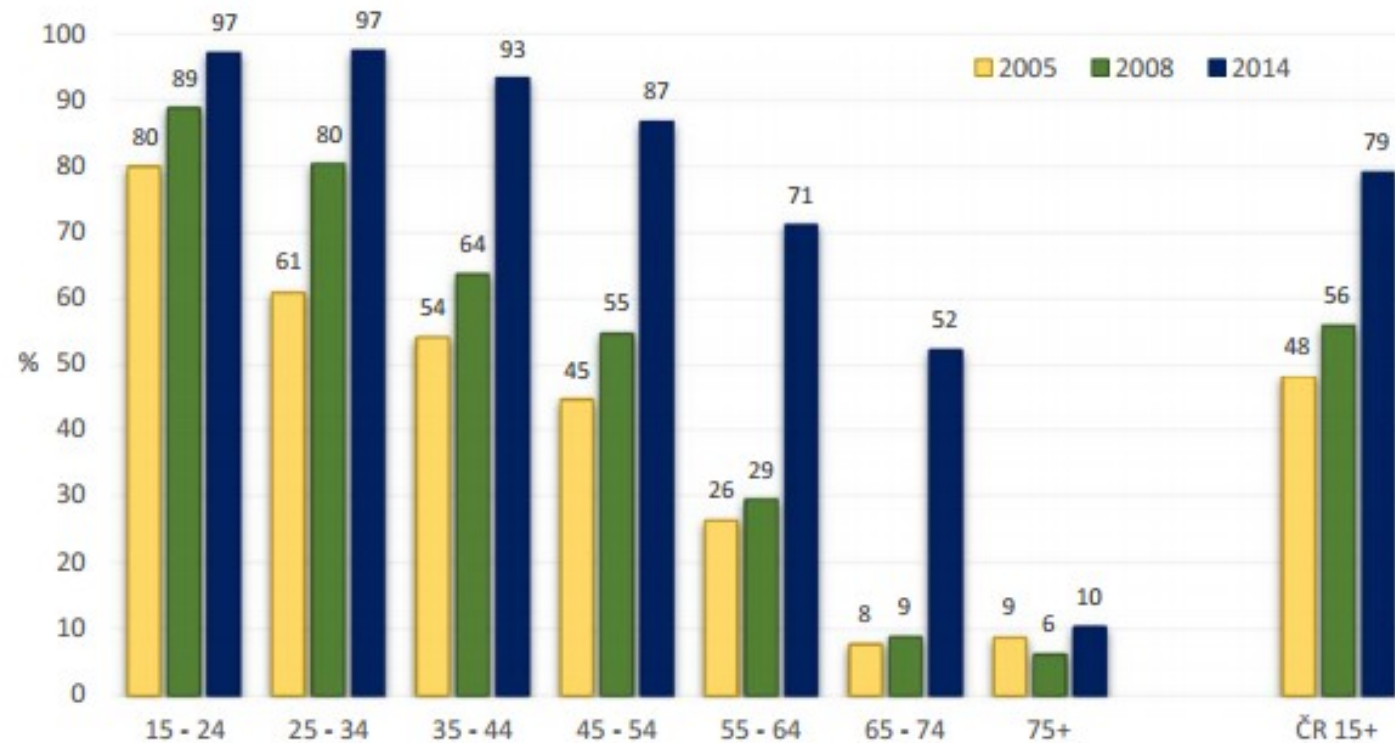


**MASARYKOVA UNIVERZITA  
FAKULTA INFORMATIKY**

**Výběr vzorku a reprezentativita  
Cíle výzkumů s využitím ICT**

**prof. PhDr. David Šmahel, Ph.D.**

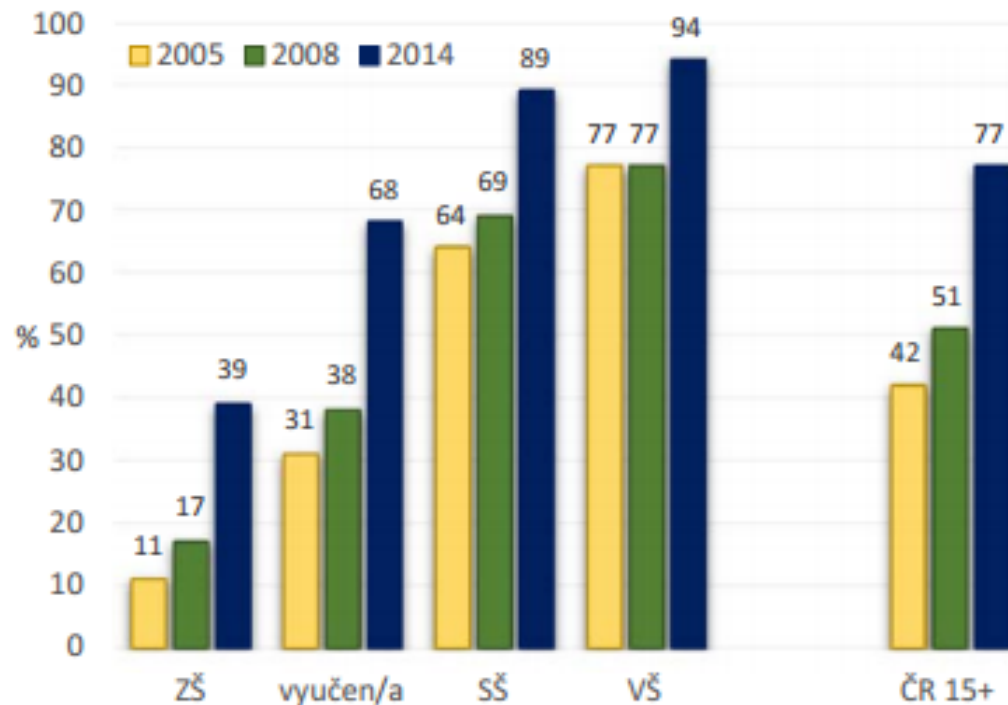
# Penetrace internetu v ČR – internetová populace je odlišná



N(2005)=1749; N(2008)=2161; N(2014)=1316 (všichni)

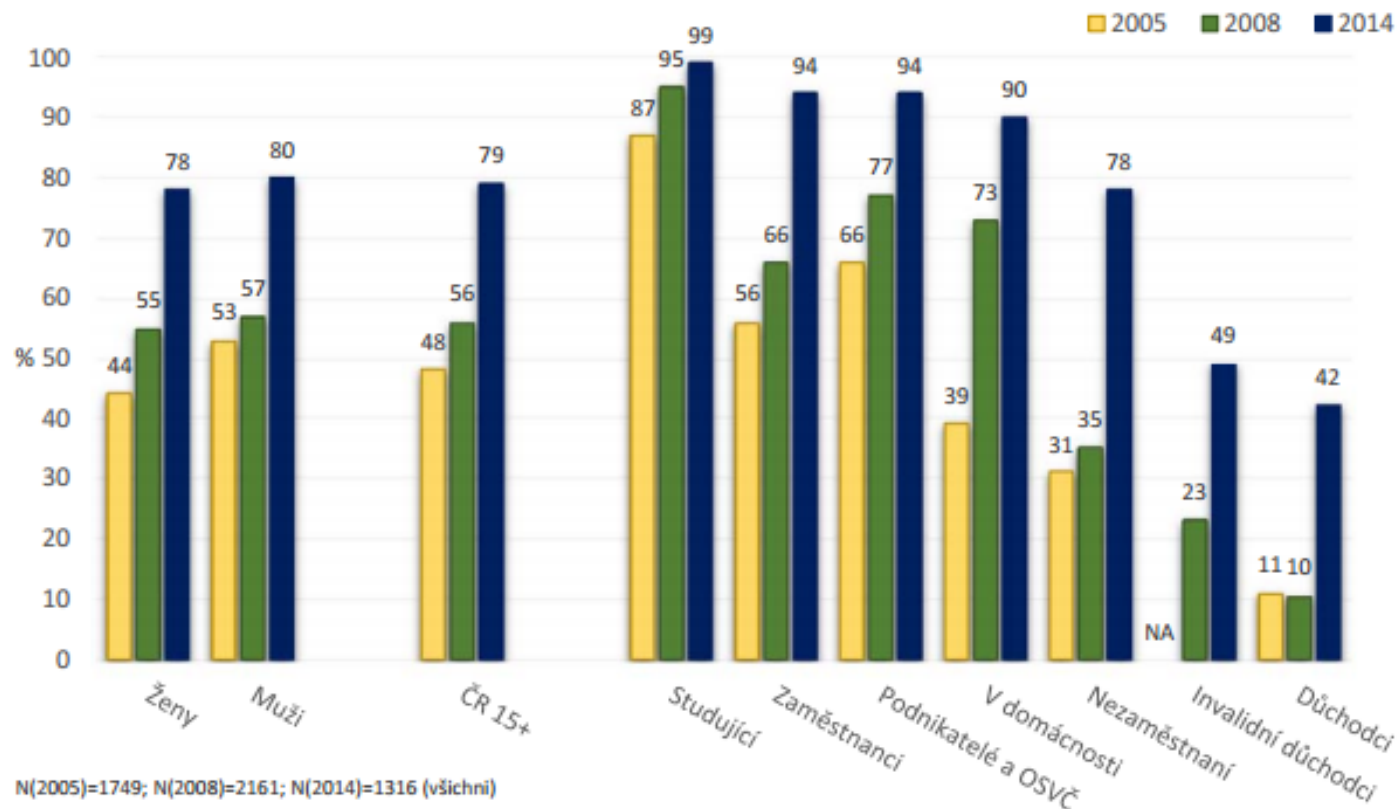
(World Internet Project – Lupač, Chrobáková, Sládek, 2014)

# Penetrace internetu v ČR dle vzdělání



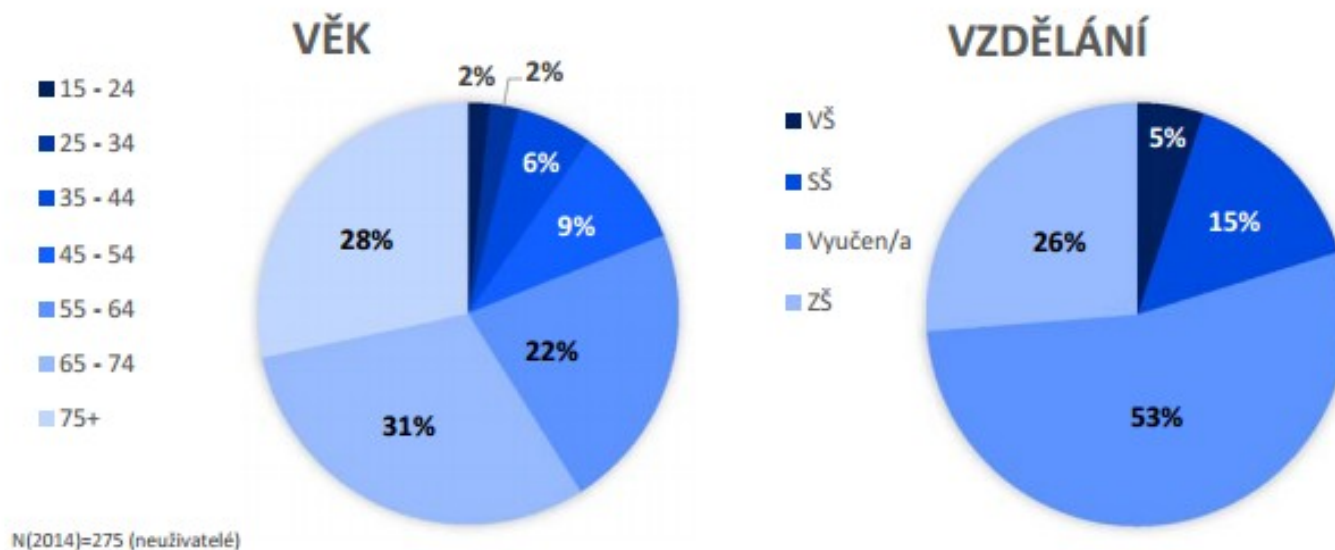
N(2005)=1520; N(2008)=1853; N(2014)=1188 (všichni vyjma studujících)

# Podíly uživatelů internetu dle genderu a sociálního statusu



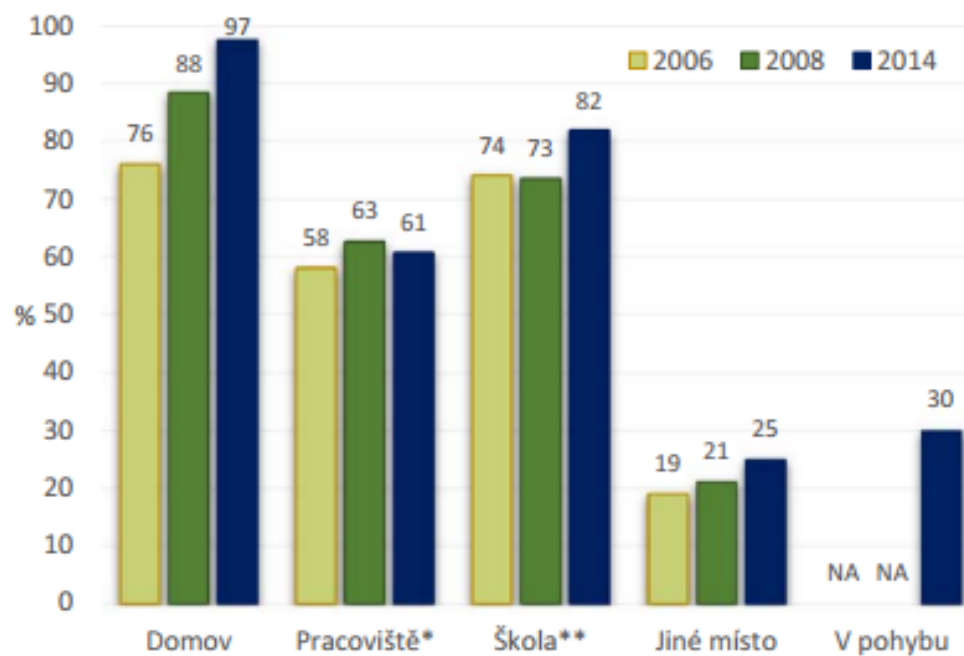
(World Internet Project – Lupač, Chrobáková, Sládek, 2014)

# Kdo jsou neuživatelé?



(World Internet Project – Lupač, Chrobáková, Sládek, 2014)

# Kde se používá internet



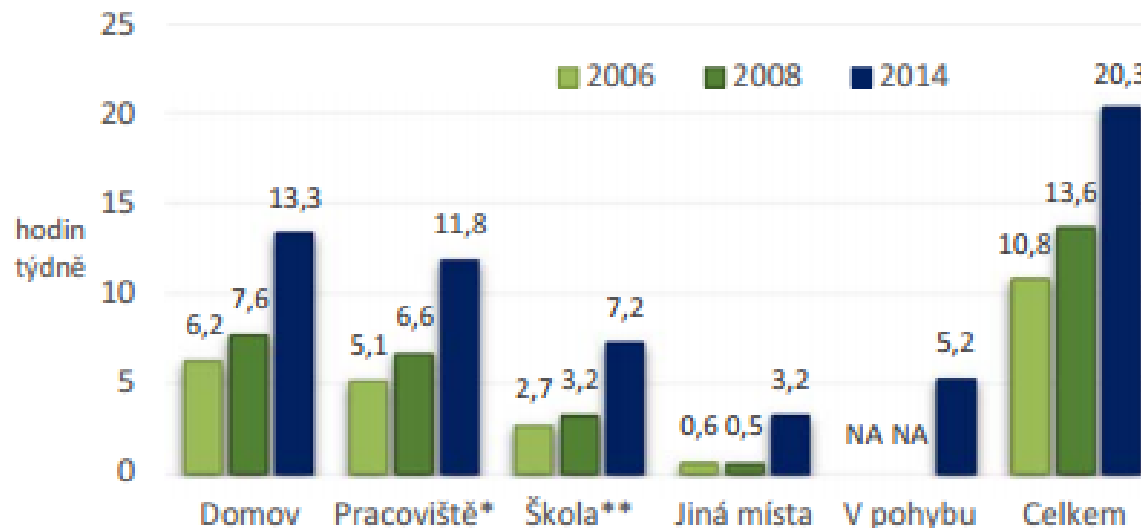
N(2006)=849; N(2008)=1170; N(2014)=1041 (uživatelé)

\* N(2006)=545; N(2008)=802; N(2014)=660 (pouze pracující uživatelé)

\*\*N(2006)=194; N(2008)=225; N(2014)=125 (pouze studující uživatelé)

(World Internet Project – Lupač, Chrobáková, Sládek, 2014)

# Čas na internetu



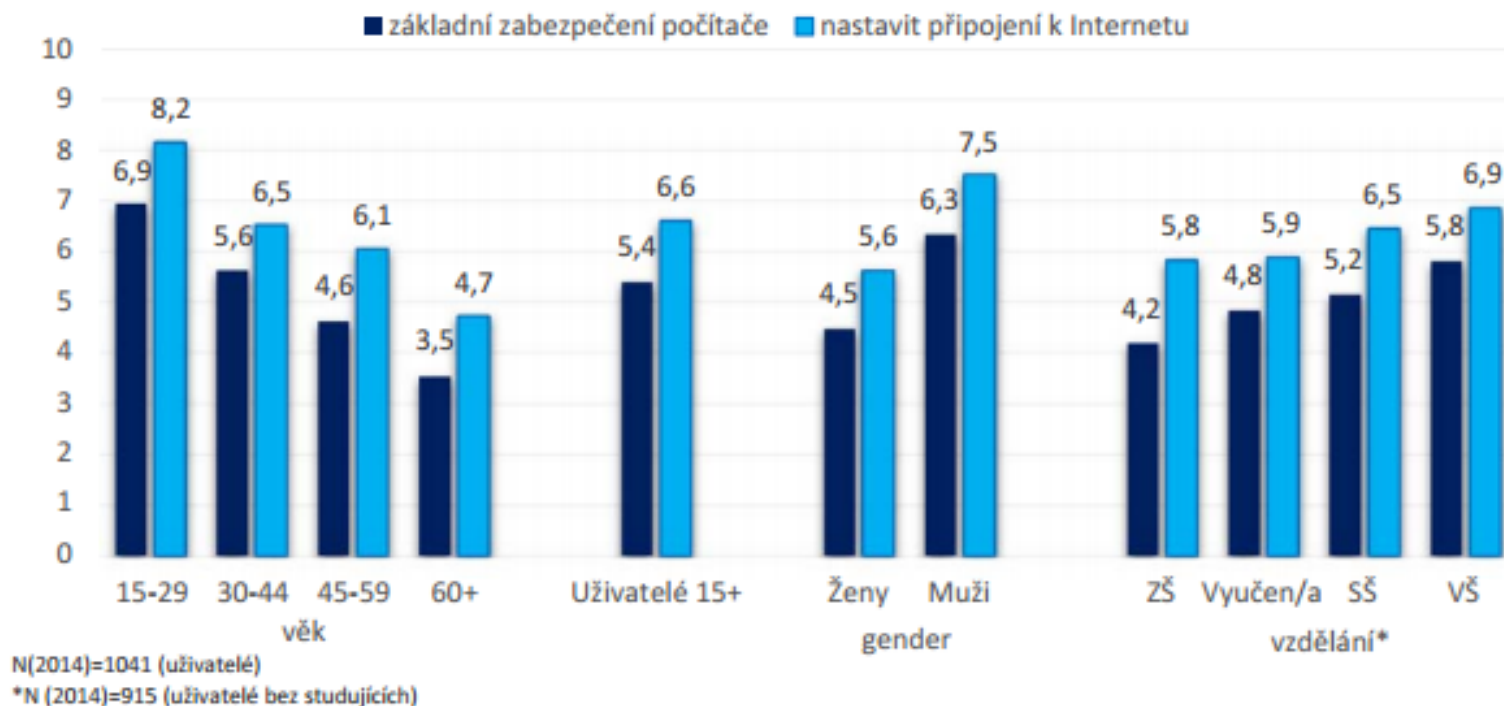
N(2006)=849; N(2008)=1173; N(2014)=1041 (uživatelé)

\* N(2006)=545; N(2008)=803; N(2014)=400 (pouze pracující uživatelé)

\*\*N(2006)=194; N(2008)=225; N(2014)=103 (pouze studující uživatelé)

(World Internet Project – Lupač, Chrobáková, Sládek, 2014)

# Znalosti práce s počítačem



(World Internet Project – Lupač, Chrobáková, Sládek, 2014)



# Internetová populace

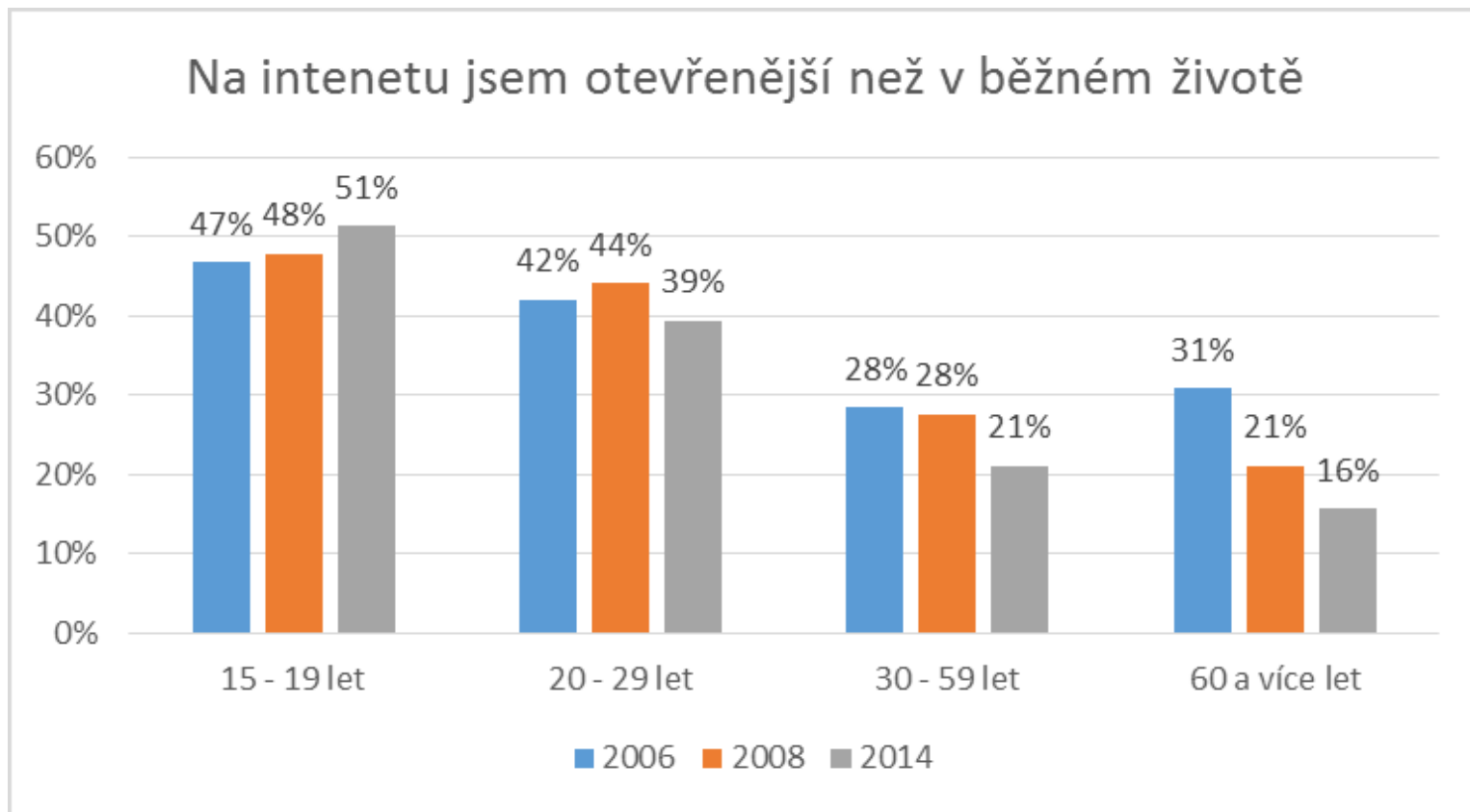
- Z hlediska ČR není a nemůže být reprezentativní
- Má specifické vlastnosti a charakteristiky
- Odlišnosti z hlediska psychologických charakteristik neznáme
- Paralela s kritikou výzkumu VŠ studentů

# Internet jako médium

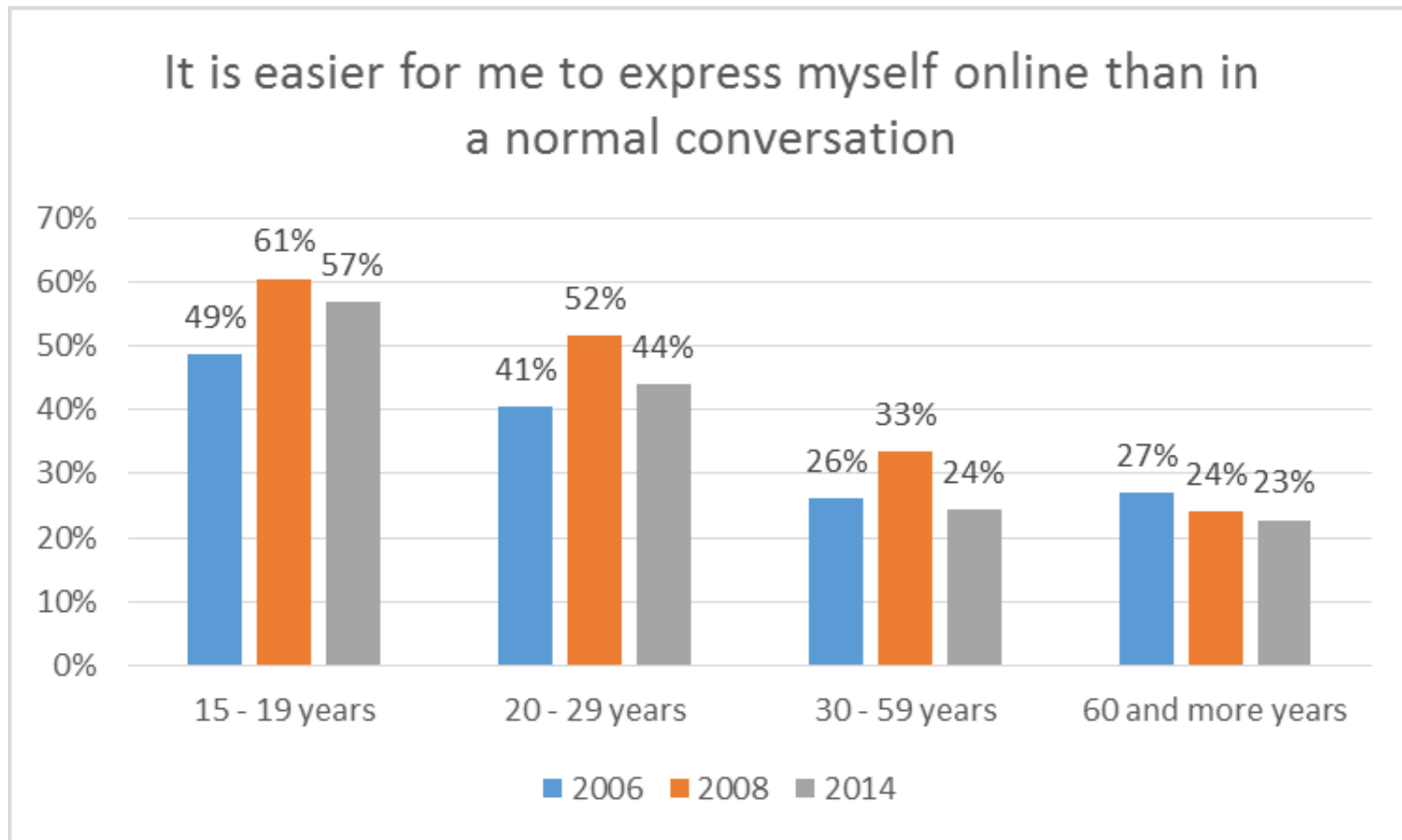
## Vhodný pro výzkum:

- specifických skupin (studenti, organizace, IT profesionálové, vědci...)
- subkultur jinak nedostupných (drogová komunita, hackeři, sexuální deviace...)
- komunit vznikajících na internetu (chaty – např. seznamky homosexuálů, blogy, zájmové skupiny...)
- „citlivých témat“ – větší otevřenost při anonymitě

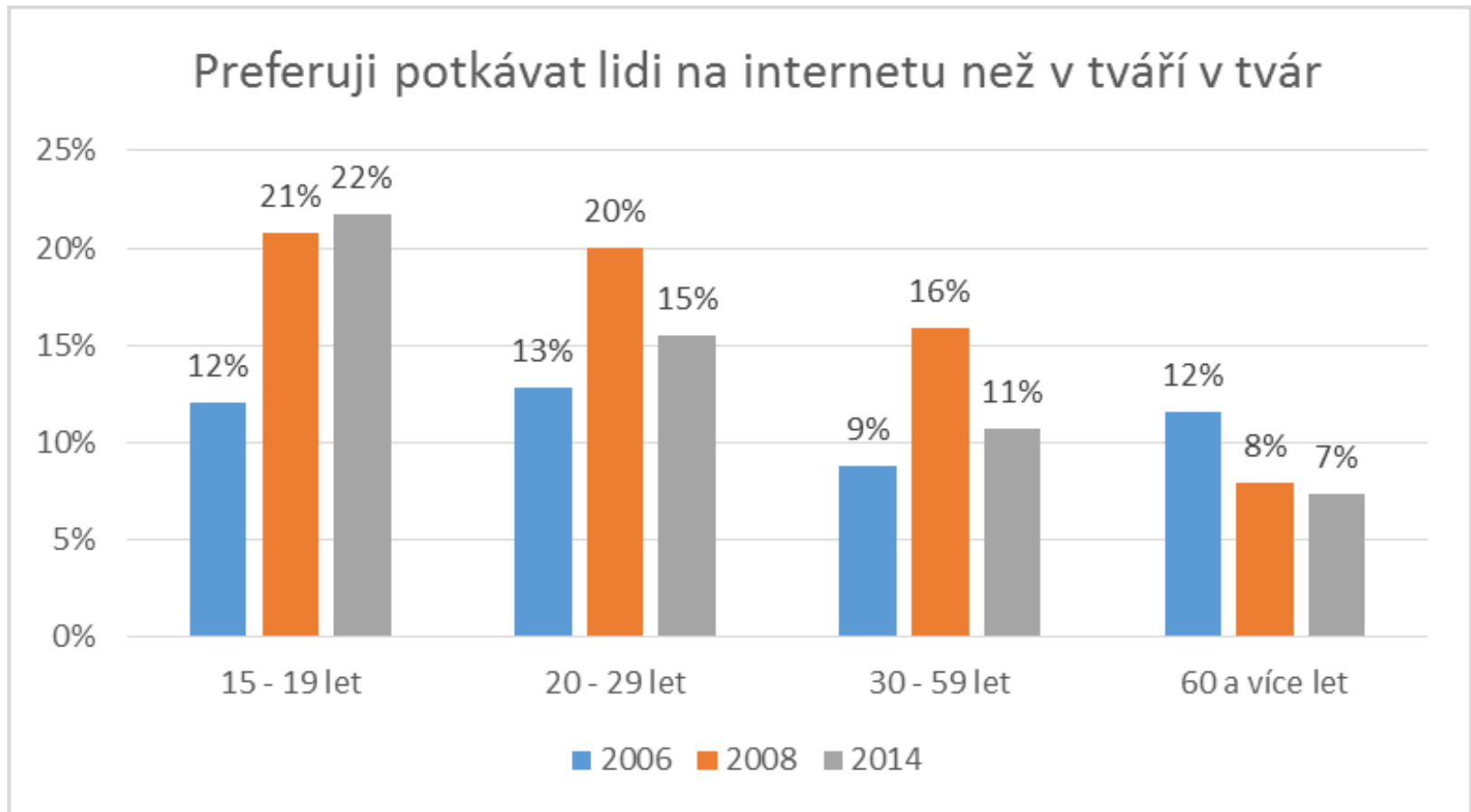
# Větší otevřenost online najdeme u části uživatelů internetu



# Někteří uživatelé internetu také tvrdí, že se online lépe vyjádří



# Odlišnosti online populace - příklad



(Zdroj dat: World Internet Project; Šmahel, 2015 – konference Virtuálna generácia, listopad 2015, Bratislava)

# Kde můžeme zmíněné skupiny hledat?

Vycházíme z výběru příslušné populace (záleží tedy, kde ji jako takovou najdeme, jak jsme ji schopni oslovit):

- WWW stránky – různé skupiny
- sociální sítě (Twitter, Facebook, Instagram...)
- blogy – virtuální deníky
- chaty - on-line prostředí pro komunikaci
- diskusní „nástěnky“
- dostupné databáze e-mailů (typ „IS“, školy, organizace) – pozor na svolení s oslovením!
- instant messangery (např. Skype?)

# Shrnutí: Pozitiva výzkumů přes internet

- o Velký rozsah vzorku.
- o Globální dosah: transkulturní vzorky, fyzicky a sociálně handicapovaní
- o Redukce nákladů a úspora času
- o Načítání otázek podle předchozích odpovědí respondenta -> lepší orientace respondenta (+ adaptivní testování)
- o Zachování anonymity: výzkumy o citlivých tématech a na těžko dosažitelných populacích
- o Větší otevřenost respondentů.
- o Přístup ke specifickým populacím.
- o Komfort účastníků výzkumu.
- o Minimalizace chyb a zkreslení dat způsobené tazatelem.
- o Flexibilita výzkumných metod - použití videa, fotografií, kamery atp.
- o Minimalizace „missing values“ - je-li žádoucí

## Shrnutí: Negativa výzkumů přes internet

- o Omezená zevšeobecnitelnost výsledků – vážení jako možnost částečné nápravy
- o Zkreslené odpovědi – možnosti částečně omezit
- o Ztráta informací o kontextu výzkumného procesu
- o Omezení neverbálních složek komunikace
- o Nároky na technické znalosti výzkumníka i respondenta
- o Technologické rozdíly
- o Absence přímého kontaktu
- o Zabezpečení důvěrnosti a bezpečnosti



# Literatura

- Povinná literatura:

- Complementary Explorative Data Analyses: The Reconciliation of Quantitative and Qualitative Principles, Sudweeks, F., Simoff, S. J. (1999) in *Doing Internet Research*, pp. 29-55

- Doporučená literatura:

- Overview: Online Surveys, Vehovar, V., Manfreda, K. L. (2008). *The SAGE Handbook of Online Research Methods*. str. 177 – 194
- Internet Survey Software Tools, Kaczmirek, L., (2008). *The SAGE Handbook of Online Research Methods*. str. 236 – 254
- Hewson, C. et al. (2003). *Internet Research Methods: A Practical Guide for the Social and Behavioural Sciences*. London: Sage.
- Fricker, S. et al. (2005) An Experimental Comparison of Web and Telephone Surveys. *Public Opinion Quarterly*, 370-392.
- SECTION 4: The Internet Survey. In Fielding, N., Lee, R. M., Blank, G. (2008) *The SAGE Handbook of Online Research Methods*. str. 236 – 254