v čase), jako je setrvačnost. Někteří účastníci focusových skupin přiznali, že netuší, jak se vůbec ze skupiny odhlásit, nebo zkrátka protože neměli nějaký výrazný důvod k odhlášení, tak v nich pasivně zůstávají členy.

Teprve účast na výzkumu byla pro mnohé účastníky prvním podnětem k reflexi jejich chování v online prostředí, speciálně pak v prostředí Facebooku a také jednotlivých facebookových skupin. Ukázalo se, že výrazná část účastníků netuší, jakých skupin jsou členy, že jsou už třeba i neexistující nebo jak reflektovali v průběhu výzkumu názorově a tematicky zastaralé. Teprve během focusových skupin také nahlas přemýšleli, jak asi facebookové skupiny fungují.

Jednou ze základních otázek, které jsme si na začátku šetření položili, bylo, jaké významy facebookovým skupinám jejich členové přiřkládají. Ukázalo se, že se tyto významy prolínají s motivací pro členství ve skupině. Nejprve objasňují jednotlivé významy, které z dat vystoupily:

Facebookovou skupinu část účastníků šetření chápe jako SPOLEČENSTVÍ (komunita), tedy skupinu podobně hodnotově orientovaných lidí, s nimiž pociťují určitou blízkost a shodu v hodnotové orientaci, vyznání a způsobu života (například skupinu vnímají jako společenství církví, nebo podpůrnou profesní komunitu apod.).

...určitě je to pro mě hodně důležitý spojovací prvek, protože tak jako podobně orientovaných lidí vždycky není v okolí tolik, kolik by si člověk přátel, takže tam jsou všichni na jednom místě, at už to jsou vegan nebo je to téma z nějakého důvodu zajímavé, takže už jsou tak trošku načatí, dřív se vydávaly různé magazíny, měsíčníky, týdeníky.. vždycky na nějaký téma, které ostatní lidi baví, a mám dojem, že v dnešní době to právě

supluje ten Facebook a ta skupina, kde se můžeme všichni sejít a sdílet si tam různé články, aktuality, recepty a tak dál...

...je pravda, že to znamená jakýsi most ke spojení s lidmi, kteří mi můžou být v určitém smyslu blízcí, nějakým vyznáním nebo způsobem života...

(focus group se skupinou Vegan CZ SK)

...docela se mi líbí i to, že je to fakt ta komunita, myslím, že jo a já tam hodně pozoruju fakt to, že se tam obrací lidi jeden na druhého a je to nějak vzájemný obohacení i pro mě teda, když se k tomu dostanu...

(focus group se skupinou Česká psychologie)

Členství ve facebookové skupině je pro část uživatelů této sítě vyjádřením POLITICKÉHO POSTOJE. Účastníci se stali členy skupiny primárně proto, aby dali najevo svůj občanský postoj, ať už blízký spíše konzervativním hodnotám, nebo liberálním. Tento význam se do určité míry překrývá s předchozí kategorií, záleží na tom, zda členové facebookových skupin deklarují vzájemnou blízkost, která je pak základem pro vnímání skupiny jako komunity.

... já nevím, jestli to slovo sounáležitost není moc silné, pro vyjádření toho co cítím, ale určitě je tam nějaká názorová blízkost, asi to, že nás spojovalo nebo spojuje nějaký pocit nespokojenosti s tím, co se děje v politice, konkrétně na Hradě, že nechceme akceptovat tu vulgaritu, která se stala součástí toho politického vyjadřování, právě kvůli prezidentu Zemanovi, takže asi bych to nenazývala úplně jako sounáležitost, ale spíš ta názorová blízkost, proto jsem se tam taky přihlásila, taková jako hrdost, taky se počítám do té skupiny, která takto byla označena...

(focus group se skupinou Lumpenkavárna)

...tak já jsem v podstatě patřila mezi úplně první lidi, kteří tady varovali před islámem, jako náboženstvím, které je náboženství síly, jsem první, která jsem oblikla burku pro Evropské volby v roce 2010, to už je dýl a upozorňovala jsem, že Evropská unie nám může vlastně dát kvóty, tehdy se mi všichni smáli a říkali, že jsem blázen, tak dneska vidíte, že to tak není. Byla jsem členkou Islám v České republice nechceme, spoluzakládala jsem Blok proti islámu, čili to téma je mi blízké...

(focus group se skupinou V Evropě Islám nechceme)

Členství ve facebookových skupinách účastníci šetření vnímají také jako ZDROJ INFORMACÍ A INSPIRACE. Informace se týkají obvykle volného času, ale část

respondentů ve skupinách vyhledává také informace spojené s pracovním trhem. Volnočasové informace mají povahu různorodých inspirací, rad a tipů, ale také sdílení zkušeností s produkty (recenzi), receptů na vaření a podobně. Tento okruh významu sebou nese také tzv. rozšiřování si obzoru. Účastníci ale ve facebookových skupinách hledají také zdroj odkazů pro další vzdělávání nebo pracovní rady (včetně sdílení zkušeností s pracovní pozicí nebo zaměstnavatelem). O tom, jak je tento význam facebookových skupin jako zdroje informací důležitý, pojednáme také dále v části, kde vysvětlují práci účastníků s informacemi, které na sociálních sítích hledají a nacházejí. Informace se chápou velmi široce (nejen ve zpravodajském slova smyslu, ale tzv. být v obraze, mít přehled, a to jak ze světa svých přátel, tak také širšího okruhu. Určitou zajímavostí je, že část respondentů už facebooku přisuzuje roli zpravodajských kanálů (facebook je tak vlastně vytlačuje).

Je pro mě zdrojem na různé odkazy k dalšímu vzdělávání v oboru psychologie či na zajímavé články.

(focus group se skupinou Česká psychologie)

Je to pro mě do značné míry taky rozšiřování obzoru, protože se v tom nepohybuji aktivně moc, ale zajímá mě to, takže je tam spousta informací, na který bych sama nepřišla nebo by mě vůbec nenapadly řešit, a tam se toho dozvím jako spousty, takže vlastně HZM spolu s Překladačem jsou vlastně jediné dvě skupiny, kde aktivně aspoň to sleduju.

(focus group se skupinou Olomoucké holky z marketingu)

Jsem jako díky téhle skupině našla spoustu tipů na super knihy, které bych si sama nenašla.

(focus group se skupinou Čteme to, co nás baví)

Členství ve facebookových skupinách účastníci šetření také přisuzují význam ZÁBAVY A RELAXU. V těchto skupinách podle účastníků šetření nedochází k názorovým střetům, nemusí se tzv. nic řešit. Slouží pro relax a uvolnění.

...když si všimneš, jak je to na jiných skupinách, tady se prostě ostatní nehejtují, když někdo napíše o pomoci, o radě, je taková milá, nejsou tam osobní útoky, nebo když má někdo jiný názor, tak opravdu je to fajn.

(focus group se skupinou Čteme to, co nás baví)

Některé skupiny jsou vnímány primárně jako zdroj pobavení. Zajímavé je, že stejná skupina může být členy vnímána rozdílně - pro jednoho je zdrojem zábavy, pro jiného vyjádřením hrlosti a politického názoru, jako to bylo v případě focus group se členy skupiny Lumpenkavárna:

Tu skupinu jsem spíš bral tak, že se mi občas objevily nějaké příspěvky, které mě jako pobavily, a můžu mít asi jiný pohled na českou politiku než vy Češi, můžu ji brát trošku s nadhledem, když něco ten váš prezident, nebo někteří jiní lidé vyvedou, tak to, co vás rozčílí, mě může pobavit, když se mě to týká jen částečně, беру tu skupinu jako zdroj pobavení na tom Facebooku.

To, že jsem její součástí, je jakýmsi asi i vyjádřením, i když o něm jako nikdo nemusí vědět, nějakého mého postoje politického.

Pro část účastníků šetření jsou skupiny nejvíce významné pracovní. Byl jim připisán význam PRÁCE. Jsou to skupiny důležité pracovní, profesní skupiny, vnímané jako zdroj různých názorů, ale také kontaktů v oboru, networkingu. Slouží k vyhledávání informací, nabídkám práce a různých pracovních doporučení. Mohou ale také sloužit k osobní propagaci nebo propagaci značek a produktů. Část účastníků šetření vyjádřila, že Facebook má pro ně největší význam právě v rovině propagace. Účastníci v těchto skupinách vnímají přidanou hodnotu sdílení a řešení problémů. Může to být také důležitá platforma pro sdílení odborníků na dané téma.

Pro mě to zatím nejvíc je taková studnice různých jako profesionálních rad, místo, kam se člověk může obrátit, když třeba potřebuje se na něco zeptat nebo chce slyšet náhled někoho zkušenějšího nebo jenom prostě někoho jiného.

(focus group se skupinou Česká psychologie)

Určitě kontakty, networking, protože ta skupina je, když to teda jde, tak se překlápí do osobních setkání, takže i zdroj kontaktu ve stejném oboru.

(focus group se skupinou Olomoucké holky z marketingu)

PRAGMATICKÉ skupiny je označením pro ty skupiny, ve kterých jsou jejich členové za účelem aktuálně vyřešit nějaký problém - například něco prodat nebo koupit, sehnat podnájem a podobně. Zajímavé je, že i když je problém vyřešený a členství ve skupině už není potřeba, účastníci v nich dále zůstávají.

...mám skupinu, kterou teď hodně navštěvuji, bydlení, to je Pronájemy a prodej bytů a domů a Bazar knih, to je prakticky, takový to, že objevíte ve skříni tři knížky, který chcete prodat, tak se přidáte do osmi skupin a pak už v nich zůstanete, nic neprodáváte.

(focus group se skupinou Česká psychologie)

S významem facebookových skupin je silně provázána motivace pro členství. Je to viditelné i na kategoriích vzniklých z analýzy, které reprezentují základní motivace pro členství ve skupinách (a jsou do značné míry shodné s předešlými):

- Komunita a život v ní
- Nespokojenost s politickou situací (prezidentem)
- Informace a inspirace
- Zábava (guilty pleasure), klidová skupina, nekonfrontační
- Práce
- Setrvačnost

Komunita a život v ní - tato motivace pro členství je zakotvena v touze být součástí komunity, zjistit, jestli lidé v komunitě řeší podobné problémy (např. když jsou začínajícími vegany, nebo chtějí vychovávat v křesťanské víře apod.) a také vědět, co se v komunitě děje a jak se v čase vyvíjí (názorově nebo také co do počtu členů). Komunita symbolizuje přátelství, být na jedné lodi, sdílet stejné přesvědčení. Je to také bezpečný prostor pro sdílení, místo, kde si lidé vzájemně poradí. Být součástí facebookové skupiny znamená také komunitu podpořit.

Když jsem jako s veganstvím začínala, tak cítit tu oporu někde a mít tu komunitu a sdílet názory a chtít se vlastně nějak dál vzdělávat.

(focus group se skupinou Vegan)

...je to taky důvod, že bych se k tomu chtěla hlásit k tomu křesťanství, že těch lidí je možná hodně, ale ne každý se k tomu tak veřejně přizná, je to trošku takový boj někdy, možná na facebooku ne, já si myslím, že na facebooku je každý hodně takový otevřený, dělá trošku ramena, ale řekla bych, že možná to ostatní lidi může aj i přesvědčit k něčemu, obzvláště mladší ročníky, když třeba vidí, že tady tento člověk se může hlásit k něčemu takovému, myslím si, že je to ten příklad.

(focus group se skupinou Jsem křesťan)

Analýza kvalitativních dat není úplně jednoduchá práce. Je také časově velmi náročná, ale poskytuje prostor pro invenci a je dobrodružnou cestou za poznáním.

OTÁZKY



1. Zakotvená teorie:
 - a. Je teoretický přístup, který vysvětluje povahu sociální vědy
 - b. Je metodologický postup, který zdůrazňuje budování teorie tzv. zdola, na základě empirie
 - c. Je metoda sběru dat, kterou uplatňujeme v kvalitativním výzkumu
 2. Otevřené kódování je:
 - a. Úvodní porovnávání, konceptualizace a kategorizace dat
 - b. Vytváření vztahů mezi kategoriemi
 - c. Vkládání vytvořených kategorií do paradigmatu zakotvené teorie
 3. Proces analýzy v kvalitativním výzkumu má tyto fáze:
 - a. Uzavřené kódování, axiální kódování a selektivní kódování
 - b. Otevřené kódování, axiální kódování a selektivní kódování
 - c. Otevřené kódování, axiální kódování a neselektivní kódování
 4. Jako saturaci označujeme:
 - a. Stav, kdy další získávaná data už nepřispívají k lepšímu porozumění problému
 - b. Stav, kdy další získávaná data přispívají k lepšímu porozumění problému
 - c. Schopnost rozpoznat, co je v údajích důležitého, a dát tomu smysl
 5. Teoretická citlivost je:
 - a. Stav, kdy další získávaná data už nepřispívají k lepšímu porozumění problému
 - b. Stav, kdy další získávaná data přispívají k lepšímu porozumění problému
 - c. Schopnost rozpoznat, co je v údajích důležitého, a dát tomu smysl
-

SHRNUTÍ KAPITOLY



V této kapitole jsme si v základu představili, jak probíhá analýza kvalitativních dat. Znáte už její jednotlivé kroky, pokud postupujeme podle zakotvené teorie. Otevřené kódování je základním analytickým nástrojem, který nám otevírá dobrodružnou cestu za kvalitativním poznáním. Analýza a interpretace dat vždy ústí v nějakou formu prezentace výsledků výzkumu. Každý výzkum začíná kvalitním návrhem výzkumu (projektem) a končí prezentací základních zjištění z výzkumu, ať už v podobě odborného článku, příspěvku na odborné konferenci, prezentací před zadavateli výzkumu nebo závěrečnou výzkumnou zprávou. A tak naši společnou cestu sociálním výzkumem končíme tam, kde jsme tuto studijní oporu začali.

ODPOVĚDI



1b, 2a, 3b, 4a, 5c

ŘEŠENÁ ÚLOHA - VÝSLEDEK



Poznámka: Kódy jsou označeny kurzívou hned za významovou jednotkou.

Tazatel: Jaké jsou hlavní důvody, pro které se pohybujete v prostředí sociálních sítí, jaká je motivace trávit čas na sociálních sítích, jak tam trávíte čas?

Martina: Nejdříve jsem byla dost velkej odpůrce Facebooku, ale začala jsem tam chodit, až když dcera odjela do zahraničí a používala soukromou skupinu jako zdroj informací pro rodinu, dávala tam fotky a tak dále, takže díky tomu jsem objevila kouzlo Facebooku, v podstatě pracovně... (FB skupina jako zdroj informací pro rodinu)

no.. mám hodně nemocnou maminku, o kterou se starám a v jedné skupině, Péče o nemocné rodiče, jsem našla důležité osobní informace, které jsem nevěděla, dost mi to

pomohlo, je to pro mě důležitý informační kanál a zároveň emoční podpora. (důležitý informační kanál a emoční podpora, FB skupina jako podpůrná skupina)

Eva: Mám to podobně, moje dcera ma specifické postižení, taky jsem našla podobnou skupinu, kde si můžeme posteskout vzájemně, je tam velká podpora, emoční podpora (emoční podpora), zdroj informací (tzv. in vivo kód - necháváme ho ve stejném znění, tedy zdroj informací)

tady v tomto směru jsou ty facebookové skupinky super, pokud potřebuješ najít lidi s podobným problémem, na Facebooku najdeš skupinu (emoční podpora lidí se stejným problémem)

Jana: Já se to bojím říct nahlas, ale je to regulérní závislost, prostě nemáš co dělat, vezmeš do ruky mobil, zapneš Facebook a jedeš, i když tam v podstatě pořádně nic není, už to nezobrazuje obsah přátel, zobrazuje to, co chce, sponzorované stránky, reklama, odkazy, bohužel je to z velké části... je to zvyk. (je to závislost, je to zvyk)

Jako můžu říct, že dostávám informace, jo... ale je to hrozný, zvyk... velká část toho, proč Facebook používám, je opravdu prostě zvyk (je to zvyk). Youtube používám na pozadí, pustím si hudbu, neovlivňuje mě, ale Facebook otevřu mnohokrát denně úplně zbytečně, aniž bych se tam zrovna něco dozvěděla nebo potřebovala, nepříjde mi to úplně ideální, ale dělám to. (FB otevřu mnohokrát denně úplně zbytečně)

Pravděpodobně se vaše kódy odlišují, a je to tak správně. V zásadě by ale měly odrážet stejný význam. Můžete svůj výsledek porovnat s kódy, které jsme využili ve výzkumu jednání uživatelů sociálních sítí v prostředí Facebooku.

LITERATURA

ARKSEY, H., KNIGHT, P. (1999). *Interviewing for Social Scientists*. London: SAGE Publications, 1999.

BAUM, D., Gojová, A. (eds.). (2014). *Výzkumné metody v sociální práci*. Ostravská univerzita v Ostravě.

BAUMAN, Z. (2004). *Myslet sociologicky: netradiční uvedení do sociologie*. Praha: SLON.

BATES, J. (2004). Use of narrative interviewing in everyday information behavior research. *Library & Information Science Research* 26.

BERGER, P., LUCKMANN, T. (1999). *Sociální konstrukce reality: pojednání o sociologii vědění*. Brno: Centrum pro studium demokracie a kultury.

BRYMAN, A. (2008). *Social research methods*. Oxford: University Press.

DIRGA, L. Sociologie za mřížemi? Penitenciární sociologie v České republice. IN *Sociologický časopis* 57.

DISMAN, M. (2000). *Jak se vyrábí sociologická znalost*. Praha: Karolinum.

FLICK, U. (2009). *An Introduction to Qualitative Research*. London: SAGE.

GIBBS, G. (2007). *Analyzing Qualitative Data*. London: SAGE Publications.

GOBO, G. (2008). *Doing Ethnography*. London: SAGE.

CHARMAZ, K. (2006). *Constructing Grounded Theory. A Practical Guide through Qualitative Analysis*. London: Sage Publication.

KAUFMANN, J. (2010). *Chápající rozhovor*. Praha: SLON.

KUHN, T. *Struktura vědeckých revolucí*. Praha: Oikoymenth, 2008.

KVALE, S. (2000). *Doing Interviews*. London: SAGE Publications.

LOUČKOVÁ, I. (2001). Směrem k integrovaným strategiím nejen ve výzkumu v sociální práci. IN *Sociologický časopis* 37.

LOUČKOVÁ, I. (2010). *Integrovaný přístup v sociálně vědním výzkumu*. Praha: SLON.

MIOVSKÝ, M. (2006). Kvalitativní přístup a metody v psychologickém výzkumu. Praha: Grada.

PADGETT, D. (2008). Qualitative Methods in Social Work Research. USA: Sage Publications.

RUBIN, H., RUBIN, I. (2005). Qualitative Interviewing. The Art of Hearing Data. 2nd edition. London: SAGE Publications.

SCHÜTZE, F. (1999). Narativní interview ve studiích interakčního pole. Biograf 20.

SILVERMAN, D. (1985). Qualitative Methodology & Sociology. Aldershot: Gower Publishing Company.

SQUIRE, C., ANDREWS, M., TAMBOUKOU, M. (2008). Doing Narrative Research. London: SAGE Publications.

SPRADLEY, J. (1979). The Ethnographic Interview. New York: Holt, Rinehart and Winston.

STRAUSS, A., CORBINOVÁ, J. (1999). Základy kvalitativního výzkumu. Postupy a techniky metody zakotvené teorie. Brno, Boskovice: Sdružení podané ruce, Nakladatelství Albert.

ŠANDEROVÁ, J. (2007). Jak číst a psát odborný text ve společenských vědách. Praha: SLON.

Internetové zdroje:

Sociologická encyklopedie online, Dostupné:

https://encyklopedie.soc.cas.cz/w/Hlavn%C3%AD_strana

<https://www.maxqda.com/>























SHRNUTÍ STUDIJNÍ OPORY

Sociální výzkum je velkým dobrodružstvím. Doufám, že vám tato studijní opora pomohla představit si, jak širokou paletu možností bádání v sociální vědě můžete využít. Uvedli jsme dva základní metodologické přístupy - kvantitativní a kvalitativní výzkum. Oba se liší svým cílem a především logikou postupu, jaký využívají. Každý z nich má své výhody a nevýhody, a jejich síla nejlépe vyniká, když využíváme jejich komplementarity. Ukázali jsme si standardizované a nestandardizované techniky sběru dat, nahlédli také do možností analýzy a interpretace dat.

Pro realizaci kvalitního výzkumného šetření je velmi důležité znát jednotlivé metodologické postupy a techniky, nicméně ukázali jsme si také, že důležitou roli hrají i jiné faktory, než jen znalost výzkumných přístupů, a sice je to osobnost výzkumníka, která do výzkumu významně vstupuje.

Přeji vám výzkumnickou odvahu a také trpělivost zdokonalovat své dovednosti na poli výzkumného bádání. S každou výzkumnou technikou, kterou vytvoříte, s každým sběrem dat, kterého se zúčastníte, získáváte lepší a lepší kompetence pro to, abyste přinášeli vědecké poznání a přispívali tak k hlubšímu poznávání sociálního světa, jehož jsme tvůrci a aktivními členy.

PŘEHLED DOSTUPNÝCH IKON

	Čas potřebný ke studiu		Cíle kapitoly
	Klíčová slova		Nezapomeňte na odpočinek
	Průvodce studiem		Průvodce textem
	Rychlý náhled		Shrnutí
	Tutoriály		Definice
	K zapamatování		Případová studie
	Řešená úloha		Věta
	Kontrolní otázka		Korespondenční úkol
	Odpovědi		Otázky
	Samostatný úkol		Další zdroje
	Pro zájemce		Úkol k zamyšlení

Název: **Metody a techniky sociálního výzkumu**

Autor: **Mgr. Vladislava Závorská, Ph.D.**

Vydavatel: Slezská univerzita v Opavě
Fakulta veřejných politik v Opavě

Určeno: studentům SU FVP Opava

Počet stran: 112

Tato publikace neprošla jazykovou úpravou.