

Metody a techniky sociologického výzkumu II. (kvantitativní)

Sociologický výzkum v umění a kultuře

Typologie výzkum

Některé charakteristiky kvantitativních a kvalitativních metod (opakování)

KVANTITATIVNÍ	KVALITATIVNÍ
Tvrdé	Měkké
Fixní	Flexibilní
Objektivní	Subjektivní
Průzkum	Případová studie
Omezený rozsah informace o velice mnoha jedincích.	Mnoho informace o velmi malém počtu jedinců.
Silná redukce počtu pozorovaných proměnných a silná redukce počtu sledovaných vztahů mezi těmito proměnnými.	Silná redukce počtu sledovaných jedinců.



Komplementarita (opakování)

- ▶ Kvantitativní i kvalitativní výzkum jsou vzájemně komplementární.
- ▶ Výstup z jednoho typu výzkumu může být převzat druhou metodou a znalost se tak může kumulovat a prohlubovat v nekonečném kruhu.
- ▶ Kvalitativně se často postupuje například v předvýzkumu kvantitativně zaměřených studií.
- ▶ Volba metodiky by měla být závislá zejména na předmětu výzkumu.



Kvantitativní výzkum

Kvantitativní výzkum

- ▶ Kvantitativní výzkum přináší **numerická data** pomocí měření proměnných.
- ▶ Cílem je obvykle (statistické) **testování hypotéz.**



Než začneme se sběrem dat

▶ Literatura a konzultace

- ▶ Je dobré zjistit, zda již nebyl podobný výzkum realizován: kvůli zkušenost, získaným datům, porovnání výsledků apod.

▶ Vstup do sociální systému

- ▶ Jak, koho, kde a kdy se budete dotazovat; jakou na to budete potřebovat kapacitu; jakou techniku dotazování použijete (elektronický dotazování, papírový, živý tazatel)

▶ Seznámení se s prostředím

- ▶ Musíte vědět a) jak se vaší respondenti chovají (např. že jsou do 15 hodin v práci a nemůžete tedy hodit po bytech s dotazníkem dopoledne; nebo, že nepoužívají sociální sítě a dotazník vystavený na FB bude bez užitku); b) jakou mají s předmětem výzkumu zkušenost a jakým „jazykem“ mluví – zda budou rozumět otázkám které jim kladete

▶ Pilotáž

- ▶ **Vždy** než použijete dotazník v ostrém provozu je potřeba si ho odzkoušet na malé skupině respondentů (najdou se tak chyby v dotazníku, nesrozumitelnost a nepřehlednost otázek, nedostatky ve sběru a záznamu dat)



Jak sbíráme data?

- ▶ Studium hmotných výtvorů
 - ▶ Analýza dokumentů
- ▶ Pozorování
- ▶ Rozhovor (samotný dotazník je v rukou tazatele)
- ▶ Dotazníky (samotný dotazník je v rukou respondenta)



Analýza dokumentů

Druhy dokumentů

- ▶ primární – informace v surovém stavu
- ▶ sekundární – přepracované primární dokumenty (např. vydaná korespondence apod.)
- ▶ veřejné – noviny, statistiky
- ▶ osobní – deníky, autobiografie, foto



Analýza dokumentů

Obsahová analýza

- ▶ jde většinou o doplňující techniku
- ▶ nepatří mezi techniky terénního sběru informací
- ▶ slouží objektivnímu systematickému a kvantitativnímu popisu obsahu jakéhokoli sdělení
 - ▶ poznání kvantity obsahových prvků
 - ▶ poznání myšlenek, názorů, motivací
- ▶ např. analyzujete kolikrát se na oficiálním webu republikánů v USA objevili informace o hlasování již mrtvými voliči, nebo kolikrát se v diskusním fóru nějakých novin objevila zmínka o chipování lidí vakcínou na koronavirus
- ▶ jak už jsem zmínil v předchozí prezentaci, tato technika může být i **kvalitativní**, a pak vás naopak zajímá v jakém kontextu se tyto informace vyskytují, jaké jsou jim dávány vysvětlení, co se z nich vyvozuje apod.
- ▶ vzhledem k rozšíření internetu, máme dnes k dispozici nepřeberné množství „dokumentů“ k analýze – diskusní fóra, záznamy na sociálních sítích; často ovšem bývá problém jejich anonymita a tedy možnost je správně přiřadit a interpretovat (zvláště v anonymních diskusních fórech)



Pozorování

(zde pouze uvádím několik poznámek k možným modelům pozorování)

- ▶ Úplný účastník (jste členem skupiny/děje a nikdo neví, že ostatní pozorujete – problém je v tom, že si nemůžete dělat poznámky a vše závisí jen na vaší paměti)
 - ▶ Např. jdete nakupovat do knihkupectví a pozorujete ostatní zákazníky
- ▶ Účastník jako pozorovatel – jste plnohodnotný člen nějaké skupiny/děje, ale navíc s cílem pozorovat (a ostatní to vědí)
- ▶ Pozorovatel jako účastník – jste vůči skupině/ději „externista“, ale zapojujete se do činnosti skupiny/průběhu děje
- ▶ Úplný pozorovatel – jste mimo skupinu/děj, tj. nezapojujete se do dění, ale (většinou) ostatní vědí, že je pozorujete
 - ▶ Např. školní inspektor 😊, hodnotitel v Assessment/Development centru
- ▶ Hlavními nástroji pozorovatele v kvantitativních technice pozorování jsou tužka a papír „na děláni čárek“ (kolikrát se něco stalo) a stopky

Dotazování formou rozhovoru

- ▶ dva důležité momenty:
 - ▶ jednostranný kontakt, z vůle tazatele – druhá strana (respondent) s ním ale musí vyslovit souhlasit
 - ▶ navázání kontaktu → oslabení respondentova ostychu, možnost podání vysvětlení (o čem výzkum je, jak budou použity výsledky)
- ▶ (–) pracná a nákladná technika sběru informací, časově náročný, velký počet tazatelů, málo přesvědčivá anonymita
- ▶ (+) minimalizuje se možnost vynechání odpovědi, jistota, že odpovídá správná osoba



Dotazování formou rozhovoru

Riziko zkreslení

- ▶ Osoba tazatele
 - ▶ stydí se klást některé otázky; vybírá si jen jemu sympatické respondenty; směje se odpovědím apod.
- ▶ Efekt záhlaví (název a vysvětlení, k čemu dotazník slouží jsou klíčové pro motivaci respondentů odpovídat, ale mohou také ovlivnit jejich odpovědi
 - ▶ např. konečně se pomstím starostovi a v dotazníkovém šetření odpovídám negativně (i když si myslím opak), protože dotazník dělá strana za kterou kandidoval 😊
- ▶ Otázka utvoří postoj
 - ▶ téma na které jsem byl dotazován nemám názor, ale díky formulaci otázky nebo nabídnutým variantám si ho na místě vytvořím (a taková odpověď je tedy s vysokou pravděpodobností nevalidní - nerelevantní)



Dotazování **formou rozhovoru**

- ▶ Dva základní problémy při dotazování respondentem:
 - ▶ Tazatel musí zapisovat odpovědi to dotazníkového archu
 - ▶ „papír a tužka“ narušují spontánnost rozhovoru případně vedou k podezřívavosti respondenta „co si to tam pořád píšete!?“
 - ▶ Pro respondenta může být nepřijatelné před tazatelem vyslovit pro něj nepříjemnou alternativu odpovědi



Dotazování **formou dotazníku** (bez tazatele)

Výhody

- ▶ málo nákladný
- ▶ rychlá příprava i zpracování
- ▶ menší požadavky na počet výzkumníků
- ▶ možnost získání informací od vzdálených osob
- ▶ malé požadavky na zaškolení spolupracovníků
- ▶ větší čas na rozmyšlení pro respondenta
- ▶ poměrně přesvědčivá anonymita

Nevýhody

- ▶ možnost přeskočení otázky respondentem (elektronické formuláře tento problém efektivně řeší)
- ▶ možnost zodpovězení jiným člověkem nebo rodinným týmem, kamarády apod.
- ▶ nízká návratnost (návratnost 20-30% je považována za excelentní!)



Dotazování **formou dotazníku** (bez tazatele)

Zvýšení návratnosti

- ▶ rozdat dotazníky v prostorově koncentrované společnosti („bezbranné“ skupiny – studenti, vojáci, zaměstnanci)
- ▶ poštou – poštovné hrazeno, kvalita papíru, dostatek místa na odpovědi
- ▶ po určitém čase (14 dnů) poslat respondentům upomínku
- ▶ odměna za vyplnění dotazníku



Dotazování **formou dotazníku** (bez tazatele)

Čemu je potřeba při tvorbě dotazníku věnovat pozornost:

- ▶ Rozsah a počet otázek (nezahltit respondenty)
- ▶ Grafická úprava (přehlednost je klíčová!!)
- ▶ Formát a velikost písma (aby to např. důchodci dobře přečetli 😊)



Tvorba a kladení otázek

Typy otázek

- ▶ Otevřené (jsou základem kvalitativních technik)
 - ▶ Uzavřené (jsou základem kvantitativních technik)
 - ▶ Pozn. použití otevřených otázek v dotaznících se nedoporučuje, protože se odpovědi většinou nedají dobře vyhodnotit (každý si napíše co chce a jak chce)
 - ▶ Dichotomické (existují pouze dvě varianty odpovědí)
 - ▶ Polytomické (existuje více variant odpovědí)
 - ▶ Výběrové (autor dotazníku musí stanovit, kolik variant může respondent maximálně vybrat – pouze jednu, dvě,... všechny; a musí to vždy u dané otázky uvést)
 - ▶ př. vyberte maximálně dva druhy umění, které máte nejvíce rádi: hudba, literatura, sochařství, film, fotografie, malířství, jiné
 - ▶ Vylučovací (typu buď a nebo)
 - ▶ př. chcete: žít sám – ve volném vztahu – oženit se?
 - ▶ Stupnicové – pořadí variant
 - ▶ př. seřadte uvedené druhy umění v pořadí vaší oblíbenosti: hudba, literatura, sochařství, film, fotografie, malířství, jiné
 - ▶ Komparativní – kombinace výčtové a stupnicové
 - ▶ př. 1. Máte rádi více hudbu nebo literaturu?; 2. Máte rádi více hudbu nebo fotografii?; 3. Máte rádi více fotografii nebo literaturu?
-



Kladení otázek

▶ Otázky musí/mají být:

- ▶ Vyčerpávající (respondent **musí vždy** najít variantu odpovědi, kterou chce odpovědět – často se řeší variantou „jiné“, „ostatní“)
- ▶ Srozumitelné, ne příliš dlouhé a složité formulace.
- ▶ Jednoznačné, konkrétní (nevhodná je formulace „v poslední době, často“).
- ▶ Nesmí znechutit - způsob vyplnění musí být srozumitelný i člověku s nižším vzděláním.
- ▶ Pozor na sugestivní otázky (podsouvání odpovědi) a na ješitnost (typicky při dotazu na sociální postavení mají respondenti tendenci se nadhodnotit, protože se tak cítí lépe)!

