

6.1. Co dřív?

A teď už je načase se podívat na typický jízdní řád průměrného výzkumu. V kvantitativním výzkumu se obvykle setkáme s těmito kroky:

1. Formulace teoretického 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.

První čtyři kroky už známe a z prvních tří kapitol víme už dost proto abychom učinili poslední krok - interpretaci a zobecnění dat. Podívejme se teď na pátý krok. Definice pilotní studie a předvýzkumu se u různých autorů liší. My zde nabízíme definice používané ve většině americké literatury, i když jsou odchylné od definic užívaných u nás. Účelem pilotní studie je zjistit, zda je náš výzkum v dané populaci vůbec možný. Naproti tomu účelem předvýzkumu (bod 8. v našem schématu) je odzkoušení nástrojů (kupř. dotazníku), které jsme pro náš výzkum zkonstruovali.

Podívejme se teď velice krátce na pilotní studii:

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 (kupř. nestandardizovaný rozhovor). Cílem pilotní studie je zjistit, zda informace, kterou požadujeme, v naší populaci vůbec existuje a zda je dosažitelná.

Pokud nemáme opravdu hlubokou znalost o cílové populaci, zejména vzhledem ke studované problematice, pilotní studie je velice důležitá.



Dr. Watson:

Ale to my přece u nás vůbec nepotřebujeme! U nás přece neexistují žádné neznámé populace!

Bohužel, mnoho lidí sdílí tenhle názor s Dr. Watsonem. Někdy to může být nebezpečné. Žádná společnost není kulturně homogenní a každý z nás má tendenci soudit jiné kultury či subkultury z pozic naší vlastní kultury. Říkáme tomu etnocentrismus a budeme o tom hovořit později. Když dva říkají totéž, nemusí to nutně totéž znamenat. Vzpomeňme si jen na náš příklad s Egri Bikaverem v naší pohádce č. 2. Dále, to, co je v jedné skupině takovou informací, která může být snadno předána neznámému tazateli, v jiné subkultuře může být považováno za informaci, která "má zůstat v rodině". Různé profesionální subkultury mohou mít velice specifický systém hodnot, který je odlišný od hodnot existujících ve společnosti obecně. Tyto skupinové neformální normy často zabraňují tomu, aby se podávaly jakékoliv informace o nich všem nečlenům. Nemusí tu jít vůbec o nějaké ilegální skupiny; kupř. výzkum na populaci policistů je velmi obtížný všude na světě. Podobné problémy mohou být spojeny se zkoumáním einických kultur. Kvantitativní akce kupř. na populaci Rómů by byla bez seriózní pilotní studie nezodpovědná.

Pilotní studie je velmi často opomíjena, a to i v případech, kdy je to riskantní. Jako vždy, je to problém času a peněz. Ale úspory v této etapě mohou být zaplacené pochybnou validitou našich výsledků a mohou nakonec vyústit ve výzkumnou akci, která je zcela nevalidní.

Stejně nebezpečné je opominutí 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.

Cílem tu je obvykle testovat srozumitelnost a jednoznačnost otázek. To je jedna z těch podivných věcí, které potkáváme ve výzkumné praxi; Když čteme záznamový arch, který konstruoval někdo jiný, je poměrně snadné poznat, že určité otázky nejsou zcela srozumitelné, že jiným otázkám je možno porozumět více než jedním způsobem. Na druhé straně je téměř nemožné objevit stejné neduhy v otázkách, které jsme formulovali sami. Já to vím, sám jsem si s tím nejdříve udělal ostudu. Ale nespolečejme s revizí otázek na vlastní kolegy. Oni totiž většinou patří ke stejné kulturní skupině jako my, mají přibližně stejný okruh znalostí, podobný systém hodnot. Značná část naší cílové populace může být velice odlišná. Zatímco určitá otázka je pro nás zcela přijatelná, pro jiné skupiny v populaci může být velice iritující. Něco, co považujeme za běžnou znalost, nemusí být tak docela běžné. Jen předvýzkum na vzorku cílové populace může minimalizovat, i když určitě ne vyloučit, omyly tohoto typu. Zatímco opominutí pilotní studie nás v některých případech nemusí vytrést vážným zkreslením, opomenutí předvýzkumu je nesmírně riskantní: **předvýzkum by měl být nezbytnou součástí každé výzkumné akce.**

Když už pilotní studie byla skončena (a přirozeně ještě předtím, než můžeme začít s předvýzkumem) vstupujeme do velice zajímavé, ale velice rozsáhlé a komplexní oblasti konstrukce výzkumných nástrojů a do oblasti strategie práce v terénu. Důkladné seznámení s touto oblastí by vyžadovalo celou knihu a my máme k dispozici jen jednu kapitolu. Zbývá nám tu jen dvě věci: odkázat na dostupnou (a někdy méně dostupnou literaturu) a nabídnout velice stručný pohled na základní techniky sběru informací, na oblasti jejich uplatnění

a zejména upozornit na to, jak a kde jsou tyto techniky nejzranitelnější. V této kapitole bychom chtěli také alespoň připomenout existenci některých méně obvyklých technik sběru.

Tak, a už máme nejvyšší čas začít. Dr. Watson si už hlasitě stěžuje, že by chtěl konečně začít s konstrukcí dotazníku

6.2. Ptát se nebo neptat?

To je opravdu otázka. Mnohem širší a složitější, než by se na prvý pohled zdálo. Je mnoho a mnoho různých technik sběru dat. Vyjmenujme si tu alespoň několik z nich: standardizovaný rozhovor, nestandardizovaný rozhovor, skupinový rozhovor, dotazník, pozorování, telefonní výzkum, sociometrické techniky, sémantický diferenciál, sekundární analýza, zúčastněné pozorování a mnoho a mnoho jiných...

Naštěstí, téměř všechny z těchto postupů jsou aplikací následujících základních technik:

- přímé pozorování
- rozhovor
- dotazník
- analýza dokumentů

Podívejme se nejdříve na definice těchto technik:

Přímé pozorování:

To je zaměřené, dobře plánované vnímání vybraných jevů. To, co bylo vnímáno, je pečlivě a systematicky zaznamenáváno.

Rozhovor:

Vyžadované informace jsou získávány v přímé interakci s respondentem. Rozhovor může být prováděn tváří v tvář nebo telefonicky.

Dotazník:

Respondent odpovídá písemně na otázky tištěného formuláře.

Analýza dokumentů:

To je analýza jakýchkoliv dokumentů, které **nebyly vytvořeny za účelem našeho výzkumu**. Záznamem mohou být právě tak dobře psané dokumenty jako jakékoliv materiální stopy lidského chování.

Podívejme se nejdříve na všechny tyto základní techniky najednou, na jejich aplikovatelnost v různých formách i přístupech a srovnáme jejich epistemologické vlastnosti.

Přímé a nepřímé sledování

O tom jsme již hovořili v prvních dvou kapitolách; v sociologickém výzkumu většinou nesledujeme samotný studovaný jev, ale pouze jeho indikátory. Jen v technice přímého pozorování, je-li studovaným jevem chování, jsme schopni sledovat studovaný fenomén přímo.

Experimentální a neexperimentální aplikace

Ze čtyř základních technik sběru informací mohou tři být použity v experimentu. Studium dokumentů však ne. Nezapomeňme, že ve smyslu naší definice považujeme za dokument jen takové záznamy, které nebyly vytvořeny pro náš výzkum. To vylučuje možnost zachytit změny, vyvolané manipulací s experimentální proměnnou.

Tabulka 6.1.

	<u>Přímé pozorování</u>	<u>Rozhovor</u>	<u>Dotazník</u>	<u>Dokumenty</u>
<u>Co je sledováno:</u>				
jev	někdy	ne	ne	ne
indikátor	ano	ano	ano	ano
<u>Použitelnost v experimentu</u>				
	ano	ano	ano	ne
<u>Forma</u>				
standardizovaná	ano	ano	ano	ano
nestandardizovaná	ano	ano	ne	ano
<u>Interference se zkoumaným systémem</u>				
	někdy	ano	ano	ne

Standardizované a nestandardizované aplikace

Všechny tyto základní techniky mohou být použity ve **standardizované formě**, tři z nich i v nestandardizované; dotazník je přirozeně vždy standardizovaný. Koncept standardizace je

důležitý a je spojen s některými metodologickými problémy. Stojí za to, abychom se nad tímto konceptem na chvíli zamysleli.

Standardizované techniky používají striktně jednotné podněty a také odpovědi jsou často omezeny na volbu z předem připraveného souboru kategorií. Pak hovoříme o "uzavřených otázkách".

Kupř. ve striktně standardizovaném rozhovoru má tazatel vlastně velice omezenou a nepříliš příjemnou funkci. Může jen přečíst otázku doslovně tak, jak je vytištěna v dotazovém archu. Když dotazovaný otázce nerozuměl, tazatel může otázku přečíst zvolna a zřetelně ještě jednou. Když ani tehdy respondent neporozumí, nezbývá tazateli nic jiného než zaškrtnout na archu kategorii "Neví/neodpověděl" a pak přejít k další otázce.



Dr. Watson:

Ale to přece nemůžete myslet vážně. Já bych určitě uměl přeformulovat otázku tak, že by každý porozuměl. Prostě bych otázku pokaždé změnil tak, že by "seděla na tělo" každého respondenta.

Nepochybujeme, že Dr. Watson by to určitě uměl stejně jako většina studentů, zejména z oblasti sociálních věd. Jenže to je důvod, proč právě tito studenti jsou zpravidla nejhoršími tazateli; snaží se většinou totiž "vylepšovat" výzkum. (Mimoходом, téměř všude na světě jsou nejlepšími tazateli ženy v domácnosti, se středoškolským vzděláním a ve věkové skupině 35-45 let. Neptejte se proč. Nevím a nikdo neví, je to prostě empirický fakt.) V kvantitativním výzkumu si prostě nemůžeme dovolit žádné vylepšování otázek.

Kvantitativní výzkum je testování hypotéz o skupinách, a ne o jedincích. Analýza je prováděna na kumulovaných datech o mnoha jedincích a data můžeme kumulovat jen tehdy, jsou-li totožná. Nezbytnou podmínkou pro to je, aby alespoň stimuly (například otázky) byly totožné.

Nestandardizované postupy mohou získat lepší informace o jednotlivci, nabízejí lepší porozumění, ale cílem kvantitativního výzkumu je testování hypotéz o sociálních skupinách.

Jen si vyzkoušejte, kolika různými způsoby se můžete někoho zeptat, zda jí rád zmrzlinu. Lehce udiveně vyslovená otázka "Vy nejíte rád zmrzlinu?" určitě vyvolá jinou proporcii pozitivních odpovědí, než třeba otázka "Řekl byste že máte rád zmrzlinu, nebo že ji nemáte rád?". Data získaná v nestandardizovaném rozhovoru různými tazateli mohou být nesrovnatelná. Tazateli v kvantitativním výzkumu nezbývá nic jiného, než hrát obtížnou úlohu lidského magnetofónu.

Standardizace otázek (nebo jiných stimulů) je vlastně dalším typem redukce informací. Bohužel, v kvantitativním výzkumu musíme aplikovat stejný typ redukce i na odpovědi zkoumaných osob. Početní operace mohou být prováděny jen na datech seskupených do relativně homogenních skupin. Chceme-li kupř. dojít k závěru, že jen 18% populace nemá rádo zmrzlinu a že s přibývajícím věkem obliba zmrzliny klesá, nezbude nám nic jiného než standardizovat odpovědi, redukovat množství kategorií, ve kterých odpovědi budou zaznamenány. Tak kupř. odpovědi "Já bych za zmrzlinu dala život" a "Někdy zmrzlina nemusí být špatná" budou zaříděny do stejné kategorie. Horší je, že podobnou ztrátu informace musíme přijmout i tehdy, jedná-li se o problémy daleko závažnější, než je zmrzlina. Nejobvyklejším nástrojem pro standardizaci odpovědí jsou "uzavřené otázky".

Uzavřené otázky nabízejí soubor možných alternativ, ze kterých respondent vybere vhodnou odpověď.

Ve standardizovaném rozhovoru můžeme použít místo uzavřených otázek otázky kódované respondentem. Ty mají formu normálních, "otevřených" otázek; výčet možných odpovědí není předložen zkoumané osobě, ale tazatel zaškrťává v záznamovém archu tu z připravených kategorií, která je nejbližší výroku respondenta.

Příprava uzavřených otázek není snadná. Jednak navržené kategorie musí představovat rozumný kompromis mezi ztrátou informace, která každou standardizací nutně doprovází, a zvládnutelným počtem kategorií, jednak užití kategorie musí respektovat určitá formální kritéria:

1. Kategorie použité pro uzavřené otázky, musí představovat soubor, vyčerpávající všechny možné alternativy odpovědí.
2. Všechny kategorie se musí vzájemně vylučovat; nesmí být možné, zařadit odpověď do více než do jedné z kategorií.

Vyhovět prvému požadavku může být snadné. Bohužel jen někdy. Jistě nebudeme váhat nad kategoriemi pro otázku po respondentově pohlaví. (Mimořádně, tato otázka bude mít tři kategorie, musíme mít možnost sdělit počítači, že pro určitého respondenta nám odpověď na tuto otázku chybí: zkoumaná osoba zapoměla zodpovědět tuto otázku v dotazníku, tazatel opominul zaznamenat příslušnou informaci.) Ale představme si, jak by se připravovaly kategorie pro otázku na to, co dotazovaný dělá nejraději ve volném čase. Úplný výčet kategorií je zde skutečně nemožný. V takovém případě nezbyvá nic jiného, než zavést kategorie "jiná odpověď". V dotazníku požádáme dotazované, aby ono "jiné" vypsalí a stejně instruujeme i tazatele. To nám umožní, poté co data byla sebrána, ověřit, zda se vyskytuje v této všeshmující kategorii nějaká odpověď velice často. Pokud by se tak stalo, můžeme pak vytvořit novou kategorii a příslušná pozorování překódovat.

Splnit druhý požadavek, vzájemnou vylučnost kategorií, je obvykle snazší. Nebezpečí zkreslení hrozí zejména tehdy, když musíme použít nějaké poměrně široké kategorie. Uvedme si alespoň jeden, spíše extrémní příklad toho, co by se mohlo stát při zmíněném výzkumu volného času. Abychom se vyhnuli nepříjemnostem spojeným s dlouhým souborem kategorií, mohli bychom zavést několik málo velice obecných kategorií, jako "zábava", "poučení", "sport" atd. Kupř. luštění křížovek by někdo mohl zařadit do kategorie "zábava", někdo jiný do kategorie "poučení"; chůze na fotbalové zápasy by se mohlo objevit právě tak v kategorii "sport" jako v kategorii "zábava". Jistě, spojování kategorií je možné a může být velice užitečné pro teoretické zobecnění. Seskupování původních kategorií do menšího počtu kategorií obecnějšího charakteru může být provedeno bezpečně teprve poté, co data byla sebrána.

Předběžné zavedení širokých kategorií může být velice nebezpečné: sebraná data mohou být snadno sdružována do obecnějších kategorií, ale jejich dekompozice do užších kategorií je vyloučena.

Později uvidíme, že nám statistika nabízí některé velice užitečné nástroje (jako kupř. faktorovou analýzu) pro optimalizaci tohoto procesu.

Proti pravidlu o vzájemné vylučnosti kategorií se dá hřešit ještě jiným zajímavým způsobem. V anglickém odborném žargonu existuje pro tenthle kříž pěkné jméno "double-barrel question", tedy "dvouhlavňová" otázka. Je to taková otázka, která vyžaduje jednu odpověď o dvou nebo více věcech najednou. Tento omyl potkáte často ve výzkumech, které různé instituce provádějí vlastními prostředky. Kdyby instituce byla požádána, aby provedla výzkum znečištění ovzduší v jejích objektech, najme pro tento úkol experta. Když tatáž instituce chce vědět, co si o této instituci lidé myslí, pověří kteréhokoliv zaměstnance, který umí číst a psát, úkolem zkonstruovat dotazník. Výsledky jsou pak docela neúžitečné, ale většinou dost zábavné, a to se děje i v Kanadě, doslova přesypané profesionálními institucemi, zabývajícími se výzkumem komerčně:

Pohádka pro odrostlejší děti 12.

Jak se dělá demokracie

Náš obvod reprezentovala svého času dáma, která byla nejen velice elegantní, byla nejen ministrem ve federální vládě, ale záleželo jí moc na tom, aby každý z voličů v jejím obvodu věděl, jak si váží našeho mínění, a tak jsme dostávali asi tak třikrát ročně dotazník, krásně tištěný na těžkém křídovém papíře. Moc jsem se na to těšil. Byla to velice užitečná učebná pomůcka pro mé kursy ve výzkumné metodologii, klasický příklad toho, jak se výzkum nemá dělat. V těch dotaznících se vyskytovaly otázky tohoto typu:

Jak jste spokojen s politikou federální vlády ve vztahu k USA a se zahraniční politikou naší vlády obecně?

- velice spokojen
- dostí spokojen
- někdy spokojen, někdy ne
- nespokojen

V té době mnoho lidí bylo v podstatě spokojeno s kanadskou zahraniční politikou právě s výjimkou submisivního vztahu k USA. Tito lidé neměli možnost tuto otázku pravdivě zodpovědět.

Cvičení 6.1.

Podívejme se znovu na znění otázky v naší pohádce č. 12. Víme, že se ptá na dvě věci najednou. Ale je to zkreslující otázka ještě z jednoho dalšího důvodu. Můžete vysvětlit proč?

Zatím jsme hovořili o redukcí způsobené standardizací v rozhovoru a dotazníku. Nicméně všechny čtyři základní techniky mohou existovat ve standardizované formě. (Dotazník přirozeně existuje jenom ve standardizované formě, pokud neuvažujeme nějakou velice speciální situaci, ve které by bylo nutno připravit pro každého respondenta speciální, na tělo šitou verzi dotazníku.)

Standardizované pozorování je formou pozorování, která je v kvantitativním výzkumu používána téměř výhradně. Pozorování mnoha jedinců nemůže být zvládnuto jediným pozorovatelem, a tak je nutno zajistit srovnatelnost postupů celého pozorovatelského týmu. Minimálním požadavkem pro to je připravit záznamový arch s kategoriemi, ve kterých bude pozorované chování zaznamenáváno. Klasickým příkladem kategorizace tohoto typu je Balesova stupnice pro pozorování kooperativního chování v malé skupině. Zde jsou některé příklady použitých kategorií:

1. Projevuje solidaritu, pozoruje jiné, pomáhá, odměňuje.
2. Uvolňuje napětí, žertuje, směje se, ukazuje uspokojení.
3. Souhlasí, pasivně přijímá, ukazuje pochopení, podílí se, přizpůsobuje se.
4. Dává návrhy, poskytuje návod, respektuje však autonomnost ostatních.
5. Vyjadřuje mínění, oceňuje, analyzuje, vyjadřuje pocity a přání.
6. Udává orientaci, informuje, opakuje, vysvětluje, potvrzuje.
7. Vyžaduje orientaci, informace, žádá o opakování nebo o potvrzení.
8. Ptá se po mínění ostatních, po jejich postojích, hodnocení, analýze, sleduje výrazy jejich pocitů.
9. Vyžaduje pro sebe návrhy, směrnice pro postup.
10. Nesouhlasí, nesouhlas projevuje pasivně, spolupracuje jen formálně, neposkytuje pomoc ostatním.
11. Ukazuje napětí, žádá o pomoc, odtahuje se od činnosti.
12. Projevuje antagonismus, snižuje ostatní, hájí se a prosazuje se.

Podkladem pro konstrukci těchto tříd byl Balesův teoretický model, sledující v podstatě dvě dimenze. Prvá sleduje sociální emoce od kladné oblasti (body 1 až 4) až do oblasti negativní (body 10 až 12). Dále tato škála sleduje komponenty chování při řešení kolektivního úkolu. Tak kategorie 6 a 7 jsou zaměřeny na nutnou orientaci, kategorie 4 a 9 na problémy kontroly, 2 a 11 na vyrovnávání napětí atd. Pozorovatel kóduje pozorované chování na základě **veřtění** se do role člena skupiny, představuje si, jak by pozorované chování hodnotil, kdyby se opravdu zúčastnil jako člen na řešení úkolu skupiny. Balesova stupnice je výsledkem nesmírně rozsáhlé teoretické a zejména empirické analýzy. Škála je doprovázena podrobnou instrukcí, definující daleko zevrubněji použité kategorie a uvádí příklady. I tak je nutné, aby pozorovatelé, kteří mají tuto stupnici používat, prošli intenzivním tréninkem.

Příklad Balesovy stupnice jasně ukazuje nejzranitelnější bod standardizovaného pozorování: problém reliability. Reliabilitu jsme již dříve definovali jako takové měření, které při opakované aplikaci - pokud se ovšem pozorovaný objekt nezmění - poskytne shodné výsledky. Pro situaci standardizovaného pozorování si můžeme definici reliability přeformulovat asi takto:

Reliabilní je taková metoda pozorování, při jejíž aplikaci skupina pozorovatelů, pozorujících nezávisle stejný jev, dospěje k shodným závěrům.

Jistě, většinou budeme pozorovat jednodušší jevy než R.F.Bales. Ale i tak, důsledná kontrola reliability je nezbytnou podmínkou pro aplikaci standardizovaného pozorování.

Konečně i **analýza dokumentů** může být prováděna ve standardizované formě. Jistě už slyšíte protestovat Dr. Watsona, že to není možné, že dokumenty ve smyslu naší definice jsou záznamy, které nevznikly pro náš výzkum, takže jsme nemohli ovlivnit jejich standardizaci. To je pravda, ale můžeme standardizovat jejich analýzu. Máme pro to dokonce speciální metodu, která se nazývá **obsahová analýza** a bývá definována jako objektivní, kvantitativní analýza sdělení jakéhokoliv druhu. Budeme se jí podrobněji zabývat později.

Nesporně standardizace, stejně jako každá jiná redukce informací, reprezentuje povážlivou ztrátu informací: bohatý, životaplý, mnohotvárný a mnohdimenzionální charakter skutečného světa je proměněn do krajně zjednodušeného schématu několika málo proměnných a do velice omezeného počtu kategorií. Bohužel, kvantitativní výzkum je příliš neohrabaným nástrojem k porozumění. Rozumět, to je úkolem kvalitativního výzkumu. Kvantitativní výzkum je jen spíše brutální a primitivní nástroj k testování hypotéz. Má však jednu nesmírně důležitou vlastnost: je nám schopen říci, jaká je pravděpodobnost, že jsme na omylu. To však vyžaduje srovnávání údajů o mnoha jedincích. Srovnatelná data mohou být vyprodukována jedině standardizovanými postupy. **Nestandardizované techniky sběru dat jsou tedy v kvantitativním výzkumu prakticky nepoužitelné.**

Interference se zkoumaným systémem

To je další z opravdu velkých bolestí empirického výzkumu. Nejsme v tom sami, i naši kolegové v exaktní fyzice mají své problémy, když měřicí aparát ovlivňuje měřený systém. Již prvý pohled na naše čtyři základní techniky nám naznačí, že se rozpadají do dvou skupin s ohledem na to, jak silně mohou ovlivnit chování systému, který chceme studovat.

Webb, Campbell, Schwartz a Sechrest (1969) navrhli zajímavou klasifikaci zkreslení vyvolaného výzkumnými stimuly:

- (1) **Efekt morčete:** zkreslení vzniklé tím, že zkoumané osoby jsou si vědomy toho, že jsou zkoumány.
- (2) **Výběr role:** zkoumaná osoba, která si je vědoma, že je zkoumána, nebude reagovat přirozeně, ale tak, aby se jevila v co nejlepším možném světle.
- (3) **Měření jako zdroj změny:** výzkumný proces může vyvolat ve zkoumaných osobách postoje, které před tím neexistovaly.
- (4) **Stereotyp ve volbě odpovědi:** volba alternativních odpovědí je ovlivněna jinými faktory než míněním respondenta.

Zmínění autoři uvádějí ještě dvě další kategorie, ("interviewer effect" a "změny ve výzkumném nástroji") které jsou podle jejich mínění vyvolány výzkumníkem. My se však domníváme, že jsou to kategorie podřazené prvým čtyřem a nebudeme je na tomto místě používat. Je zřejmé, že naše základní techniky se z hlediska prvé kategorie, zvané efekt morčete, rozpadají do dvou skupin. V případě rozhovoru a dotazníku zkoumaná osoba vždycky ví, že je předmětem výzkumu. Jsou to takzvané **reaktivní metody** (obtrusive methods), kde v procesu sběru informací vyvoláváme reakci, kterou zamýšlíme analyzovat. Naproti tomu pozorování a studium dokumentů je nereaktivní neagresivní metoda. Sběr informací zde nevyvolává, nebo by alespoň neměl vyvolávat, žádnou reakci. (Ovšem některé z dokumentů mohly být vytvořeny reaktivními technikami při jejich vzniku, mimo rámec našeho výzkumu.)

To ovšem neznamená, že pozorování je vždy nereaktivní; pozná-li zkoumaná osoba, že je pozorována, stává se tato technika nutně reaktivní technikou. To se velmi často děje při experimentální manipulaci. Klasický je tzv. Hawthornský efekt. Roethlisberger a Dickson (1939) studovali produktivitu dělníků Western Electric v Chicagu a jejich spokojenost

s pracovními podmínkami. Zlepšené osvětlení pracoviště se odrazilo ve zvýšené produktivitě a vyšší spokojenosti dělníků. Další zlepšení osvětlení vedlo opět k ještě vyšší produktivitě. Pak - jako experimentální kontrola - světlo bylo opět ztlumeno, a kupodivu, produktivita opět vzrostla. Rozhodujícím činitelem nebyla reakce na fyzické změny, ale reakce dělníků na pozornost, která jim byla věnována. Ale my už víme, že použití kontrolní skupiny ve skutečném experimentu může pro tento typ zkreslení vyloučit.

Pod hlavičkou "výběr role" je skryt zdroj zkreslení, který je velice typický jak pro dotazník, tak i pro rozhovor. Zkoumané osoby mají přirozenou tendenci ukázat se v odpovědích v co nejlepším světle. V případě rozhovoru k tomu přistupuje ještě nový faktor, vyvolaný osobou tazatele; respondent může volit odpovědi tak, aby udělal co nejlepší dojem na konkrétní osobu, na tazatele.

Pohádka pro odrostlejší děti 13.

Historie téměř beze slov aneb O dvou tazatelích



Tazatel 1:
"Čtete rád poezii?"

Respondent Pepík:
"Zbláznil jste se?"



Tazatel 2:
"Čtete rád poezii?"

Respondent Pepík:
"Ó, já miluji poezii!"



Tomuto zkreslení, nazývanému v anglicky psané literatuře "interviewer bias", je obtížné předejít. Není vyvoláno jenom tím, jaký tazatel je, nejen tím, jak se chová, ale hlavně tím, jak je respondentem vnímán. Chování tazatele může nechtě respondentovi nabídnout klíče ke konstrukci falešné či správné představy o tazateli, a tato představa ho pak vede k odpovědi, o které se domnívá, že na tazatele učiní co největší dojem. Neutrální chování tazatele je nelehký úkol, zejména je-li pro něj obsah výzkumu nějak významný. Autor výzkumu může být proto velmi špatným tazatelem. Většina profesionálních výzkumných organizací používá služby tazatelů, kteří mají své vlastní hlavní povolání a je osvědčenou praktikou, že tazatelé, kteří jsou svým povoláním spojeni s předmětem určitého výzkumu, jsou z účasti na tomto výzkumu vyloučeni. Pojišťovací agent není použit jako tazatel pro výzkum zabývající se pojištěním; těžko by zachoval "poker face" při nehorázné odpovědi respondenta, kterou já, jako osoba zcela naivní v tomto oboru, klidně zaznamenám.

Podobnou roli může hrát tzv. **efekt záhlaví**, to jest zkreslující efekt představy zkoumaných osob o instituci, která výzkum pořádá, nebo se kterou respondent daný výzkum asociuje. Následující pohádka není vtip, ale fakt z historie naší, či spíše východoevropské sociologie:

Zkreslení výběrem role se ovšem neomezuje jen na rozhovor, ale je vlastní i dotazníku. Respondent se neidealizuje vzhledem ke konkrétnímu tazateli, ale vzhledem k nějak zobecněným druhým lidem, nebo vzhledem k instituci, kterou vidí či tuší za výzkumem. Naštěstí máme k dispozici některé technické postupy, které zvýší pravděpodobnost pravdivé odpovědi i na nepříjemné otázky. Tyto postupy nejsou bez problémů a budeme je probírat na následujících stránkách.

Horší je to se zkreslujícím vlivem měření jakožto zdroje změny. Krásný příklad jsme uvedli v naší pohádce č.3. Bohužel, takové benigní případy jsou spíše výjimkou. Tazatelů tak efektivních jako Jirka, není mnoho a tak obětavé a hodné babičky snad existují už jenom v pohádkách. Mnohem zhoubnější je vliv měření na postoje respondenta, zejména na postoje, které ještě nejsou pevně zakotveny v jeho vědomí. Naše výzkumy jsou často zaměřeny na

problémy, o kterých někteří respondenti nikdy nepřemýšleli, které pro ně nejsou skutečnými problémy a nemají k nim vyhraněný postoj. Teprve naše **otázka tento postoj vytvoří**. Odpověď dotazované osoby není nepravdivá, ale vyjadřuje postoj, který je nový a asi značně nestabilní. Naší hlavní obranou je předvýzkum: jen ten je nám schopen říci, zda požadované informace skutečně v cílové populaci existují. Dále nám mohou pomoci **filtrační otázky**. To jsou otázky, verifikující, jak dalece je respondent kvalifikován poskytnout žádanou informaci. Zjišťují třeba zkušenost respondenta z dané oblasti, jeho znalost atd.

Pohádka pro odrostlejší děti 14.

O dvou výzkumech

To bylo vlastně dost dávno, kdy sociologie bylo stále ještě nemravné slovo, které bylo opisováno mnoha různými způsoby, třeba jako vědecko-historický výzkum o přítomnosti. A přeci v té době Erika K. dokázala připravit znamenitý výzkum o náboženství v některých oblastech Čech a Moravy. Použila velice moudrou techniku, která téměř dokonale zajišťovala anonymitu. Dotazníky byly osobně rozdávány a po několika hodinách se tazatel vrátil, dal respondentům frankovanou obálku a respondenti sami vyplněný dotazník vrátili poštou. Zajímavé je, že některé vrácené obálky měly razítka poštovních úřadů vzdálených mnoho desítek kilometrů od míst, ve kterých se výzkum konal. Erika tak docílila nejen neobyčejně vysoké návratnosti, ale získala i velice upřímné odpovědi. Její výsledky byly u mocných tehdejšího světa velice nepopulární.

V té době navštívil Prahu jeden sociální vědec z jednoho nevelkého spřáteleného socialistického státu. Uviděl výzkum a řekl Eriče: "To je velice zajímavé. Já ten výzkum zopakuji. Ale udělám ho lepší!" A taky udělal. Když se asi o rok později vrátil do Prahy, prohlásil vítězně: "Neřikal jsem to, já mám mnohem lepší výsledky než Erika. Měl jsem stoprocentní návratnost, a náboženské předsudky u nás už vůbec neexistují." Možné je všechno, ale o perfektní návratnosti ještě nikdo nikdy neslyšel, a tak nám to ten soudruh profesor vysvětlil: "Já jsem vybral mnohem lepší tazatele, než měla Erika. Já jsem vybral ty osoby, které o obci nejvíce vědí a kterým každý důvěřuje: místní milicionáře!"

Stereotyp ve volbě odpovědi je v literatuře znám pod jménem *response sets*. Je to systematické seskupování odpovědí do určitých kategorií a toto seskupování nemá nic společného s obsahem otázky, ani s postojem, míněním respondentů. Ničemně toto

seskupování není náhodné. Jeden typ tohoto zkreslení je znám pod jménem *acquiescence* (podvolení, přitakání). Mnoho respondentů má tendenci s předloženým tvrzením souhlasit spíše než vyjádřit nesouhlas. To je zejména časté, když vyžadujeme odpověď ve formě souhlasu nebo nesouhlasu s předloženým tvrzením:

- Většinu lidí je možno důvěřovat. -silně souhlasím
-souhlasím
-nevím
-nesouhlasím
-silně nesouhlasím

V rozsáhlejších výzkumech můžeme toto zkreslení minimalizovat tak, že na různých místech dotazníku nebo rozhovoru předložíme obsahově shodné tvrzení, jednou v pozitivní a jednou v negativní formě. Tak předchozí otázka by mohla být opakována takto:

- Lepší je nedůvěřovat nikomu. -silně souhlasím
-souhlasím
-nevím
-nesouhlasím
-silně nesouhlasím

Dalším zdrojem zkreslení je tendence mnoha zkoumaných osob volit střední, neutrální kategorii v uzavřených otázkách. Řešením tu může být technika *nucené volby*. Střední, neutrální kategorie ("nevím" v našem příkladu) není prostě v uzavřené otázce použita a respondent se musí rozhodnout mezi kategoriemi popisujícími různé stupně souhlasu či nesouhlasu.

Někdy "response set" může nabýt velice zajímavé formy:

Pohádka pro odrostlejší děti 15.

O zkreslení vpravdě tvořivém aneb Pohádka s mravním ponaučením

Kdysi, kdesi, ale v podstatě po celém civilizovaném světě, byly pro poradenství ve volbě povolání používány různé dotazníky. Jeden z nich se snažil o co nejdůkladnější inventuru kandidátových zájmů. Byl to velmi dlouhý dotazník, obsahoval několik set položek. Každá z nich obsahovala stručný popis nějaké činnosti nebo prostředí. Vypadalo to asi takto:

112. Pracovat se zvířaty A a ? n N
113. Řešit složité problémy A a ? n N

Respondenti byli instruováni zakroužkovat "A" když zmíněná činnost byla pro ně velice zajímavá, "a", když byla poněkud zajímavá, "?" ani zajímavá, ani nudná, "n" reprezentovalo nudnou a "N" velice nudnou činnost.

Viděli jsme vyplněné dotazníky z výzkumu na populaci učňů, který byl proveden v prvních poválečných letech, a bylo to velmi zajímavé čtení. Prvé stránky dotazníků byly vyplněny většinou pečlivě. Ale postupně přibývalo přeskočených otázek, zdaleka ne všichni respondenti se dostali až ke konci dotazníku. Ne všichni však podlehl v tomto zápase s nudou bez boje. Zaškrtnuté odpovědi začaly dostávat formu geometrických obrazců. Viděli jsme kolmice, šikmé linky v nejrůznějších kombinacích a profesor Hyhlík pečlivě sřezal dotazník vyplněný jakýmsi tvořivým mladým mužem, jehož odpovědi na posledních stránkách dotazníku vytvářely opakovaně populární nemravný obrázek.

A tady je to slíbené mravní naučení: Je snadné předpovědět, že výzkumný proces, který je pro respondenty nudný, vyvolá nutně zkreslení. Třeba i ve formě *response setu*. Ale je vskutku nemožné odhadnout, jaký bude obsah tohoto zkreslení.

Tak a teď už víme něco o základních nástrojích sběru informací. Ale nevíme ještě, jak a kdy je používat. Alespoň něco si o tom povíme v příští kapitole.

Řešení úkolů z kapitoly 6.

Cvičení 6.1.

To dodatečné zkreslení je dosti zřejmé: Uzavřená otázka obsahuje dvě pozitivní kategorie ("velice spokojen" a "dostí spokojen"), jednu neutrální kategorii ("někdy spokojen, někdy ne") ale jen jednu negativní kategorii. I kdyby všichni respondenti odpovídali zcela náhodně, výsledky vyjádří převahu postojů příznivých pro federální vládu.

Kulhavý poutník

dotazník vs. rozhovor
telefonní interview
CATI
formulace otázek
nezbytnost otázky
srozumitelnost
dosažitelnost informace
úplnost kategorií
vzájemná vylučnost kategorií
sugestivní otázky
váha odpovědí
filtrační otázky
nepřijemné otázky
anonymita
nepřímé měření
projekční otázky
anekdotické otázky
test nedokončených vět

kontrolní otázky
random probe
pořadí otázek
halo efekt
logika pořadí
omnibusový výzkum
vyhýbkové otázky
sémantický diferenciál
trvání rozhovoru
standardizované pozorování
stopy chování
analýza dokumentů
obsahová analýza
záznamové jednotky
kontextuální jednotky
sekundární analýza
data banks

Kapitola 7.

Kulhavý poutník

Absolutní znalost neexistuje. Každá informace je neúplná. Musíme k ní přistupovat pokorně.

J. Bronowski, THE ASCENT OF MAN

A teď je konečně čas prodat se alespoň některými malými úseky džungle technických aspektů sběru informací. Je to pěkně komplikovaná džungle a její spolehlivé zmapování by vyžadovalo celou knihu. Na našich několika stránkách můžeme ukázat jen některé z nejnebezpečnějších močálů, upozornit na některé důležité nebo zajímavé součásti naší výzbroje a výstroje a podívat se alespoň stručně na to, jak tyto nástroje aplikovat. Tato kapitola není návodem, který by vypočítával zhrubně všechny techniky, jejich aplikovatelnost a definoval pravidla jejich použití. Naše kapitola je spíš něco jako prodejní katalog velkého obchodního domu, který chce inzerovat něco z toho, co má na skladě. Účelem není prodat, ale přimět vážnějšího zájemce, aby se patřičně vyzbrojil na pořádnou expedici. Tato výzbroj není příliš složitá, chce to jenom číst.

7.1. Dotazník nebo rozhovor?



Dr. Watson:

To je přece zbytečně otázka. Každý přece používá dotazník!

Tak se na to podívejme zblízka. Tabulka 7.1. porovnává některé důležité vlastnosti obou technik, standardizovaného rozhovoru a dotazníku.

Tabulka 7.1.

Rozhovor	Dotazník
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. Získat informace v rámci určitého časového limitu může být velice nákladné a často i nemožné.	Dotazník umožňuje poměrně snadno získat informace od velkého počtu jedinců v poměrně krátkém čase a s poměrně malým nákladem.
Rozhovor vyžaduje spolupráci dosti velkého počtu alespoň částečně vyškolených tazatelů v terénu.	Spolupracovníci v terénu jsou nezbytní jen někdy (při použití osobně rozdělovaných a sbíraných dotazníků). Požadavky na jejich 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.
Rozdíly mezi tazateli a rozdíly v jejich chování mohou vyvolat "interviewer bias".	Formální shodnost podnětové situace je vysoká; "interviewer bias" je prakticky vyloučen.
Rozhovor klade menší nároky na iniciativu respondenta, pro respondenta je obtížnější vynechat odpovědi na některé otázky.	Dotazník klade vysoké nároky na ochotu dotazovaného, je snadné "přeskočit" otázky nebo neodpovědět vůbec.
V rozhovoru je téměř jisté, že dotazovaná osoba je ta, která byla vybrána do vzorku.	U dotazníku je možné, že otázky byly zodpovězeny jiným členem rodiny, nebo, a to nejčastěji, celým rodinným týmem.
Proporce úspěšně dokončených rozhovorů je podstatně vyšší, než návratnost dotazníku.	Návratnost je velice nízká. S výjimkou některých speciálních případů je tak nízká, že jakákoliv reprezentativnost vzorku je ztracena.

Že by měl Dr. Watson pravdu? Z devíti kritérií zmíněných v naší tabulce, šest jich jednoznačně svědčí ve prospěch dotazníku. Některé důvody proti použití rozhovoru jsou závažné. Je to především existence zkreslení vyvolaného tazatelem a zejména vysoká nákladnost tohoto postupu. Náklady na rozhovor jsou ve srovnání s dotazníkem mnohonásobně. Nicméně jedna jediná vlastnost dotazníku naprosto znehodnocuje jeho dobré stránky: nesmírně nízká návratnost. To platí zejména o velice ekonomických, poštou distribuovaných dotaznících. I když použijeme všechny dämyslné triky zkonstruované ke zvýšení návratnosti (o některých z nich se zmíníme v následujících odstavcích) návratnost 50% je považována v mnoha průmyslových zemích za slušný úspěch. Nejvýznamnější na tom je,

že taková dramatická redukce velikosti vzorku má **systematický charakter**, že výsledky založené na takto zkomoleném vzorku se mohou velmi podstatně lišit od výsledků, které bychom dostali ve vzorku skutečně reprezentujícím zkoumanou populaci. Žádné zvýšení velikosti vzorku toto zkreslení neodstraní, a tak nám nezbyvá, než se smířit s tím, že dotazník, alespoň v této formě, je pro seriózní výzkum většinou nepoužitelný.



*Dr. Watson
(tiše vzlyká)*

Tak to musíme našeho přítele alespoň trochu utěšit. Existují totiž i jiné techniky distribuce dotazníku, než pošta. Dotazníky mohou být osobně distribuovány a sbírány a to zaručuje návratnost srovnatelnou s rozhovorem; ovšem finanční a časové náklady jsou také srovnatelné. Někdy můžeme náklady spojené s osobní distribucí dotazníků minimalizovat. Je-li určitá populace prostorově koncentrována, můžeme použít techniku, pro kterou mají Němci krásné dlouhé jméno: *Klassenzimmerfragenbogen*. Respondenti jsou shromážděni v místnosti, obdrží dotazník, který na místě vyplní. Tato technika funguje velmi dobře na některých víceméně bezbranných populacích, jako jsou studenti, vojáci nebo zaměstnanci. Velice chytrá technika byla použita svého času studijním oddělením Čs. rozhlasu: dotazníky byly rozdělovány a sbírány poštovními doručovateli, a protože listonoši byli odměňováni podle počtu vyplněných dotazníků, návratnost byla vysoká. V tomto případě doručovatelé vybírali respondenty sami, podle jednoduchých kritérií kvótního výběru. Snad by bylo možné použít tuto techniku i pro pravděpodobnostní vzorek, přičemž doručovatelé by distribuovali a sbírali dotazníky členům vzorku zkonstruovaného technikami náhodného výběru.

Ale i poštou distribuovaný dotazník může být někdy relativně úspěšný, zejména je-li pro naši populaci předmět výzkumu důležitý nebo pokud se jedná o nějaký citlivý problém, kdy validita výsledků by mohla být podstatně ohrožena tím, že kupř. v rozhovoru není dostatečně zajištěna jejich anonymita.

V každém případě musíme použít všechny prostředky, které mohou návratnost dotazníku zvýšit. Především musíme respondentovi co nejvíce ulehčit zodpovězení a vrácení dotazníku. Zanedbání některých základních kroků může vést k opravdu katastrofální návratnosti. Frankovaná obálka, slušná kvalita papíru, dostatek místa pro odpovědi, to jsou základní nezbytnosti. Důležitou úlohu hraje délka dotazníku: se vzrůstající délkou dotazníku návratnost klesá. Je zajímavé, že dosáhne-li dotazník délky asi deseti stránek, pak další růst délky nad tuto hranici zřejmě již žádný měřitelný vliv na návratnost nemá. Vliv na návratnost může mít i prestiž sponzora, pro kterého je výzkum prováděn. Ovšem jméno některých institucí může vyvolat systematické zkreslení. Např. uvedeme-li jako sponzora výzkumu o postoji k potratům jméno organizace dobře známé svým negativním postojem k potratům, pak ovšem tento fakt výběrově zvýší návratnost u těch respondentů, kteří sdílejí postoje takové organizace. Dobrou pomůckou je i doprovodný dopis, který vysvětlí účel výzkumu, jeho užitečnost pro respondenty, vysvětlí, jak byl respondent vybrán a jak je zajištěna jeho anonymita. Z dopisu by mělo být pro respondenta zřejmé, jak významné jsou pro nás jeho odpovědi. Z tohoto důvodu se používají stále častěji personalizované doprovodné dopisy. Prakticky všechny modernější programy pro automatické zpracování textu nám umožní připravit dopis, do kterého program automaticky vloží z připravené databáze adresu, oslovení atd.

Jedním z nejefektivnějších nástrojů ke zvýšení návratnosti je odměna za vyplnění dotazníku. Obvykle nebývá příliš vysoká, jde zde spíše o její symbolický význam. V angličtině existuje běžně užívané rčení "Penny for your thought", což bychom mohli přeložit přibližně jako "Pěňák za to, co si myslíš". Lístek s touto frází a zbrusu nová jednocentová mince - nejnižší hodnota existující v USA měně - byly připojeny k dotazníku. Tato jednoduchá a nenákladná akce zvýšila významně návratnost dotazníku. Jindy byl stručný dotazník vytištěn na rub šeku na malý obnos a vyinkasované šeky-dotazníky byly vráceny bankou výzkumníkovi. Častou odměnou za vyplnění dotazníku jsou losy, asi v hodnotě 1 \$, jindy jsou vyplněné dotazníky zařazeny do slosování pro větší ceny. Ale pozor, nabídnutá odměna může někdy zkreslit naše výsledky, jak je to ilustrováno v naší absurdní pohádce č. 16:

Pohádka pro odrostlejší děti 16.

Všeho moc škodí aneb Pohádka o absurdní návratnosti

Byla jednou jedna země, ze které mohli cestovat do zahraničí jen Ti Nejvybranější a těch nebylo mnoho. Jednoho dne se Ti Nejvybranější rozhodli, že potřebují spolehlivou informaci o postojích zbytku obyvatelstva. Rozhodli se, že použijí techniku dotazníku a protože se dočetli, že návratnost je důležitá, nabídli velkorysou odměnu: všechny vyplněné dotazníky budou zařazeny do slosování. První cena byla opravdu velkorysá: dvoutýdenní pobyt pro dva v jedné krásné a teplé cizí zemi. Tu cenu mohl získat každý, i ten, kdo nepatřil mezi Ty Nejvybranější. Výsledek byl vskutku epochální. Z 2000 dotazníků se jich vrátilo 2400, a tak poprvé v dějinách návratnost překročila 100%. To je pozoruhodné proto, že v té zemi byly všechny tiskářské stroje přísně kontrolovány.

Ovšem nejúčinnější cesta ke zvýšení návratnosti rozesílaného dotazníku je velice pracná a prozaická. Jedná se o to, čemu se v anglicky psané literatuře říká **follow-ups**. Po určitém počtu dnů, typicky po dvou týdnech, respondenti kteří nevrátili dotazník, dostanou "upomínku", obvykle pěkně formulovaný text na korespondenčním lístku. Asi dva týdny poté můžeme těm, kteří ještě neodpověděli, poslat nový exemplář dotazníku a jsme-li opravdu vytrvalí, můžeme po určité době těm zbývajícím poslat doporučeně další exemplář dotazníku. Ve skutečnosti to není tak jednoduché, jak to na první pohled vypadá. Tento postup vyžaduje, abychom měli přesnou evidenci o tom, kdo odpověděl a kdo ne, přitom však nesmíme porušit anonymitu výzkumu. Řešení tohoto problému není těžké: ke každému dotazníku připojíme nejen frankovanou odpovědní obálku, ale i korespondenční lístek s respondentovou adresou a požádáme respondenty, aby tuto dopisnici odeslali, když odesílají dotazník. To všechno je ovšem velmi pracné a nákladné, zejména při výzkumech na velkém vzorku; osobní počítače nám i zde mohou práci podstatně ulehčit. Jak účinná je tato metoda, svědčí výsledky studie provedená v USA: návratnost na původně rozeslané dotazníky byla 23,8%. Pak byly aplikovány všechny kroky popsané výše, a po sedmi týdnech návratnost dosáhla úctyhodných 72,4% (Dilman, Christensen, Carpenter & Brooks 1974).

Kdykoli je návratnost neuspokojivá, měl by výzkumník vědět, jak se jeho vzorek liší od populace. Nejjednodušší je srovnat distribuci dat v dotazníku se známými daty o populaci. Prakticky to budou téměř vždycky jen demografická data. Nesmíme však zapomenout, že i kdyby byla značná shoda mezi oběma skupinami dat, nezaručuje to, že ti, kteří zodpověděli dotazník, se neliší od těch, kteří neodpověděli v jiných, pro náš výzkum důležitějších dimenzích. Jsou-li naše výsledky opravdu důležité, mají-li třeba být podkladem pro nějakou

sociální intervenci, může být prozíravé zjistit alespoň směr zkreslení v našem nedokonalém vzorku. K tomu opět potřebujeme mít evidenci o adresách těch, kteří neodpověděli. Pak můžeme na vzorku vybraném z těch, kteří neodpověděli, provést výzkum rozhovorem. To nám alespoň umožní odhadnout, kterým směrem se odchylují naše výsledky od těch, jež bychom obdrželi na nezkráceném vzorku.

Tak doufejme, že se nám podařilo Dr. Watsona utěšit. A když už jsme v takové smířlivé náladě, podívejme se na to, zda můžeme něco udělat s nejzranitelnějšími body v rozhovoru, s jeho nákladností a se zkreslením vyvolaným přítomností tazatele (interviewer bias).

Nejslibnější řešením se zdá být telefonní interview. Pro nás je to řešení prozatím jenom perspektivní; jak již samo jméno naznačuje, tento postup je omezen jen na populaci těch respondentů, kteří mají telefon a tato populace se může podstatně lišit od ostavného obyvatelstva. (Pamatujete na blamáž kterou utrpěl v roce 1936 Literary Digest? Ta byla vyvolána právě zkreslením tohoto typu. Možná, že by bylo užitečné podívat se znovu na naši Pohádku č. 8.) V Severní Americe se telefonní interview stává v poslední době takřka rutinní metodou terénního sběru informací: v roce 1987 (U.S. Bureau of Census 1987) mělo více než 97% amerických domácností telefon. Tento typ sběru informací má četné výhody: Je sice dražší než rozesílaný dotazník, ale mnohem levnější než rozhovor tváří v tvář. Kupříkladu v USA se náklady na dobrý telefonní výzkum pohybují kolem 50% nákladů na rozhovor. Návratnost je mnohem lepší než u dotazníku. Nezodpovědět dotazník znamená pro potenciálního respondenta zůstat pasivní. Odmítnout telefonní interview vyžaduje akci: výslovně odmítnout nebo vymyslet si nějakou výmluvu. Třeba: "Někdo je u dveří, musím bohužel končit". Zvláště krásnou výmluvu cituje Babbie (1989, p. 252): "Ježíši, prasata žerou moje VOLVO". To se však stává většinou tehdy, je-li náš interview příliš dlouhý nebo když překročíme dobu trvání rozhovoru, kterou jsme na začátku zkoumané osobě slíbili. Telefonní interview prakticky zamezí nepříjemnému fenoménu, velmi častému u dotazníku - vynechání odpovědi na některé otázky. Snižuje také pravděpodobnost, že otázky budou zodpovězeny jiným členem rodiny než tím, který byl vybrán do vzorku, nebo - což se v případě dotazníku stává velice často - celou rodinnou radou.

Telefonní interview má také některé výhody ve srovnání s rozhovorem tváří v tvář: anonymita je v telefonním rozhovoru mnohem přesvědčivější. Kontakt mezi tazatelem a respondentem je omezen jen na hlasovou komunikaci a tak "interviewer bias" je mnohem slabší. Telefonní

interview však zejména umožňuje menšímu počtu vyškolených tazatelů zvládnout velký, prostorově rozptýlený vzorek v poměrně krátkém čase a bez cestovních nákladů. Další výhodou je pro nás naštěstí snad zatím jenom hypotetická. S dramaticky rostoucí kriminalitou ve velkých severoamerických městech stále vyšší a vyšší procento lidí odmítá vpustit cizince - tazatele - do jejich bytu a jsou zaznamenány i případy, že tazatel byl fyzicky napaden. Výzkumná agentura pak nese riziko žaloby o odškodné. Není proto překvapivé, že se telefonní interview zvolna stává základním nástrojem rutinního výzkumu. Bohužel, rozmach této techniky je nyní brzděn kontaminací terénu "tele-marketingem", obchodem po telefonu. Průměrný občan dostává alespoň tak šestkrát měsíčně telefonní nabídky, aby si nechal opravit střechu za neuvěřitelně výhodných podmínek, je mu gratulováno, že byl vylosován mezi několik šťastných, kteří mohou zakoupit za poloviční cenu kondominium na Floridě, nebo že může za pouhých \$ 150.- a během jednoho měsíce získat doktorát teologie od Divine University v Moose Jaw. Tyto nabídky se často maskují jako výzkum a to pak zvyšuje pravděpodobnost odmítnutí i pro výzkum zcela legitimní. Můžeme to kompenzovat tím, že na telefonní výzkum upozorníme dopisem, adresovaným vybranému tazateli. To však vylučuje použití neobyčejně slibné varianty telefonního interview: CATI.

Dnes již existuje celá řada programů pro **telefonní interview s pomocí počítače** (Computer Assisted Telephone Interview). Ty pracují asi takto. Tazatel čte otázky z obrazovky a ukládá ihned odpovědi respondentů přímo do ústřední počítačové paměti ve které jsou kumulovány odpovědi shromážděné všemi tazateli. Po skončení kteréhokoliv interview jsou data okamžitě v takové formě, že mohou být bez jakýchkoliv dalších operací podrobena statistické analýze a někdy jsou určité části této analýzy prováděny průběžně. V kterékoli fázi sběru informací můžeme třeba zjistit kolik mužů a kolik žen jsme do této chvíle interviewovali, jaký je průměrný věk respondentů, od nichž jsme až do této chvíle shromáždili odpovědi atd. Kódování a vstup dat jako samostatné operace odpadají. Tyto operace jsou velice nudné a jsou proto zdrojem častých chyb. Odpadá také nutnost tisknout tisíce stránek záznamových archů a manipulovat s nimi. Tím však výhody této metody nekončí. CATI program automatizuje aplikaci strukturovaných, větvených otázek. Tazatel už nemusí sledovat instrukci: "Když odpověď na otázku č. 136 byla "NE", přejdi ihned k otázce č. 142." O to se teď postará počítač sám. Když tazatel zaznamenal "NE" jako odpověď na otázku 136, jako další otázka se na obrazovce automaticky objeví otázka 142. CATI programy jsou opravdu docela chytré, kontrolují tazatele. Upozorní kupř. že v určité odpovědi byl použit "ilegální" kód: v záznamu odpovědi na otázku, která má jen tři kategorie kódované 0, 1 a 2, se tazatel překlepl,

a zaznamenal kód 3. Program je také schopen zachytit chybné odpovědi které jsou zřejmě nemožné nebo velice nepravděpodobné jako např. datum narození 29.února v roce který není přestupný nebo dokončené vysokoškolské vzdělání u respondenta který udal že jeho věk je dvanáct let. Počítač upozorní ihned tazatele na tyto nesrovnatelnosti. Tazatel se k těmto problémům vrátí a na místě je opraví. Program je také schopen zabránit náhodnému vynechání otázek: další otázka se neobjeví, dokud tazatel nezaznamenal odpověď na předchozí otázku. Chceme-li, můžeme program instruovat, aby upozornil tazatele - zejména, používáme-li kontrolní otázky - na nesrovnalosti v respondentových odpovědích. CATI program může zabránit zkreslení, vyvolanému pořadím otázek. V rozhovoru jakákoliv otázka může ovlivnit odpověď na kteroukoliv z následujících otázek. CATI program nám umožní měnit náhodně pořadí otázek, nebo lépe bloků otázek, a tak minimalizovat toto zkreslení. (Viz Frey 1989 a Lavrakas 1987.)

Ale snad nejdůležitějším důvodem pro rychlý růst popularity CATI programů je možnost aplikace **náhodné volby telefonních čísel**. Při tomto postupu se konstrukce vzorku, spolu s rozhovorem, kódováním a "čištěním" dat (jak jsme to diskutovali v předchozím odstavci) stávají jedinou, souběžnou operací. Logika, na které spočívá tato technika tvorby náhodného vzorku je totožná s technikou víceetapového náhodného výběru, o němž jsme mluvili v páté kapitole. Náhodná volba telefonních čísel má všechny výhody víceetapového výběru, a odstraňuje i jeho nákladnost a pracnost. Z geografické oblasti dané definicí populace jsou náhodně vybrány územní jednotky definované telefonními ústřednami, a pak iniciativu přebírá počítač. Generuje náhodně potřebný počet čísel a když volané číslo odpoví, předá slovo tazateli. Ten, poté co zjistil, že volané číslo je domácí a ne obchodní nebo úřední telefon, začne otázkou: "Můžete mi říci, prosím, kolik osob žije ve vaší domácnosti", a pak pokračuje s náhodným výběrem uvnitř domácnosti stejně, jak jsme to popsali v souvislosti s víceetapovým náhodným výběrem. Náhodná volba telefonních čísel je velice účinnou technikou konstrukce vzorku. Klecka a Tuchfarber (1978) ji aplikovali ve výzkum o postojích ke zločinu, jeho obětím a k policii a porovnali výsledky se studií provedenou v roce 1974 rozhovorem tvář v tvář (U.S. Bureau of Census). Výsledky obou studií byly velice podobné, jak vzhledem k demografické skladbě vzorků, tak vzhledem k distribuci zkoumaných postojů.

7.2. Otázky o otázkách

Konstrukce otázek, to je opravdu problém, hodně komplikovaný a riskantní. Některé základní gnozeologické problémy spojené s transformací informace jsme již probrali v kapitole 3. Technické stránky stavby otázek - to je sama o sobě dost složitá záležitost o které byla napsána celá řada knih. V naší knížce máme na to jen málo místa, jen tolik, abychom uvedli několik nejdůležitějších, víceméně technických námětů, které mohou být užitečné při konstrukci otázek. Naprostá většina toho, o čem tu budeme mluvit, platí právě tak pro rozhovor, jako pro dotazník.

Takže, jste-li svojí povahou náchylní k dobrodružství a dáváte-li (vzhledem k zdravotnímu stavu nebo k přeplněnosti lezeckých oblastí) přednost empirickému sociologickému výzkumu před horolezectvím, je zde řada otázek, které si musíte zodpovědět o každé otázce, kterou hodláte použít pro svůj standardizovaný rozhovor nebo dotazník.

(1) Je tato otázka opravdu nezbytná?

Pro kterou z našich hypotéz tuto otázku potřebujeme? Důvod, že by určitá otázka mohla poskytnout zajímavou informaci, naprosto není důvodem k jejímu zahrnutí do výzkumu; na to je empirický výzkum opravdu trochu drahou hračkou.

(2) Měří tato otázka opravdu to, co chceme měřit?

Není nezbytné aplikovat na ni některý z testů validity, o kterých jsme již hovořili? Zdravá skepse je neocenitelnou vlastností výzkumníka. Rozhodně je lepší, ztratit čas "zbytečným", to jest úspěšným testem validity, než stavět své závěry na nevalidních datech.

(3) Bude tato otázka srozumitelná opravdu každému členu našeho vzorku? Budou ji všichni respondenti rozumět stejným způsobem?

Každý z nás má svůj kulturní bias a je téměř nemožné odhadnout, jak bude otázka vnímána příslušníky jiné sociální třídy, lidmi s jiným vzděláním atd. Jedinou jistotu nám může dát

vyzkoušení otázky ve skutečném předvýzkumu, tedy na malém vzorku naší populace a ne na kolegovi, jehož porozumění otázce je zkuseno stejně jako naše.

(4) Je respondent vůbec s to poskytnout nám žádanou informaci?

To je opět velmi obtížné odhadnout. Řešením tu bude tentokrát pilotní studie, kupř. nestandardizovaný rozhovor na malém vzorku opět z cílové populace.

(5) Neptá se otázka na dvě různé věci najednou?

Ten problém "dvouhlavňové" otázky už známe.

Máte rád mléko a mléčné výrobky?

-ano
-ani rád, ani nerad
-ne

Jak mám odpovědět, když mám rád jogurt, miluji sýry, ale nestáším mléko?

(6) Není naše otázka sugestivní?

Sugestivní otázka má takovou formulaci, která zvyšuje neúměrně výskyt určité varianty odpovědi. Sugestivnost otázky může být docela subtilní. Nebezpečí vyprodukovat vulgárně sugestivní otázku typu "Doufám, že máte rád sýry, že ano?" je opravdu minimální. Sugestivnost otázky může být vyvolána tím, že otázka výslovně zmiňuje jen jednu alternativu. Tak otázka "Řekl byste, že máte rád sýr?" je sugestivní a měla by znít asi takto: "Řekl byste, že máte rád sýr, nebo byste spíše řekl, že jej nemáte rád?" Sugestivnost otázky může být způsobena i nesymetrickým rozložením alternativních kategorií pro uzavřené otázky, jak jsme to ilustrovali ve cvičení 6.1. Pravděpodobně největší problémy jsou spojeny s používáním emotivně laděných pojmů. Nezáleží na tom, je-li citový náboj pozitivní, tento fakt rozhodne jen o směru zkreslení. Vhodná formulace nám někdy pomůže toto zkreslení překonat. Otázka "Bijete někdy své děti?" určitě vyvolá méně pozitivních odpovědí, než otázka formulovaná třeba takto: "Někdy se zlá opravdu nezbytně použít při výchově dětí místo domluvy mírný tělesný trest. Řekl byste, že souhlasíte, nebo spíše nesouhlasíte s tímto názorem?" Velice silné zkreslení může vyvolat dovolávání se populárních autorit. Otázka uvedená "Souhlasíte

s názorem pana presidenta, že..." by určitě vyvolala jinou distribuci odpovědí, než otázka uvedená prostě "Souhlasíte s názorem, že..."

(7) Je výčet kategorií pro odpovědi na uzavřenou otázku úplný? Vylučují se vzájemně použité kategorie?

Splnění těchto podmínek by nemělo být obvykle příliš obtížné. Nejsme-li si jisti úplností výčtu našich otázek, přidáme prostě kategorii *JINÉ: Vypište prosím odpověď*. Nejlepším prostředkem jak předejít překrývajícím se kategoriím, je použití kategorií tak specifických, jak je jen možno.

(8) Je použití otevřené otázky opravdu nezbytné?

Zkušenost ukazuje, že jenom zlomek otevřených otázek použitých ve standardizovaném kvantitativním výzkumu je opravdu použit pro finální analýzu. Je to jen přirozené. Největší silou otevřených otázek je jejich schopnost minimalizovat nezbytnou redukci informací. To je ovšem v protikladu s podmínkami kvantitativního výzkumu. Ten je schopen testovat hypotézy jen na omezeném počtu proměnných a tyto proměnné mohou mít jen velice omezený počet formálně dobře definovaných kategorií. Počet kategorií je omezen velikostí vzorku. Kdybychom měli příliš mnoho kategorií, v každé z nich by bylo jen velice málo jedinců. A představme si tabulku popisující souvislost mezi dvěma proměnnými s mnoha kategoriemi. Mnoho polí v takové tabulce by bylo prázdných nebo by obsahovaly jen velice nízké četnosti. Statistika takových dat je pak nutně silně zkreslená.

Otevřené otázky v kvantitativním výzkumu musí být tedy zakódovány do omezeného počtu kategorií. Nejenže přitom ztratíme značnou část zaznamenané informace, ale proces kódování otevřených otázek je namáhavý a časově velmi náročný. Je to operace docela zajímavá, ale jen na začátku, tak pro prvních padesát dotazníků. Pro zbyvajících, řekněme, 1450 ostatních je to pěkná otročina. Ale to už poznáte sami, až to budete jednou dělat. Zkrátka, otevřené otázky bychom měli v kvantitativním výzkumu použít jen tehdy, kdy je to naprosto nezbytné, když opravdu nejsme schopni připravit předem uspokojivý seznam možných kategorií. Potřebujeme-li příliš mnoho otevřených otázek, pak je to jen důkazem toho, že naše problematika není ještě zralá pro kvantitativní výzkum. V takové situaci bychom měli

uvažovat o aplikaci některých postupů kvalitativního výzkumu, který nám umožní generovat testovatelné hypotézy. A ještě jednu poznámku k tomuto bodu. To, co jsme zde řekli, neplatí o tazatelem kódovaných otázkách. Někdy, abychom zabránili sugestivnímu vlivu alternativních kategorií, je otázka předložena našim respondentům jako otevřená, ale tazatel zaznamená odpověď zaškrtnutím jedné z předem připravených kategorií.

(9) Nevyžaduje otázka nějaké příliš zobecněné údaje?

Otázky, které vyžadují nějaké "průměrné" údaje, mohou být pro respondenta velice obtížné. Mnohem lepší je přeformulovat tyto otázky do nějaké konkrétní formy. Kupř. na otázku "Kolik knih přečtete v průměru za měsíc?" bude respondent schopen správně odpovědět jenom výjimečně. Mnohem snazší bude odpovědět na otázku "Kolik knih jste přečetl za poslední čtyři týdny?" a ještě lepší by byla tato formulace: "Které knihy jste četl v posledních čtyřech týdnech?" Nejde nám přirozeně o to, zjistit skutečné tituly těchto knih. Kupř. odpověď "To byla taková historie o princovi, co potkal ducha a ten mu řekl, aby zabil strejčka" je stejně přijatelná, jako odpověď obsahující přesné bibliografické údaje. Zamýšlení nad tituly dovede respondenty k daleko konkrétnější a realističtější odpovědi. K velice nekonkrétním a nespolehlivým odpovědím vedou otázky typu "Proč...?" Poznat skutečnou motivaci našich postojů a rozhodnutí je pro nás většinou nemožné. Objevit pravdivou motivaci je pro výzkumníka obtížný úkol a úkol rozhodně nemožný pro zkoumané osoby. Otázka "proč" může v respondentovi jenom zahájit určitý myšlenkový proces a patří spíše do domény kvalitativního výzkumu.

(10) Mají odpovědi všech respondentů stejnou váhu?

Někteří z našich respondentů mohou být o určitém problému lépe informováni než ostatní a tak jejich odpovědi mohou být závažnější. V takové situaci je vhodné použít tzv. filtrační otázky, které nám pomohou odlišit lépe informované respondenty od ostatních. Řekněme, že bychom studovali postoje obyvatelstva ke zdražení pohonných hmot. Zde by bylo důležité odlišit odpovědi těch, kdo vlastní auto, od odpovědí ostatních. Pravděpodobně bychom potřebovali získat od majitelů aut i nějaké další informace. Odpověď na filtrační otázku je pak

jakousi výhybkou. Negativní odpověď na otázku o vlastnictví auta vede tazatele k instrukci, aby přeskočil sérii otázek irelevantních pro daného respondenta.

(11) Není tato otázka nepřijemná, znepokojující, nemůže se respondent cítit ohrožen pravdivou odpovědí?

Takových otázek je mnoho; pro sociologický výzkum jsou často důležité informace, které většina lidí v denním sociálním styku neinzeruje, informace, které mají intimní charakter, informace o chování, které není zcela legální, nebo není zcela etické, ale kterého se přece jen většina z nás alespoň občas dopouští. Získání takových odpovědí je zpravidla obtížné. Nicméně v empirickém výzkumu existuje řada postupů, které mohou alespoň zvýšit pravděpodobnost pravdivé odpovědi i na tyto obtížné otázky. Jejich podrobnější popis by vyžadoval celou obsáhlou kapitolu. Zde si můžeme tento problém jenom ilustrovat několika jednoduchými příklady různých technik, kterým věnujeme alespoň celý následující odstavec.

7.3. Jak se ptát na to, o čem se nemluví

Velmi důležitou roli tu hraje anonymita výzkumu, nebo přesněji, přesvědčení zkoumaných osob o tom, že výzkum je skutečně anonymní. Respektování anonymity je základní požadavek výzkumné etiky; nicméně to samo o sobě nestačí. Pamatujeme si dobře, jak si v jednom z našich prvých výzkumů zkoumané osoby prohlížely dotazníky proti světlu, aby zjistily, zda archy nejsou identifikovány vodotiskem. Nicméně nedůvěra v anonymitu je problémem i v relativně velice svobodných zemích s dlouhou a nepřerušovanou tradicí výzkumu veřejného mínění.

Cvičení 7.1.

Viděli jsme docela nedávno záznamový arch pro komerční výzkum v Ontariu, v záhlaví tohoto dokumentu, ze kterého tazatel čelil otázce byl vytištěn velkými červenými písmeny tento nápis: "Nezaznamenávejte, prosím, respondentovo jméno!" Zamyslete se nad tím, jaká byla funkce tohoto nápisu.

Další jednoduchý, ale rozhodně ne snadný trik je zamyslet se nad stylizací otázky a jejím slovníkem. Použití vhodného eufemismu může být velmi účinné. Místo "trestání dětí"

můžeme se ptát na "výchovné metody", místo otázky o "rozkrádání" se můžeme zeptat, zda "lidé někdy odnesou něco z továrny." Otázka "Falšuje někdo z vašich spolupracovníků úkolové listy?" přinese jinou distribuci odpovědí než otázka "Vyplňují všichni vaši spolupracovníci úkolové listy docela správně?" Někdy můžeme použít záměrně sugestivní otázku, abychom kupř. vyvážili vliv konceptů spojených se silnou citovou náloží, nebo překonali přirozenou tendenci volit "libivější" odpověď. Dnes již je klasický příklad takové otázky, uvedený Maccobym a Maccobym (1956): "Domníváte se ve vaší rodině, že je třeba dávat si najevo vzájemnou náklonnost, nebo patříte spíše mezi lidi ukázněnější?" Ptáme-li se po postojích nebo jednáních, spojených s určitým sociálním stigmatem, může být vhodnou následující strategie: Nežádáme respondenta, aby se "přiznal" kupř. k určitým aktivitám, které může považovat za závadné. Místo toho formulujeme otázku tak, aby navrhovala, že takové "problematické" chování je zcela běžné. Zde je několik příkladů: "Kdy jste naposledy kouřil marihuanu?"; "Kolik asi korun měsíčně věnujete na sázky?".

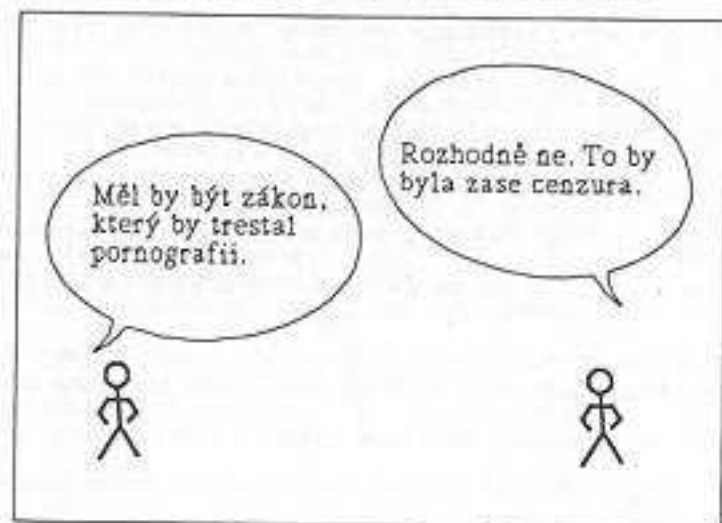
Pro dotazované osoby může být nepřijemné, že neznají odpověď na určitou otázku. Než by se k tomu přiznali, raději kupř. vyjádří postoj k něčemu, o čem nemají nejmenší tušení. Zde se vyplatí nabídnout respondentovi možnost čestného ústupu: "Naše televize uvedla nedávno nový vzdělávací pořad 'XY'. Neviděl jste jej náhodou?" Na podobném mechanismu je založen postup, který se nám dobře osvědčil v několika zemích. Nepřijemná otázka je uvedena takto: "Nyní jinou otázku. Není příjemná a když nechcete, nemusíte ji zodpovídat." Pak teprve následuje vlastní otázka, kupř. kolikrát byl respondent v minulém měsíci opilý. Nabídka možnosti neodpovědět vedla paradoxně ke snížení proporce osob, které odmítly odpovědět.

V podstatě vše, co jsme diskutovali v tomto paragrafu, by se dalo zahrnout pod záhlaví nepřímých otázek. Za nejúčinnější mezi nepřímými otázkami bývala považována kategorie projekčních otázek. V projekčních otázkách se neptáme zkoumané osoby na její vlastní názory, ale zdánlivě na postoje, mínění, postoje jiných osob, fiktivních postav, lidí obecně. Věříme však, že ve skutečnosti respondent promítne do této odpovědi své vlastní názory. Zřejmě je pro respondenta snazší vložit své vlastní předsudky třeba vůči rasovým menšinám do úst fiktivního "hrdiny", než je vyslovit sám za sebe. Projekční otázky mohou mít mnoho různých forem. Může to být třeba forma testu nedokončených vět. Úkolem dotazované osoby je doplnit větu, třeba: "Když si vedle Tomáše sedne v tramvaji Vietnamec, tak Tomáš vždycky...". Anekdotické otázky, mohou mít formu krátkého příběhu. Zkoumaná osoba má

za úkol zvolit jedno z nabízených řešení příběhu, rozhodnout, který z fiktivních hrdinů má pravdu atd.

Projekční otázky jsou často předkládány ve formě jednoduché ilustrace. Má se zato, že ilustrace vyvolá ve zkoumaných osobách pocit nereálnosti, hry a nezávaznosti, a tím zvýší pravděpodobnost upřímné odpovědi. Kresby osob v těchto ilustracích musejí být co nejjednodušší. V procesu projekce vlastně vyžadujeme, aby se odpovídající ztotožnil

s kterýmkoliv z hrdinů, aby jediným rozhodujícím faktorem byl názor, hodnoty, postoje, které tato fiktivní postava představuje. Kdyby kresba obsahovala nějaké zřetelné individuální charakteristiky (vousy, stavbu těla, věk), volba odpovědi by mohla být ovlivněna těmito faktory, a ne obsahem alternativy.



TY DVĚ OSOBY NA OBRÁZKU SE ZŘEJMĚ NEPOHODLY. KOMU BYSTE DAL ZA PRAVDU VY? TĚ OSOBĚ NALEVO, NEBO TĚ NAPRAVO?

Použití ilustrace v otázkách má ještě další význam: Dlouhý dotazník může být pro respondenty únavný a nudný. Každé zpestření, třeba ilustrace (ale i změna formy otázek) může oživit jejich pozornost.



Dr. Watson;

Tak vidíte, jak jste zaujatí proti dotazníkům! Ilustraci můžete použít jenom v dotazníku, ale vůbec ne v rozhovoru.

Doktor Watson za to nemůže. Stvořili jsme si ho v naší knížce k tomu, aby se mýlil. Řešení je tu opravdu elementární. Tazatel může předložit vytištěný obrázek, ale i výčet alternativních

otázek (jak o tom budeme mluvit v příštím paragrafu) v průběhu rozhovoru. Ale teď se ještě na chvíli vraťme k projekčním otázkám. Nejsou bez problémů. Nemůžeme si totiž být jisti, že mechanismus projekce opravdu nastane. Již v roce 1956 Maccoby a Maccoby publikovali pěkný příklad toho, co se může stát. Mladá žena byla dotazována na postoje k zaměstnání. Mimo jiné dostala i tuto otázku: "Jak smýšlejí děvčata ve vašem úřadě o šéfovi?" Odpověď zněla: "Myslím, že je ohromný. Udělala by pro něho cokoli." Ale obezřetný tazatel se zeptal (a mohl se zeptat, nejednalo se o standardizovaný rozhovor): "A jak se k němu stavíte vy sama?" a tazatel dostal tuto odpověď: "Já jím velmi poohrdám. Pokouším se kvůli němu změnit zaměstnání."

Validita projekčních otázek není tedy zaručena a je třeba si ji ověřovat i poté, co data byla sebrána. Jedním z možných postupů je technika kontrolních otázek. U důležitých proměnných bychom neměli spoléhat na jejich operacionalizaci do jediné projekční otázky, ale použít pro měření téže proměnné dvě nebo více různých operacionalizací, ať již ve formě projekčních nebo přímých otázek. Je rozumné umístit tyto otázky na taková místa dotazníku nebo rozhovoru, aby vzájemná interference mezi nimi byla minimální. Používáme-li techniku rozhovoru, je někdy vhodné použít postup, nazývaný "random probe" (Schuman 1966). Každému z tazatelů je náhodně přidělena jedna, nebo více ze souboru otázek, jejichž validita může být problematická. Po skončení interview se pak tazatel vrátí k přidělené otázce, třeba takto: "Před chvílí jste mi řekl, že rodina, která vlastní auto, je šťastnější než druhá rodina, zmíněná v naší otázce. Co jste tím měl vlastně na mysli?" Takové spojení standardizovaných a nestandardizovaných postupů může někdy odhalit, že naše transformace konceptu do projekční otázky byla neplatná.

Projekční otázky byly alespoň po dvě desetiletí velikou módou. V poslední době jsou již méně populární. Jejich validita je již dlouho brána v potaz. (Viz kupř. Kidder a Campbell 1970.) Příprava projekčních otázek není snadná, kontrola jejich validity je časově náročná. Nicméně projekční otázky, aplikované střídavě a kriticky mohou pro nás být stále užitečné. Nepodceňujme ani jejich sekundární vlastnost: mohou podstatně oživit dlouhý a jednotvárný dotazník nebo interview.

7.4. Sociolog jako dramaturg

Žádná z otázek neexistuje sama o sobě. V dotazníku i v interview existuje v symbióze s ostatními otázkami. Otázka, která je, posuzována sama o sobě, bezvadná, může mít v konkrétním kontextu s ostatními otázkami opravdu zhoubný efekt. Podívejme se tedy alespoň stručně na některé problémy, spojené s celkem otázek a s jejich pořadím.

(1) Zjišťují naše otázky opravdu všechny informace nutné pro testování pracovních hypotéz? Někdy je opravdu snadné přehlédnout, že byla vynechána právě některá z velice jednoduchých, ale naprosto nezbytných proměnných. Opravdu se vyplatí strávit čas tímhle trochu nezáživným cvičením, a pokud se vám do toho nechce, možná, že by bylo zdravé přečíst si znovu pohádku č. 7.

(2) Nemohou předchozí otázky zkreslit odpovědi na následující otázky?

Představme si, že bychom studovali problém, jakou roli hraje četba ve volném čase obyvatelstva. Řekněme, že bychom zahájili interview otázkami o četbě, ptali se třeba na oblíbeného autora, na preferovaný typ literatury, výdaje za knihy atd. Pak by následovaly otázky, týkající se náplně volného času obecně. Mohli bychom se třeba ptát: "Vyjmenujte mi, prosím, tři věci, které děláte nejraději ve svém volném čase." Je vysoce pravděpodobné, že četba by byla zmíněna významně častěji, než kdybychom kladli otázky o volném čase nejdříve a otázky o četbě teprve potom. Takovému zkreslení se říká *haló efekt*: Každá otázka může ovlivnit odpovědi na všechny otázky následující, v dotazníku je situace ještě složitější: zde každá otázka - za předpokladu, že zkoumaná osoba přečte celý dotazník důvě, než jej počne zodpovídat - může ovlivnit odpovědi na **keroukoliv** z ostatních otázek. Teoreticky by bylo snadné zabránit zkreslení haló efektem - alespoň v případě rozhovoru - velice jednoduše. Stačilo by předkládat otázky v náhodném pořadí.

Cvičení 7.2.

Pro předkládání otázek v náhodném pořadí nepotřebujeme ani počítač. Stačí napsat každou otázku na tuhý kartotéční lístek a požádat tazatele, aby lístky před každým rozhovorem pečlivě zamíchal tak, jako by chtěl hrát mariáš s velice nedůvěřivými přáteli. A teď se prosím zamyslete, zda bychom tuhle techniku mohli skutečně použít.

Jak jste už jistě objevili, tato technika není skutečně použitelná pro změnu pořadí otázek. Ale je dobře použitelná a velmi užitečná, pracujeme-li s dlouhými výčtovými otázkami. Chtěli bychom třeba vědět, co zkoumané osoby dělají alespoň někdy ve svém volném čase. Taková otázka by měla pravděpodobně několik desítek položek. Vzhledem k oscilaci pozornosti zkoumaných osob, první položky seznamu budou zkoumanými osobami posuzovány daleko pečlivěji, než aktivity zmíněné uprostřed nebo ke konci seznamu. Zde je opravdu na místě použít naši techniku kartotéčních štítků. Na každém lístku bude vytisknuto jméno jedné aktivity. Tazatel předá dobře zamíchané lístky zkoumané osobě s instrukcí, aby na jednu hromádku dávala lístky s aktivitami, které nikdy nedělá, a na druhou hromádku ty aktivity, které dělá alespoň někdy.

(3) Jsou otázky předkládány v nějakém logickém sledu?

Mnoho z nás má tendenci předkládat otázky v takovém pořadí, které je pro respondenty nějakým způsobem logické, a není matoucí a zneklidňující, jako by bylo třeba předkládání otázek v náhodném sledu. Pro většinu zkoumané populace nemusí být řazení otázek sledující logiku testování našich hypotéz relevantní. Někdy by přímé odhalení našich hypotéz mohlo vést ke zkreslení, naši respondenti by mohli vědomě nebo nevědomě volit takové odpovědi, které by záměrně podporovaly (nebo popíraly) naše hypotézy, místo aby vypovídali o svých názorech, aktivitách atd. Zejména hodláme-li použít hodně projekčních nebo jiných nepřímých otázek, je vhodné položit otázky zřetelně prozrazující náš výzkumný cíl až ke konci, kdy už tato informace nemůže ovlivnit odpovědi na projekční otázky.

Někdy takové pořadí otázek, které sleduje logiku našich hypotéz, není ani možné. Výzkumné organizace spojují do jediné terénní akce několik výzkumných problémů pro několik různých zákazníků. Tyto sdružené výzkumy mají často společnou jenom cílovou populaci. Tyto omnibusové výzkumy se stávají, s rostoucí nákladností výzkumné práce, stále obvyklejší. Navléknout několik sérií takových "piggyback questions", otázek, které hlavní výzkum nese "na koni" jako malé dítě, na jednotné logické nit není tak obtížné, jak by se na první pohled zdálo. V podstatě totiž stačí, abychom v úvodu výzkumu (nebo ještě lépe v dopise, který informuje členy vzorku o výzkumu) naznačili účel výzkumu a aby otázky sledovaly jakoukoliv linii, bez nečekaných skoků a zákrutů, aby se tematika otázek neměnila náhle a bez jakéhokoliv varování.

Obvyklé stačí, aby nová tematická série otázek byla uvedena třeba takto: "A teď bych vám rád položil několik otázek o něčem jiném..." Jindy při změně tématu, zejména může-li se

dotazovaný cítit následující otázkou nějak ohrožen, je výhodné použít tzv. výhybkovou otázku. Je to jakýsi nárazník, který má předejít šoku z následující kritické otázky, nebo ho alespoň zmírnit. Kdysi v pravěku televize, kdy televizor byl ještě docela novou a nákladnou hračkou, Institut pro demoskopii v Allensbachu provedl rozsáhlý výzkum motivace vedoucí k nákupu televizoru. Z tohoto výzkumu jsme viděli jen nedatovaný tazatelský arch. Ten byl znamenitý, představoval skutečně mistrovskou aplikaci nepřímých otázek. Mezi nimi jsme našli jednu, která zněla asi takto: "V poslední době bylo tady v okolí mnoho vloupání. Slyšel(a) jste o tom také?" V kontextu výzkumu na celostátním vzorku je to otázka svým obsahem nesmyslná. Jejím smyslem zřejmě nebylo získat informaci, zda respondent slyšel o vloupáních, ale připravit tazatele na následující otázku: "Je váš manžel(ka) často mimo dům?" To už byla zcela funkční otázka, ale mohla by být mylně vykládána v situaci, kdy s tazatelem byl v místnosti přítomen jen respondent opačného pohlaví.

(4) Podporuje dramaturgie sledu otázek podmínky pro úspěšné a úplné dokončení rozhovoru/dotazníku?

Prvé otázky rozhovoru musí být snadné, musí získat důvěru dotazovaných osob, ale měly by být pro respondenta také zajímavé. Často ještě přežívá tradice začínat otázkami o demografických charakteristikách. To je relikv z předpočítačové doby, ale z pravěku před etapou děrných štítků, kdy všechna třídění dat byla prováděna ručně. Protože demografické údaje jsou používány jako nezávislé proměnná nejčastěji, bylo výhodné mít je na nejlehčejší viditelném místě, na začátku první stránky dotazníku. Odpovědět na tyto otázky je pro respondenta snadné, ale tyto otázky jsou pro většinu lidí nudné a výzkum se hned začne podobat nějakému úřednímu aktu, třeba daňovému přiznání. Nadto mohou tyto otázky už od samého začátku vést k pochybám o anonymitě výzkumu. Němčina má pro správné úvodní otázky pěkné jméno: Eishrechenfragen, tedy otázky, které prolamují ledy. Tak první otázka ve zmíněném výzkumu motivace pro nákup televizoru zněla: "Letos bylo hodně chřipky. Byl jste také nemocen?" Co je pro mně zajímavější než já sám a moje zdraví? Náklady na vytištění jedné otázky, zejména když data z ní nebyla analyzována, jsou zanedbatelné a odměnou je potenciálně lepší postoj dotazovaných k výzkumu.

Vhodná úvodní otázka může minimalizovat iritaci dotazovaných určitým výzkumným tématem. Na někoho, kdo padá pod tíž denních úkolů a čas, jenž věnuje rozhovoru, si bude muset trpce napracovat, mohou otázky o využití volného času působit jako vyložená

provokace. Proto Hrdý a Perglerová (1967) uváděli výzkum o kulturních zájmech takto: "Času máme v dnešní době málo. Denních starostí je tolik, že nám zbývá jen velmi málo času na naše zájmy, koníčky, zábavu i odpočinek. Přesto ale, co děláte nejraději ve svém volném čase?"

Méně zajímavé otázky (jako třeba ty, které zjišťují základní osobní data o respondentech) by měly být umístěny někde ve střední části rozhovoru, kdy se již respondent dostal do tempa, ale není ještě unaven. (Noelle, E., 1963).

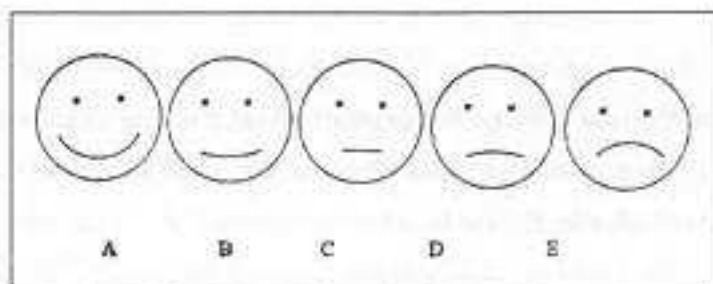
V pozdějších fázích rozhovoru bychom již také měli počítat s narůstající únavou zkoumaných osob. Tehdy je čas uvést nějaké zvláště zajímavé otázky, změnit jejich formu, použít třeba vizuální formu prezentace otázek. Řekněme, že pro jednu z našich hypotéz potřebujeme vědět, jak jsou zkoumané osoby spokojeny se životem. Mohli bychom se ptát, jak je respondent spokojen s rodinným životem, prací, bydlením, příjmem atd. Všechny otázky by měly asi tuto formu:

Když přemýšlíte o svém zaměstnání, řekl byste že jste většinou

- velice šťastný
- spíše šťastný
- ani šťastný, ani nešťastný
- spíše nešťastný
- velice nešťastný

Stejnou informaci bychom mohli obdržet i jinou formou, která nejen může oživit respondentovu pozornost, ale má i další výhodu: nenutí respondenta verbalizovat odpověď o pocitech. Pro mnoho lidí může být nepříjemné vyslovit, že ve svém manželství jsou velice nešťastní.

Podívejte se, prosím, na následující obrázek. Jsou tu nakresleny tváře, které vyjadřují různé pocity. Pod každou tvář je napsáno písmeno.



Která z těchto tváří odpovídá nejlépe tomu, co pociťujete o svém zaměstnání? Je to tvář A, B, C, D nebo E?

A která tomu co, co cítíte o svém manželství?

Podobně bychom mohli získat informaci i o jiných dimenzích spokojenosti se životem. A ovšem v podobné formě bychom se mohli dotazovat na mnoho jiných věcí. Samozřejmě nebudeme takové zajímavé formy otázek používat samoučelně, jen pro oživení pozornosti. Ale máme-li důvod použít třeba anekdotické otázky, je vhodné je použít na takovém místě rozhovoru nebo dotazníku, kde cítíme, že dotazovaný už může mít našich otázek plné zuby.

Sémantický diferenciál je další technika, která podle naší zkušenosti zaujme pozornost většiny zkoumaných osob. Tato technika byla původně vyvinuta v roce 1956 Osgoodem, Suciem a Tannenbaumem. Respondent je požádán, aby popsal něco na několika škálách, obvykle s lichým počtem kategorií, definovaných v protikladných párech slov; třeba *pomalý - rychlý*, *silný-slabý*, *špinavý-čistý* atd. Následující příklad je adaptací škály použité Levinem (1988) pro výzkum stereotypů o starých lidech.

	1	2	3	4	5	
pomalý						rychlý
vzdělaný						nevzdělaný
líný						pilný
silný						slabý
moudrý						hloupý
sobec						štědrý
přitažlivý						odpuzující
zámožný						chudý

Cvičení 7.3.

Podívejte se ještě jednou na předchozí tabulku. Nebylo by výhodnější, aby každá ze stupnic byla kódována logicky stejným směrem? To znamená, aby všechny negativní vlastnosti byly spojeny s nízkými, a pozitivní vlastnosti s vysokými čísly?

Sémantický diferenciál je velice účinným nástrojem pro zjištění toho, jaké stereotypní představy mají lidé o příslušnících jiných sociálních skupin, a tedy nástrojem k měření dimenzí předsudků, které máme. Tak bychom mohli studovat typickou představu Slováků o Čechách a Čechů o Slovácích, stereotypy o příslušnících různých povolání. Mohli bychom studovat, jaká je vlastně naše dnešní představa o policii, o důstojnících, o lidech, kteří rychle

zbohatli v obchodě, o novinářích, popelářích, univerzitních profesorech, ale ne o sociolozech; nikdo neví, co to vlastně je. Mohli bychom studovat, zda a jak familiarita se studovanou skupinou může změnit naše stereotypy, a vůbec celou řadu sociologicky relevantních problémů. Použití sémantického diferenciálu je ovšem mnohem širší. Je často používán v marketingu. Studium stereotypních představ o určitém produktu může optimalizovat strategie marketingu. Zkrátka se zdá, že můžeme souhlasit s názorem Osgooda a ostatních původních autorů, že toto měření je jenom málo ovlivněné druhem objektu, který je studován, nebo typem respondentů, na které je tento nástroj aplikován.

A teď se velice krátce podívejme na závěrečnou fázi rozhovoru nebo dotazníku. V té je respondent unaven, zmučen, ale také spokojen, že konec je už blízko. To nám dává jistou svobodu jaké otázky umístit do této fáze. Tady se také hodí dobrá rada, kterou nám kdysi dal profesor Hyhlík. Někdy musíme použít takovou otázku, která může některé respondenty rozzlobit natolik, že odmítnou v rozhovoru pokračovat. Je proto dobré umístit takovou otázku až na konci rozhovoru, tak, abychom byli vyhozeni se všemi ostatními daty již zaznamenanými. Ale lepší je respondenta nerozčillit, nebo ho alespoň usmíjit. Po nás může k němu jednou přijít jiný tazatel...

(5) Podporuje stavba rozhovoru nebo dotazníku představu o anonymitě dotazníku?

Nejsou v dotazníku nějaké nevysvětlené kódy, které by respondent mohl považovat za nástroj k jeho identifikaci? V době, kdy každá rozmnožovací blána musela být registrována a opatřena identifikačním číslem, jsme strávili jsme velmi mnoho času vysvětlováním nedůvěřivým respondentům, že toto číslo slouží k identifikaci blány a ne respondenta.

(6) Není rozhovor, nebo dotazník příliš dlouhý?

Skoro určitě je! Ten náš věčně přítomný nepřítel, velikost přirozených systémů v sociálních vědách, nás nutí použít více proměnných, než jsme skutečně schopni měřit. Pokud naším výchozím bodem byly pracovní hypotézy, neměli bychom mít v našem nástroji zbytečně proměnné. Ale nebylo by možné vypustit některou z našich hypotéz a tak dotazník/rozhovor zkrátit? U rozhovoru je otázkou základní slušnosti informovat respondenta, jak dlouho bude

interview trvat a informovat ho tom pravdivě. Nepravdivá informace je iritující a za naši bezohlednost zaplatí všichni výzkumníci, kteří by chtěli zkoumat naše respondenty v budoucnosti. Zamoření terénu se v sociologii stává stále závažnějším problémem.

Pohádka pro odrostlejší děti 17.

O Indiánech, dortu "Začátek Školního Roku" a o zamořeném terénu

Máme českou přítelkyni, která se seznámila s tlupou Hopi Indiánů. Žijí poblíž jednoho velkého města. Měli Zuzanu velice rádi, přijali ji téměř za vlastní. Zvali ji na rodinné slavnosti a upekli jí dokonce dort, zvaný Začátek Školního Roku. Byl prý růžový a velice sladký. Snad aby osladil indiánským dětem smutek, spojený s nutností odejít z rezervace do cizí, ne právě přátelské internátní školy. Jenom, když se Indiáni dověděli, že její manžel pracuje na univerzitě, musela slíbit, že manžela a kohokoliv, kdo má něco společného s univerzitou, nikdy do rezervace nepřivede: "Víte, ti lidi z univerzity jsou takový divný. Přijdou s blokem nebo s magnetofonem a ptají se takové nesmyslné otázky. To my nemáme vůbec rádi."

(8) Jsou odpovědi na otázky jedinou informací, kterou má tazatel zaznamenat?

Prakticky vždycky potřebujeme, aby nám tazatelé poskytli nějakou další informaci. Záznam času, kdy byl rozhovor zahájen a skončen, trvání rozhovoru, počet neúspěšných kontaktů, které musel tazatel učinit, než se mu podařilo kontaktovat vybranou osobu, to jsou nejenom informace relevantní pro mzdového účetního, ale i důležité informace pro organizaci budoucích výzkumů a mohou nám někdy říci i leccos o charakteristikách populace. Informace o tom, zda byla rozhovoru přítomna ještě jiná osoba než tazatel a dotazovaný, může být nápomocná pro vyhodnocení validity odpovědi daného respondenta. Chceme-li, aby tazatelé provedli "random probe", nesmíme zapomenout zahrnout nutnou instrukci, včetně identifikace otázek, které byly tomu kterému tazateli náhodně přiděleny.

Někdy od tazatelů také vyžadujeme, aby provedli nějaká jednoduchá pozorování. Informace o domě nebo bytu, ve kterém zkoumaná osoba žije, mohou hrát významnou úlohu pro objektivnější odhadnutí sociální třídy zkoumaných osob. V našem výzkumu postojů starých Italů, Portugalců a rodilých Kanadánů k možné institucionalizaci (Disman & Disman 1989) tazatelé zaznamenávali, v jakém jazyce byl rozhovor proveden. Dále tazatelé ocenili na

jednoduché, krátké stupnici respondentovu schopost komunikovat v angličtině a posouzení etnického charakteru bezprostředního okolí respondentova domu nebo bytu.

Je samozřejmé, že záznamový arch musí poskytnout příslušné rubriky pro záznam takových informací, opět pokud možno ve velice jednoduché standardizované formě.

7.5. Když se sociolog nevtírá

Přirozeně zde budeme mluvit - a opět jenom velmi stručně - o neobtrusivních metodách, o pozorování a o studiu dokumentů.

Standardizované pozorování

Akt pozorování - alespoň potenciálně - neinterferuje se studovaným systémem. To ovšem platí jen tehdy, když pozorované osoby nevědí, že jsou sledovány. Známe různé techniky jak můžeme pozorovatele skrýt, od skryté kamery, přes jednostranně průhledné zrcadlo až po sociální ukrytí pozorovatele. Pokud tyto techniky fungují, největším problémem je etičnost takové akce. Ale o tom budeme hovořit ve zvláštní kapitole. Zde jenom připomeňme, že neobratné použití technických pomůcek, jako zrcadel, nebo skryté kamery, i když nevede nutně k fyzickému ataku na pozorovatele (ale i to se stává), vyvolá takové zkreslení, že zcela otevřené pozorování by bylo lepší. (O zkreslení vyvolaném tím, že zkoumané osoby vědí, že jsou pozorovány, jsme již hovořili.) Pravděpodobně nejspolehlivější je sociální ukrytí tazatele. Pozorujeme-li, jak se třeba chovají lidé ve frontě v samoobsluze, na přednášce, v tramvaji, na fotbalu, není obvykle obtížné, aby pozorovatel přijal roli zákazníka, posluchače, sportovního fanfy atd. Je to jedna z forem účastněného pozorování, o kterém budeme mluvit daleko podrobněji v souvislosti s technikami kvalitativního výzkumu.

Máme-li použít výsledků pozorování v kvantitativním výzkumu, standardizace pozorování je nezbytná. Bez ní bychom nemohli zaručit srovnatelnost dat od různých pozorovatelů. Řekněme, že bychom chtěli testovat hypotézu, že studenti, kteří sedí ve velkých univerzitních aulách v zadních řadách sedadel, sledují přednášky s menší pozorností než studenti, kteří sedávají vpředu. Navrhovaný postup by byl použitelný jen ve velké třídě a na začátku školního roku, když se posluchači ještě neznají. Mladí pozorovatelé by se pak nelišili od ostatních studentů. Každý pozorovatel by měl přidělenou skupinu sedadel a zaznamenával

by chování studentů, kteří by seděli na těchto místech. Záznamový arch by obsahoval plán sedadel, který byl pozorovateli přidělen, a chování studentů by bylo zaznamenáváno v předurčených časových intervalech, řekněme každých deset minut. Pro každou z těchto period by pozorovatelé obdrželi zvláštní formulář. Chování studentů v každé periodě pozorování by bylo kódováno do připravených kategorií, které by mohly vypadat asi takto:

- (1) Sleduje přednášejícího, dělá si poznámky
- (2) Občas sleduje přednášejícího, poznámky dělá jen sporadicky.
- (3) Občas si dělá poznámky, ale také se baví se sousedem, nebo si čte.
- (4) Je pasivní.
- (5) Dřímá, usnul.
- (6) Odešel.

Takovéhle uspořádání výzkumu zní docela pěkně a snad i elegantně. Ale pozor, mohou zde být různé, obratně zamaskované pasti. Tak se proto podívejme na pohádku číslo 18.

Pohádka pro odrostlejší děti 18.

O schůzích a křížovkách

To bylo ještě v době, kdy umění jak přežít nekonečné schůze a zůstat duševně zdrav, patřilo k základním životním nutnostem. Zkoušeli jsme všechno. Až jednoho dne přišel náš přítel Mýša Pergler s nápadem vpravdě geniálním: "Křížovky!" Ne tedy je luštit, to je příliš viditelné, ale vytvářet je. Po prvých několika slovech to není tak snadné. Musíte se zamyslet, tak se třeba zamyšleně podíváte na přednášejícího. Pak vás něco napadne, napíšete další slovo a legendu, lektor je potěšen posluchačem, který je pozorný a dokonce si dělá poznámky a ty dvě, tři hodiny schůze utečou přece jenom snesitelněji.

Asi tři dny po tomhle vynálezu jsem jel přednášet do Košic. Na jakési divné, nudné téma. V poslední řadě seděl mladý muž. Velice pozorný, dělal si poznámky, když nepsal, sledoval mě zamyšlenými očima. To bylo přece jen trochu mnoho. Protože se při přednáškách rád procházím mezi lavicemi, zamířil jsem při nejbližší příležitosti do severozápadního rohu místnosti, kde seděl ten pozorný mladý muž. Samozřejmě tvořil křížovku, docela velkou a složitou. Tak jsem mu o přestávce pogrataloval, jak tvořivě využívá čas. Po lehkém začervenaní odmítl skromně moji chválu: "Ale to dělají v Praze už dlouho..."

Poučení:

Za prvé, zkušenosti se diseminují v naší vlasti zatraceně rychle, zejména, jde-li o něco, co není tak docela košer. A za druhé, interpretace chování může být někdy velice mylná.

Zatímco pozorování naruší studovaný proces, a v tom je jeho veliká síla, je spolehlivým nástrojem jen pro zkoumání takových jevů, které můžeme přímo vnímat. Spoj mezi pozorností a chováním, jako jejím ukazatelem nemusí být vůbec jednoduchý. Zatímco záznam chování

může být poměrně přesný, jeho interpretace v termínech pozornosti může být neplatná. Co když ten student, jehož chování jsme zakódovali do jedné z nejnižších kategorií pozornosti je tak zaujatý, že zavřel oči, aby se mohl lépe soustředit? Je-li však chování přímo tím, co chceme studovat, pozorování je jedinečným nástrojem, a řada typů chování je sociologicky relevantní. Tohle jsou jenom náhodně vybrané příklady: respektování dopravních pravidel za různých okolností, chování ve frontě, stereotypy chování v restauraci a mnoho jiných. Pozorování je nástrojem používaným velice rutinně v experimentu, více v sociální psychologii a psychologii, než v sociologii. Hmotné artefakty jsou nesporně sociálními fakty a pozorování je zde takřka jediným použitelným nástrojem. Už jsme se zmínili, že téměř vždy požadujeme od tazatelů, aby doplnili rozhovor záznamem určitých pozorování. Lidské výtvořiny jsou často jediným zdrojem sociální informace o minulosti. Archeolog je náš blízký bratranec. Ale zde se už dostáváme k druhé významné skupině neobtrusivních technik.

Studium dokumentů

Jak jsme si již řekli, za dokument tu považujeme jakýkoliv hmotný záznam lidské činnosti, který nevznikl za účelem našeho výzkumu. Tak za dokumenty bychom mohli považovat třeba

- úřední statistiky,
- daňové záznamy,
- nápisy na stěnách veřejných záchodků,
- míra opotřebení koberce v muzeích a galeriích,
- záznamy snů,
- osobní deníky,
- obsah nádob na smetí,
- romány,
- telefonní účty,
- plakáty a letáky,
- novinové články a stovky jiných...



Dr. Watson:

Tak teď opravdu doufám, že je to jenom hloupý vtip. Copak se může vědecká analýza spolehnout na něco tak fiktivního, jako jsou romány? A noviny říkají pravdu jenom příležitostně. Já jsem v podstatě čestný člověk, ale přece i v mých dopisech je hodně sladkých lží, a když jsem si psal deník, tak to byla Wahrheit und Dichtung...

Tak tentokrát bude mít odpověď našemu příteli poněkud dialektický charakter. Ve všem, o čem se Watson zmínil, má pravdu. Ale i zkreslené dokumenty nám mohou poskytnout velice

cennou informací. Někdy jsme schopni odhadnout směr zkreslení, jindy je to právě zkreslení, které je předmětem našeho výzkumného zájmu.

Klasický příklad není z oblasti sociologie, ale z romantického světa výzvědné služby. Za druhé světové války britská zpravodajská služba získávala nejspolehlivější informace o stavu morálky německého obyvatelstva ne od agentů, ale analýzou notoricky zkreslené nacistické propagandy. Znalost získaná systematickou analýzou zkreslení umožnila předpovědět na základě rozboru projevů vedoucích nacistických funkcionářů, že Hitlerovy tajné zbraně nejsou pouhou propagandou, odhadnout čas, kdy budou asi použity, a dokonce odhadnout i typ těchto zbraní. O britské vědecké zpravodajské službě existuje znamenitá kniha jednoho z jejích tvůrců, R.V. Jonese, *The Wizard War: British Scientific Intelligence 1939-1945* (1978). Je to kniha, kterou budete číst se zatajeným dechem a pro nás je to geniální úvod do analytického myšlení právě toho typu, jaké potřebuje sociolog.

Jedna z nejdůležitějších studií klasické sociologie o sociálních změnách vyvolaných emigrací je velice rozsáhlá (čtyřsvazková) studie Williama I. Thomase a Floriana Znanieckého *Polish Peasant in Europe and America*, první svazek publikován v New Yorku 1917. Tato studie je založena výhradně na analýze soukromých dopisů, které si vyměňovali vystěhovalci z polských vesnic do USA se svými příbuznými ve staré vlasti.

O hmotných stopách chování jsme se již zmínili. Ale opotřebení koberce je jen jeden příklad z mnohem širšího spektra. Popularita lokálních FM radiových stanic v Chicagu byla studována za pomoci autodílen a "service stations". Ty zaznamenávaly nastavení stupnice na přijímačích vozů zákazníků. Za rok byla získána - velice levně - informace o více než 50.000 vozech. Popularita knih v knihovnách, zejména referenčních materiálů, které se nepůjčují, může být odhadnuta stupněm opotřebení jednotlivých svazků. Popularita inzerce byla dokonce měřena počtem různých souborů otisků prstů na daných stránkách (DuBois 1963). Analýza odpadků byla s úspěchem použita pro analýzu vzorců spotřeby alkoholu. Analýza nápisů ve veřejných záchodcích byla často použita ve studiu lidské sexuality, mimo jiné i v klasické Kinseyově studii (Kinsey et. al 1953).

Nejčastěji se však setkáme s analýzou psaných záznamů. Nikdo v sociálních vědách asi nepochybuje o užitečnosti sčítání lidu a statistických ročenek. Méně automaticky si uvědomíme, že máme k dispozici podobné údaje i z dávné minulosti, jako třeba Berní role.

Je zřejmé, že některé úřední záznamy mohou obsahovat systematické zkreslení. Nemáme zde na mysli jen propagandistické zkreslování dat, ale i zkreslení vyvolané různou metodologií použitou pro různé záznamy a různými kulturními vlivy. Kupř. se zdá, že poměrně vysoké číslo sebevražd, uváděné ve statistikách skandinávských zemí, je alespoň částečně funkcí kulturních rozdílů. Sebevražda v těchto zemích není spojena s tak silným negativním stigmatem jako v Anglii nebo severní Americe. Zde lékaři mají silnou tendenci s ohledem na přežívající rodinu - je-li to jen trochu možné - hlásit "náhodné úmrtí" a ne sebevraždu.

V podstatě jakýkoliv psaný materiál je potenciálním zdrojem sociologické informace. Není proto divu, že byla vytvořena speciální technika pro analyzování obsahu sdělení:

Obsahová analýza

je kvantitativní, objektivní analýza sdělení jakéhokoliv druhu. Obsahová analýza se může zabývat právě tak obsahem sdělení, jako jeho formou, autorem i adresátem takového sdělení.

Sféra uplatnění obsahové analýzy je nesmírně široká. Může být použita pro srovnání, jak objektivně různé masové sdělovací prostředky referují o určitých událostech. Obsahová analýza byla často použita pro identifikaci autora. V notoricky se vracející diskusi obsahová analýza spočívající na rozboru jazykových elementů znovu potvrdila, že Shakespeare byl opravdu Shakespeare a ne Bacon. Obsahová analýza je běžně používána pro objektivní určení obtížnosti textu pro čtenáře. Může být použita nejen pro definování, ale i pro odhalení skrytých úmyslů sdělovatele. Obsahová analýza byla použita pro rozlišení mezi autentickými dopisy sebevrahů a simulovanými dopisy, psanými těmi, kteří sebevraždu opravdu nezamýšleli. (Ogilvie, Stone a Shneidman 1986). Obsahová analýza má i uplatnění uvnitř jiných výzkumných technik. Může být použita kupř. pro zpracování dlouhých otevřených otázek a je i důležitým nástrojem pro organizování záznamů získaných kvalitativními postupy.

Typickou doménou pro aplikaci obsahové analýzy je studium trendů na různých úrovních sociálního vývoje. Kupř. Naisbittův bestseller *Megatrends* (1982) se pokusil definovat hlavní trendové změny v současných Spojených Státech. Východiskem pro tuto studii byla obsahová analýza více než šesti tisíc lokálních novin. V tomhle výčtu bychom mohli pokračovat ještě dlouho.

A jak se to dělá? Logika této analýzy je velmi přímočará. Organizačně obsahová analýza sleduje stejné logické schéma jako každý jiný kvantitativní výzkum. I zde budou východiskem pracovní hypotézy. Ty nám pomohou racionálně rozhodnout o populaci a vzorku.

A protože už slyšíme brumlat našeho Dr. Watsona někde v pozadí, podotkněme, že populace zde není soubor lidí, ale soubor sdělení. Je-li objem těchto sdělení nezvládnutelně veliký, je samozřejmě, že jednotky, které podrobíme analýze, nemohou být vybrány nazdařbůh, ale podle pravidel konstrukce vzorku, tak, jak jsme to diskutovali v kapitole 5. Jenom si zde připomeňme, že musíme být obezřelí při použití systematického výběru. Řekněme, že bychom studovali noviny. Kdyby zvolený krok byl násobkem sedmi, všechny vybrané výtisky by byly z téhož dne v týdnu, a kdyby to byla neděle, naše výsledky by byly obzvláště zkreslené.

Ovšem, nejdůležitější funkce pracovních hypotéz je jinde: Obsahová analýza je definována jako **objektivní** metoda analýzy sdělení. To znamená, že plán analýzy musí být takový, že budou-li dva nebo více výzkumníků nezávisle analyzovat stejný materiál, musí dojít k shodným výsledkům. Tedy operační definice musí být velice jasné, jednoznačné a někdy i dosti podrobné. Konstrukce dobrých kategorií, do kterých bude obsah sdělení kódován, je asi nejcitlivější operací v procesu obsahové analýzy.

Obsahová analýza je dále definována jako **kvantitativní** metoda. Součástí projektu pro obsahovou analýzu musí být definice kvantitativních jednotek, ve kterých bude měřen rozsah sdělení, který patří do určité kategorie. Tyto kvantitativní jednotky bývají definovány na dvou úrovních:

(1) **záznamové jednotky**, ve kterých opravdu měříme rozsah, a

(2) **kontextuální jednotky**, které potřebujeme tehdy, kdy záznamové jednotky jsou poměrně malé a izolovaný obsah záznamové jednotky by mohl být zařazen do nesprávné kategorie. Kupř. když záznamovou jednotkou je věta, ironické tvrzení ("A Brutus jistě ctihodný je muž") by bylo kategorizováno jako chvála. Kontextuální jednotka je rozsahem širší než záznamová a je východiskem pro kategorizaci.

Jednotky měření existují v celé řadě forem. Podívejme se na ně podrobněji. Následující tabulka podává příklady záznamových jednotek v několika z možných přístupů.

Typ jednotky	Příklady
Jednotky definované rozsahem:	slovo, tvrzení, věta, řádek, odstavec, článek, kapitola, délka sloupce v centimetrech, pro televizi a filmy trvání v minutách atd.
Zdroje, autority:	citované zdroje informace, jako tiskové agentury; autority, jichž se sdělení dovolává a pod.
Námět, téma:	problémy zdůrazňované politickou stranou v předvolební kampani; zápletky v románu, povídce, filmu, dramatu; geografická lokalizace děje;
Hrdina:	osoby objevující se ve sdělení; hrdinové fiktivních děl atd.

Tohle opravdu není složité, ale praxe může být někdy komplikovaná. Chceli bychom třeba zjistit, zda se české a slovenské noviny liší v roce 1991 v tom, jak intenzivně je v nich referováno o separatistických hnutích v Evropě a jinde ve světě. Řekněme, že nám šlo jenom o to, kolik pozornosti je věnováno tomuto tématu, ne o postoje k těmto hnutím, pokud je noviny vyjadřují. Rozhodli jsme se, že do naší populace zařadíme jenom deníky, které jsou pravidelně distribuovány alespoň v celé jedné z obou federálních republik. Za rok by mohly tyto noviny představovat takový objem informace, který bychom nemohli z časových důvodů zvládnout, a bylo by nutné vytvořit vzorek. Konstruovat pravděpodobnostní vzorek pro každé noviny zvlášť by mohlo být riskantní: pro některé noviny bychom mohli náhodně zvolit třeba den, kdy chorvatskému kandidátovi bylo zabráněno nastoupit do pozice prezidenta a pro jiné noviny bychom vybrali den, kdy se v oblasti separatistických hnutí neudálo nic důležitého. Lepší by bylo vytvořit náhodný vzorek dat a analyzovat všechny noviny z naší populace publikované ve vybraný den.

Nejjednodušší by bylo zvolit jako záznamovou jednotku článek. To by podstatně zvýšilo produktivitu naší analýzy, ale malý sloupeček by měl stejnou váhu jako půlstránkový článek. Bylo by proto výhodné doplnit naše měření další, podrobnější jednotkou rozsahu. Poměrně rychlé výsledky nám dá měření rozsahu článku v délce sloupců v centimetrech. Stačí připravit jednoduchou tabulku, která nám umožní kontrolovat pro šířku sloupce a velikost písma

a převést konkrétní výsledky na normalizované jednotky. Tak třeba 8 cm sloupce novin a se rovná 6 cm normalizovaného sloupce.

Cvičení 7.4.

V naší analýze bychom mohli dostat třeba tyto výsledky: Zatímco noviny A věnovaly naší problematice 360 cm sloupců, noviny B jenom 200 cm. Můžeme z toho usoudit, že noviny A skutečně věnují separatistickým hnutím více pozornosti, než noviny B?

Téměř bez výhrad bychom měli sledovat následující pravidlo: Srovnáváme-li kvantitu mezi dvěma sděleními, vyjádření této kvantitativní informace nestačí a musíme je doplnit informací, jakou proporcí z celého zdroje daná kvantita představuje. To je zvláště důležité při mezinárodním srovnávacím výzkumu: typické americké víkendové vydání novin může vážit asi tak půl kila.

Ale i pak srovnání může být zavádějící. Je rozdíl mezi článkem na titulním listě a článkem skrytém někde uvnitř, mezi inzeráty. Závažnost sdělení může být indikována typografickou úpravou, přítomností fotografií, v rozhlasu a televizi zvukovými efekty atd. Někdy je prostě třeba doplňovat informaci o rozsahu také záznamem o existenci takových atributů.

Pro analýzu fiktivních výtvorů běžné kvantitativní jednotky často nestačí. Před časem jsme se studenty v mém kursu vypracovali projekt obsahové analýzy, která by mohla odpovědět, zda změněná pozice žen v americké ekonomické struktuře a rapidně sílící feministické hnutí měly vliv na smýšlení širokých vrstev a zda se to také odráží na obsahu Harlequin Romances. To je typická braková literatura pro ženy, nesmírně populární. Každý rok jsou v těchto edicích publikovány stovky titulů.



Dr. Watson se horlivě hlásí:

Proč pro tenhle účel nevybrat skutečnou literaturu? Tu přece jen zrcadlí skutečnost mnohem hlouběji a pravdivěji? Proč vybrat brak, který si neklade žádná estetická kritéria?

Vy už asi víte, že odpověď je zcela elementární. Cílem výzkumu tohoto typu není sdělení samo, ale adresát. Edice jako Harlequin Romance si neklade jiné cíle, než maximalizovat prodej jednotlivých titulů. Obchodní úspěch této velice masové edice je důkazem, že autoři a zejména editoři mají velice dobrou představu o tom, co masový čtenář vyžaduje. Čili pro výzkum adresáta je brak tohoto typu ideálním médiem.

Výzkum zaměřený na sociální změnu vyžaduje srovnání. Pro nás účel by bylo asi neekonomičtěji vybrat jeden náhodný vzorek ze svazků této edice publikovaných v roce 1981 a druhý vzorek z knih publikovaných 1991. Daleko obtížnější by bylo operacionalizovat sociální změny v hodnotách. Jistě by bylo významné studovat kupř. změny ve vzorcích komunikace mezi hlavním mužským a ženským hrdinou, kategorizovat je třeba v dimenzích dominace a submisivnosti, aktivity a pasivity v tomto vztahu a pod. V tom případě by bylo nutno použít motiv, téma, jako záznamovou jednotku. To je pak z hlediska reliability klasifikace velice obtížné. Nebo by bylo možno z těchto hledisek analyzovat dialogy obou hrdinů. Záznamovou jednotkou by tu byla pravděpodobně věta, kontextuální jednotkou třeba odstavce. Operacionalizace by zde byla snazší a reliabilnější, ale pracná. Nejlepší by pravděpodobně bylo vytvořit jakési slovníky nebo podrobné příklady agresivních frází, submisivních frází atd. v obou zmíněných postupech by sama analýza byla časově velice náročná. Na analýze jediného svazku bychom museli strávit řadu hodin. Výzkum tohoto typu by byl jistě významný, ale po mnoha stech, ne-li tisících hodin bychom mohli zjistit, že žádné změny v Harlequin Romances v posledních deseti letech nenastaly.

Z těchto důvodů bylo třeba zvolit jiný postup. Obsah těchto knih je velice jednoduchý. ON je pilot, majitel plantáže v nějakém velice exotickém místě, vynálezce, majitel historické sklárny na benátském Muranu a držitel staletí starého tajného receptu na výrobu muránského skla nebo lékař (V tomto případě to bude téměř vždy věhlasný chirurg, a velice často holandský věhlasný chirurg. Proč holandský, nevím, ale je to empirický fakt.) Škála povolání mužských hrdinů je široká, ale vždy to jsou povolání velice romantická a prestižní. Ještě jsme neslyšeli o tom, že by hrdinou byl sociolog.

ONA je téměř vždy sirotek. Její rodiče zahynuli (a) při železničním neštěstí, nebo (b) při letecké katastrofě, nebo (c) při autonochodě. Její povolání spadá nejčastěji do jedné z následujících kategorií: (a) společnice staré, zámožné dámy, (b) učitelka, (c) diplomovaná sestra, (d) její povolání není zmíněno. Zápletka je dojemně prosíoučká. ONA miluje JEHO,

ale ONA netuší, že pod drsnou skořápkou JEHO chování se skrývá milující srdce. ON ji pozve, jako svoji nejzručnější asistentku na operačním sále sebou do Holandska a ubytuje ji u své staříčké maminky. Zde se vynoří tmavovlasá cizinka, které se ON přespříliš věnuje. Několik stran před koncem se ukáže, že tato cizinka je (a) jeho sestra, nebo (b) zloděška, kterou ON už dávno odhalil. V posledním odstavci ji, chvějící se, sevře do své mužné náruče a zašeptá do jejích plavých vlasů: "Vy pošetilý blázínku, já vás miloval od prvního okamžiku."

Pokud se dosti dramatické změny v pozici žen v socio-ekonomické struktuře opravdu odrážejí ve vědomí průměrného ženského člena americké nižší střední třídy, mělo by se to odrážet na socio-ekonomickém statusu fiktivních hrdinů tohoto druhu literatury. Kdyby byly následující pracovní hypotézy potvrzeny obsahovou analýzou, potvrdily by, že změny v sociální skutečnosti nejsou odráženy v obsahu Harlequin Romances:

- Povolání hrdinky se omezuje na typicky ženská povolání.
- Počet povolání ženských hrdinů je mnohem nižší, než škála povolání připisovaná mužským hrdinům.
- Status povolání mužského hrdiny je vždycky významně vyšší než status povolání hrdinky.

Je zřejmé, že pro testování takovýchto hypotéz použijeme jako záznamovou jednotku "hrdinu" a že budeme používat jenom dvě proměnné, povolání hrdiny a povolání hrdinky. s použitím standardních škál prestiže povolání by bylo snadné, transformovat povolání do číselných hodnot. Produktivita takové analýzy by byla značná. Podle naší zkušenosti bylo možné vyhodnotit po určité době zázviku 4 - 6 svazků za hodinu.

V našem miniaturním výzkumu, provedeném na miniaturním a zcela nereprezentativním vzorku se ukázalo, že prvé dvě z hypotéz mohly být zamítnuty. Zdá se tedy, že ani harlekýnské romance nemohou zcela ignorovat sociální změny. Ale i kdyby naše výsledky byly opravdu reprezentativní, týkají se jenom malé části problému. Neřekly by nám mnoho o zápletky a v posledním odstavci by ji ON opět sevřel do své mužné náruče a zašeptal do jejích plavých vlasů: "Vy pošetilý blázínku, já vás miloval od prvního okamžiku." Jediný rozdíl by byl v tom, že by šeptal do plavých vlasů slibné teoretické fyzičky. Abychom pronikli hlouběji do problému, museli bychom použít některý z mnohem pracnějších postupů, zmíněných na začátku naší diskuse o Harlequin Romances.

Studium dokumentů obecně a obsahová analýza zvláště jsou jedinečným nástrojem analýzy a pochopení společenských změn. Jsem si jist, že zatímco píše v Torontu tyto řádky, někde u nás někdo srovnává hodnoty pražského jara s hodnotami sametové revoluce tak, jak se odrazily v jazyce masových medií. Někdo jiný třeba studuje, jak určité historické události a historické postavy mizely a opět se objevovaly v několika posledních desetiletích v učebnicích historie pro naše střední školy. Studium změn v profilu našich novin v posledních několika letech, citované autority v profesionálním tisku, zdroje informací o cizině dnes a před třemi lety, to jsou jen namátkově zmíněná témata z mnoha a mnoha desítek problémů z naší sociální skutečnosti, ke kterým by obsahová analýza byla nejuvhodnějším klíčem.

Obsahová analýza je jednou z nejproduktivnějších mezi ostatními technikami sběru informací. Je daleko méně nákladná než kterákoliv z jiných technik, dá se často zvládnout v malém pracovním týmu a někdy i jednotlivcem. Zdaleka však ne vždy, zejména, když je materiál, který má být analyzován, rozsáhlý, zvolený vzorek velký a záznamové jednotky malé. Víme o případu studenta, který musel čekat, až v Pánu zesne jeho profesor. Ten profesor byl vyhlášený teoretik, ale jeho představy o realitě empirického výzkumu byly spíše mlhavé a naléhal tedy, aby tento student použil obsahovou analýzu takovým způsobem, kde jenom hrubá analýza by vyžadovala několikaletou práci početné výzkumné skupiny. Jistě, stalo se to ještě před epochou počítačů, ale počítač může číst data jen v určité formě. Vstup rozsáhlejších materiálů to jest, přepsání celého textu do počítače, je neúnosně nákladné. Určitou naději nám slibuje použití scannerů, optických snímačů textu a grafiky. Jejich kvalita rychle roste a ceny rychle klesají. Největší překážkou je kvalita ORC, programu, který přeloží grafické obrazy písmen zachycených snímačem do jejich reprezentace v ASCII kódu. Jenom pak mohou být tyto texty analyzovány počítačem. Kvalita těchto programů je dosti neuspokojivá, jsou schopny rozeznat jen omezený počet typů a velikostí písem a produkuje mnoho chyb. Teprve v těchto týdnech (jaro 1991) odborný tisk označuje některé ohlášené ORC programy za průmyslově použitelné. A až jejich cena klesne, bude snad i jednotlivec schopen využít počítače pro obsahovou analýzu. O počítačové analýze textu si řekneme něco více v souvislosti s kvalitativním výzkumem.

Kdybyste si zatím chtěli přečíst více o obsahové analýze, můžeme vám doporučit malou, ale chytrou knížku Klause Krippendorfa (1981).

Sekundární analýza dat

Vlastně jsme vám před chvílí lhali. Existuje ještě jedna možnost, jak získat data ještě daleko levněji, než obsahovou analýzou. Ne vždycky, ale častěji, než bychom očekávali, mohla být data, která potřebujeme, už někdy někde někým sebrána. Více a více institucí zřizuje archivy dat. To není jen sbírka zpráv a výzkumných dat, ale původní data, tak jak byla sebrána, zakódována a uložena ve formě, kterou počítač může přímo číst. Co více, tato data jsou většinou dostupná každému zájemci. Ten si někdy musí vyžádat svolení původního autora, ale často je archiv vydá zájemci na požádání a za cenu materiálu (disků, pásek), na kterých jsou data přepírována. S výjimkou dat shromážděných komerčními organizacemi jsou tedy tato data zadarmo.



Dr. Watson:

To je všechno krásné, ale co budu dělat s daty z nějakého jiného výzkumu, na jiné téma a provedeném na jiné populaci. Ostatně tato data byla již zpracována původními autory.

Náš přítel může mít pravdu, přinejmenším, když hovoří o populaci. Pro některé problémy je definice populace relativně flexibilní; některé tvrzení o sociálních změnách v České republice může být právě tak dobře testováno v Západočeském jako v Severočeském kraji a pro testování některých teoretických hypotéz může být volba populace do jisté míry flexibilní. Ale jedná-li se o aplikovaný výzkum, který má být podkladem pro nějakou sociální intervenci, definice je dána. Ovšem velká většina výzkumů má tendenci volit obdobné populace: dospělé obyvatelstvo hlavního města, voliče, středoškolské studenty atd. Hlavně je dobře, že se Dr. Watson mýlí v ostatních bodech, zejména v tom, že data v archívech již byla zpracována. Každý výzkum testuje jen omezený soubor hypotéz a tyto testy představují jen omezenou množinu sociologicky relevantních kombinací sebraných proměnných. V každém výzkumu je využita jen část užitečné informace, která byla v datech nashromážděna.

Omezuje-li se náš výzkumný problém na poměrně malý počet proměnných a máme-li trochu štěstí (a ovšem, přístup do archívu dat), máme naději, že data, která potřebujeme, už někdo

pro nás shromáždil. Jsme si jisti, že nyní, kdy se počítače stávají běžnou součástí našeho života, "data banks" porostou rychle i u nás.

7.6. Na co jsme nezapomněli

V zajímavé a rozlehlé oblasti sběru dat je mnoho toho, o čem jsme se ani slovem nezmínili. Do naší malé knížky se vejde jenom zlomek. Chtěli jsme však v něm ukázat principy logických problémů, se kterými se v této oblasti setkáváme. Ty dobrodružné povahy, které by chtěly vědět více, naleznou řadu relevantních titulů v naší bibliografii.

Řešení úkolů z kapitoly 7.

Cvičení 7.1.

Záznamový arch je dokument určený výhradně pro tazatele, respondent nemá tento arch číst a tazatel přirozeně ví, že nemá zaznamenat respondentovo jméno, nemá pro to na formuláři žádnou rubriku. Ten velký červený nápis je poseiství pro respondenta, který se přirozeně bude snažit nahlédnout do dokumentu a zahlédnutý nápis ho ujistí o anonymitě výzkumu.

Cvičení 7.2.

Tento postup by ovšem píně anuloval zkreslení vyvolané haló-efektem, ale působil by psychologicky na většinu respondentů. Mohli by si připadat jako při křížovém výslechu nebo by se mohli cítit jako objekty jakési absurdní hry. Otázky musí sledovat nějakou, třeba i jen velice povrchní, logiku.

Cvičení 7.4.

Odpověď už asi znáte. Otázky kódované stejným směrem by zvýšily pravděpodobnost stereotypních, mechanických odpovědí, zvýšily by pravděpodobnost "response-setu". Pokud bychom z nějakého důvodu potřebovali sumarizovat pozitivní/negativní hodnocení, je velice snadné sebraná data překódovat. Stačí kratičká instrukce počítači, a ten změni kód pro všechna pozorování ve zlomku vteřiny.

Cvičení 7.5.

Noviny se mohou lišit svým rozsahem. Noviny A mohou mít 16 stránek a noviny B jen 4, a tak noviny B věnují danému tématu relativně daleko vyšší pozornost, než noviny A, které věnovaly této tematice více řádků.

(2) V dalším kroku zjišťujeme empirická fakta, měříme vybrané vlastnosti jevu. Ze schématu je také zřejmé, že fakta navazují na teoretické vymezení předmětu. Nejde o jakékoliv údaje. Zjištěné fakty o vlastnostech sociálních jevů proto nejsou, doslovně vzato, jen základem, počátkem poznání, ale jsou i „pokračováním“ teoretické části poznání. „Kdyby věda měla bázi, kterou by tvořily faktové výpovědi jako začátek indukce a základ verifikace, a kdyby byla čistě hierarchicky budována, jazyk vědy by se skládal z dvou oddělených částí: z observačního a teoretického jazyka.“¹² Tuto tezi je třeba pokládat za důležitou pro pochopení cyklického charakteru poznání. Má význam i pro hodnocení sociologických výzkumů a jejich místa v rámci sociologického bádání vůbec.¹³

V tomto smyslu je třeba také chápat fakta (empirická data) jako základ vědy a je také jasné jakou funkci plní jejich zjišťování (prvotní měření) v sociologickém výzkumu.

(3) Získaná empirická data musejí být zpracována. Data třídíme, zjišťujeme souvislosti, testujeme hypotézy a to vše zpravidla směřuje k vypracování závěrečné zprávy, případně praktických doporučení. Sociologie a sociologický výzkum se zabývají jevy hromadného charakteru. Smyslem výzkumu je hledání pravidelností a zákonitostí existence jevů. Tomuto cíli musí být podřízeno i měření jako nástroj zkoumání.

(4) Výsledky výzkumu jsou dále zobecňovány, nebo se stávají alespoň součástí poznatkového základu pro příslušné dílčí teorie a slouží také jako součást kumulovaného poznání pro případné další empirické výzkumy.

3.2. Fáze sociologického výzkumu

Vědecký výzkum tak jak jej znázorňuje uvedené schéma má cyklický charakter, vychází z teorie jako z kumulovaného poznání, pokračuje sběrem, analýzou a vyhodnocením empirických faktů a vrací se tím, že jsou poznatky zobecňovány znovu do oblasti teoretického poznání. Celý tento výzkumný proces je možné shrnout do třech základních fází. Rozlišujeme fázi:

1. přípravnou, teoretickou;
2. sběru empirického materiálu (terénní);
3. zpracování a zobecňování, (či interpretace) empirických údajů a ověřování hypotéz.

1. Přípravná fáze sociologického výzkumu.

Přípravná fáze sociologického výzkumu je fakticky nejdůležitější částí celé výzkumné akce. Náročnost a základ této fáze spočívá v analýze stavu dosavadního stupně poznání zkoumaného problému.

První krok přípravné fáze spočívá v precizaci výzkumného úkolu (problému, téma). Výzkumný úkol vzniká většinou těmito způsoby:

- Nápad samotného badatele, který pocítuje nejasnosti v určité oblasti svého vědeckého zájmu. Např. při zkoumání procesů vytváření přeshraničních vztahů a přeshraničního společenství v souvislosti s procesy evropské integrace vniká otázka, kdo, respektive jací lidé (s jakými sociálními, kulturními, politickými apod. vlastnostmi) jsou nositeli těchto procesů a jaká je jejich motivace k přeshraničním aktivitám.
- Výzkumné téma může být zadáno institucionálně. Např. v rámci širšího výzkumného programu vznikne podnět pro zkoumání určité dílčí otázky. Podobně vznikají výzkumná témata na základě zahraniční spolupráce u komparativních mezinárodních výzkumů apod.
- Výzkumné téma vzniká jako zakázka na objednávku, státní instituce, firmy apod. V tomto pří-

¹² Tuto tezi je třeba i/ V. Filkorn, *Cyklický aspekt vědecké metody*, *Filosofia*, 1973, č. 1, str. 37.

¹³ Je však třeba poznamenat, že kvalitativní výzkum realizovaný v duchu fenomenologické metodologie nepředpokládá toto propojení s teorií, východiskem jsou fakta a poznání na základě analýzy kvalitativních materiálů (např. biografí) je založeno na induktivních předpokladech. K této záležitosti se vrátíme v kapitole o kvalitativním výzkumu.

padě je zadání výzkumného úkolu zpravidla spojeno s konkursním řízením. V tomto případě jde většinou o problémy vznikající z praktické činnosti.

Zadání výzkumného tématu bývá většinou dosti přibližné (nejasné), často jde jen o námět, který musí být dále precizován a specifikován. Důležitá je proto komunikace mezi objednavatelem výzkumu a jeho řešitelem. Postupně dochází k ujasnění téma, ale i pojmů, které jsou v této souvislosti používány.

Druhý krok spočívá ve shromáždění a studiu pokud možno všech již existujících dostupných poznatků o daném problému. Jde většinou studium literatury, výzkumných zpráv, statistik, vyjádření expertů apod. Cílem je inventura znalostí a získání odpovědi na otázku „co vím?“ a „co nevím a potřebuji vědět?“ Studium dosavadních poznatků přináší nejen rozšíření poznatků, ale také jejich prohloubení a i odpovědi na mnohé otázky spojené se záměrem výzkumu. V nejednom případě se stává, že výzkum po důkladné teoretické analýze poznatků již existujících je ukončen, protože původní výzkumné otázky jsou již zodpovězeny. (Někdy bývá prováděn tzv. teoretický výzkum, nebo výzkum označovaný jako „desk research“.) Nejčastěji však dochází k další precizaci, nebo posunu výzkumného tématu.

Spolu s tím jsou formulovány cíle výzkumu a rámcově také očekávaný výsledek připravovaného výzkumu. To má podobu vstupní hypotézy celého výzkumu.

Třetí krok představuje formulování výzkumných hypotéz. Formulace hypotéz je jedna z nejdůležitějších prací při provádění výzkumu, plní řadu významných funkcí. Předně je pokračováním procesu ujasňování cílů výzkumu. Proto nelze formulovat hypotézy bez současné podrobné analýzy souvislostí a obsahu výzkumného problému. Pro funkční pracovní hypotézy potřebujeme znát právě „co víme“ abychom stanovili to „co očekáváme“. Formulování hypotéz výzkumu zahrnuje nezbytně upřesňování pojmů používaných v teoretické analýze problému zkoumání, je vlastně svého druhu operacionalizací¹⁴ těchto obecných pojmů. V neposlední řadě pak formulované hypotézy evidují oblast zájmu výzkumu, vymezují „sektor“, na který bude soustředěna pozornost v empirické fázi výzkumu. Jde také o proces nutné redukce souvislostí zkoumaného jevu.

Nedílnou součástí přípravné fáze sociologického výzkumu je úvaha o metodě shromažďování empirického materiálu, která po ujasnění cílů a formulaci hypotéz nabývá konkrétní podobu.

V dalším kroku je připravována technika sběru empirických dat v souladu se záměrem výzkumu a povahou výzkumného problému. Rozhodnutí o tom, jaký druh výzkumu a jaká technika sběru dat bude použita, je závislé nejen na obsahových otázkách, ale také na řadě dalších okolností zejména ekonomického, organizačního, časového atd. charakteru. V nejednom případě jsou právě časové a finanční podmínky důležité pro stanovení metody sběru dat, velikosti výběrových souborů apod. Vypracování např. techniky výběru osob, které budou zkoumány, stanovení rozsahu výběrového souboru, stejně jako použití dotazníku, scénáře pozorování apod. se řídí zvláštními metodickými zásadami, které jsou zobecněním dosavadních zkušeností z provádění sociologických výzkumů. (viz další kapitoly). Nicméně např. počet zkoumaných jednotek je do značné míry závislý také na tom kolik máme peněz, případně jak rychle má být výzkum uskutečněn apod.

Postupně je těmito jednotlivými kroky výzkumný problém transformován až do konkrétní výzkumné techniky (např. je vypracován dotazník) pro potřebu získání potřebných empirických údajů.

Před definitivním použitím zvolené techniky pro sběr empirických dat je však užitečné a někdy i nezbytné provést ověření použitelnosti a adekvátnosti nejen této techniky, ale i celého navrhovaného postupu organizace terénních prací. Většinou již v přípravné fázi výzkumu je proto nezbytné provedení předvýzkumu. Jeho cílem je:

¹⁴ *Operacionalizaci chápeme jako definování pojmů a jejich rozložení do roviny empiricky sledovatelných znaků. Podrobněji viz dále kapitola o kvantifikaci a měření.*

- a) ověření vhodnosti navrhované techniky sběru empirických dat;
 - b) ověření organizační náročnosti terénních prací;
 - c) upřesnění záměru celého výzkumu ve světle získaných předběžných údajů.
- Způsob provedení předvýzkumu je různý. Zpravidla jde o vyzkoušení způsobu výběru menší skupiny (kolem 20 osob) a vyplnění připraveného dotazníku, či provedení rozhovoru a následném vyhodnocení odpovědí.

Často v souvislosti s upřeshňováním výzkumného problému jsou realizovány speciální tematické **empirické sondy**, které mají za cíl shromáždit dílčí poznatky případně data z některých významných souvisejících oblastí zkoumaného problému. Tyto sondy, pokud jsou prováděny v přípravné fázi výzkumu, je možno rovněž pokládat za předvýzkum svého druhu.

Závěrečné práce přípravné fáze sociologického výzkumu spočívají ve vyhodnocení metodických poznatků předvýzkumu a v definitivním vypracování **projektu výzkumu**. Tímto je celá přípravná fáze fakticky uzavírána.

2. Fáze sběru empirického materiálu („terénní práce“)

Převážná část prací této fáze časově následuje až po definitivním vypracování a schválení projektu výzkumu. Některé činnosti však je nezbytné provádět již v průběhu přípravné fáze. Například při výzkumu, v němž půjde o hromadné dotazování, je potřebné připravovat spolupracovníky (tazatele, tazatelskou síť) pro práci v terénu. Konkrétní požadavky na celé organizační zajištění terénní fáze závisí na druhu výzkumu a specifice problému zkoumání a na postupu shromažďování materiálu. Náročnost této fáze souvisí právě s těmito aspekty výzkumu. Kvalifikovanost spolupracovníků v mnohém rozhoduje o úspěchu či neúspěchu celého výzkumu, a to zvláště v těch případech, kdy jde o techniku dotazování.

Hlavní činnost terénní fáze empirického výzkumu spočívá v získávání empirického materiálu na základě zvolené a vypracované techniky. Jde tedy o provádění rozhovorů, vyplňování dotazníků, či o standardizované pozorování z kterého je pořizován protokol, či o shromažďování různých písemných materiálů. Součástí terénních prací je kontrola práce tazatelů, sledování jak dodržují výběr respondentů, provádějí rozhovory apod. Podle situace jsou pak přijímána různá organizační opatření, aby byl získán empirický materiál v požadované kvalitě i množství. Shromážděný empirický materiál je před zpracováním a analýzou podrobován kritice z hlediska úplnosti jak v konkrétním slova smyslu (např. úplnost vyplnění dotazníku), tak i obecněji. (Např. zda terénní šetření neukázala na některé významné souvislosti zkoumaného problému, které použitá technika sběru dat nepostihla.) Součástí posouzení kvality empirických dat je i ověření jejich validity, tj. zda skutečně vypovídají o tom, co nás z hlediska výzkumných cílů zajímá a co máme z hlediska operacionalizace pojmů na mysli. Dále jsou data posuzována i z hlediska pravdivosti výpovědi. Je zde kladena otázka zda se získané údaje skutečně kryjí se skutečností, zda např. výpovědi respondentů nejsou úmyslně zkreslující apod. (Případně jsou-li zkreslovány z jakých důvodů apod.) V případě hromadného šetření jsou údaje (odpovědi na otevřené otázky) **kódovány** a přeneseny do systémových souborů pro elektronické zpracování, které umožňuje sestavovat různé frekvenční a kontingenční tabulky a na základě aplikace statistických metod se zjišťují souvislosti mezi proměnnými, testuje hypotézy apod. (viz dále). Fáze sběru empirického materiálu je tedy náročná hlavně po organizační stránce. Z hlediska poznávání výzkumného problému je, zejména pro nezasvěcené, pouze onou nejsnáze viditelnou pověstnou částí ledovce, jehož dvě třetiny jsou skryty pod vodou.

3. Fáze zpracování a zobecňování empirických údajů

Hlavní úsilí třetí fáze provádění sociologických výzkumů je zaměřeno na analýzu získaného empirického materiálu. Jde o jeho třídění, zjištění vnitřních souvislostí, zobecňování a konfrontaci s výchozími a pracovními hypotézami a o formulaci závěrů a případně nových hypotéz. Statistické hypotézy formulované v projektu, případně až při zpracování dat, jsou ověřovány prostřednictvím vhodných testů. Ne vždy lze však rozpracovat výzkumný problém až do

roviny statisticky verifikovatelných hypotéz. Proto hypotézy v sociologickém výzkumu mají běžně dosti obecný charakter, což plyne ze složitosti sociálních souvislostí problému a z obtížnosti redukce těchto souvislostí. Ověřování platnosti těchto vstupních a pracovních hypotéz v sociologických výzkumech probíhá proto většinou na základě **logického zhodnocení shody poznatků** vyvozených z empirických dat s příslušnými hypotézami.

Nezbytnou součástí této fáze je provedení kritiky empirického materiálu, čímž rozumíme především posouzení validity a reliability získaných dat. V některých případech je ovšem validity i reliabilita dat zjevná až v procesu analýzy a interpretace závěrů.

Prvý krok této fáze zahrnuje tedy **třídění empirického materiálu**. V podstatě jde o vytvoření tříd (kategorií) shodných nebo alespoň podobných údajů. Tyto třídy (kategorie) jsou existující již v připravené technice sběru dat (např. kategorizované jsou odpovědi na uzavřenou otázku v dotazníku), a pak jde jen o zjišťování frekvence (počtu) výskytu příslušných kategorií odpovědí, nebo je nutno tyto kategorie dodatečně vytvořit ze získaného materiálu (např. odpovědi na otevřené otázky). Vytváření tříd (kategorií) shodných nebo podobných údajů není libovolné, ale jde fakticky o důležitou součást poznávacího procesu. **Výsledek třídění dat (podle jednoho, či více znaků) je základem pro zjišťování souvislostí mezi vlastnostmi zkoumaných sociálních objektů.** Tříděním můžeme získat „primární“ síť vztahů mezi jednotlivými stránkami zkoumaného jevu. Posuzování souvislostí v sociologických výzkumech, kde byla použita technika dotazování velkého počtu lidí, se děje zpravidla na základě aplikace statistických metod. Zjištění struktury odpovědí na jednotlivé kategorie položených otázek a jejich souvislostí není konečným cílem, nýbrž jen dalším krokem, který umožní objasnit povahu zkoumaného jevu a přiblížit se jeho podstatě a upřesnit jeho charakter vzhledem k sociálnímu okolí jeho reálného výskytu.

Prakticky pak celá tato práce je shrnuta do **závěrečné zprávy výzkumu**. Způsob jejího uspořádání i hloubka zobecnění je ovšem různá a souvisí s cílem výzkumu. Jiný postup předpokládá zkoumání obecných sociálních jevů a jiný postup je u výzkumu, který má aplikovanou povahu a který má za cíl získat informace pro sociotechnické opatření, nebo opatření v oblasti reklamy. V žádném případě se však nelze u závěrečné zprávy výzkumu spokojit jen s deskripcí získaných údajů. Každá závěrečná zpráva výzkumu by měla obsahovat rovněž určité zobecnění poznatků ve vztahu k obecné sociologické teorii, popřípadě u aplikovaných výzkumů - návrh zmíněná realizačního opatření. Na závěr je nezbytné připomenout, že každý výzkum musíme chápat jako součást obecnějších poznávacích procesů, že tedy závěrečná zpráva nemůže fakticky definitivně do všech podrobností zkoumaný problém objasnit. Odhaluje pouze ty jeho stránky, které byly vzaty v úvahu při projektování (redukci souvislostí) a pokládali jsme je pro poznání za významné.

Stručný popis základních fází sociologického výzkumu jsme pokládali za nezbytný uvést na tomto místě především z těch důvodů, aby vynikla jeho logika a návaznost konkrétních činností tohoto poznávacího postupu.

3.3. Projekt sociologického výzkumu

Projekt výzkumu, jak jsme již uvedli výše, je dovršením přípravné fáze sociologického výzkumu. Představuje fakticky transformaci výzkumného úkolu z teoretické roviny do podoby, v níž je možno shromažďovat relevantní empirická data problému našeho zájmu, nebo data o jeho jednotlivých stránkách. Význam projektu je dán potřebou systematického postupu při provádění výzkumu, je předpokladem, že se zaměříme na skutečně podstatné stránky problému, který zkoumáme při zachování optimálních finančních nákladů a časových dispozic. Náležitosti projektu sociologického výzkumu lze formulovat takto:

I. Teoretická část:

1. Úvodní studie výzkumného problému s rozpracováním podrobných cílů výzkumu a se zdů-

vodněním potřebnosti výzkumu. Zahrnuje rovněž základní použitou literaturu a písemné podklady rozboru problému.

2. Formulace hlavních cílů a přehled pracovních hypotéz výzkumu.
3. Stručné shrnutí výsledků předvýzkumu nebo pomocných sond (byly-li uskutečněny).

II. Metodická část:

4. Stanovení objektu zkoumání, popřípadě rozsah základního souboru a způsobu výběru (výběrový plán) jednotek do výběrového souboru, stanovení jeho velikosti.
5. Technika shromažďování empirických údajů. Popřípadě, jde-li o složitější výzkum, jsou uvedeny všechny techniky sběru dat.
6. Předpokládaný způsob zpracování empirických dat. Podle druhu výzkumu to může být např. kvalitativní analýza záznamových protokolů o pozorování nebo způsob, jakým bude rozsáhlý empirický materiál tříděn apod. Pro zpracování hromadných dat se používají standardní (např. Exel), nebo speciální programy (SPSS). V takovém případě může projekt obsahovat i předpokládané zadání zpracování. (Třídění prvního a druhého stupně a přehled kombinací.) V této části se také uvádí, jakým způsobem bude provedena kontrola prvotních dat a jak budou připravena pro zpracování (tzv. čištění dat).
7. Stanovení způsobu interpretace a vypracování závěrečné zprávy výzkumu. Včetně předpokládaného využití, či presentace poznatků výzkumu.

III. Plán výzkumu:

8. V případě hromadných šetření jde o výběru terénních spolupracovníků, jejich přípravu, instruktáž a způsob řízení a kontroly jejich práce. Tyto činnosti mohou být zadány specializovaným agenturám, které jsou vybaveny tazatelskými sítěmi.
9. Finanční rozpočet výzkumu (zpravidla bez nákladů na úvodní studii) podle položek na jednotlivé práce.
10. Časový harmonogram provádění jednotlivých prací a termín dokončení.

Takto vypracovaný projekt by měl být předmětem oponentního řízení, které se soustřeďuje na posouzení připravenosti celé akce z hlediska dosažitelnosti jejích hlavních cílů. Naprosto nezbytné je i v této souvislosti posuzovat praktický aspekt prováděného výzkumu jak s ohledem na výsledný efekt, tak s přihlédnutím k dopadu terénního šetření na sociální prostředí a vědomí obyvatelstva.

Uvedený obsah projektu sociologického výzkumu není ovšem závazný a struktura jeho částí, stejně jako jejich vnitřní obsah, se mění v závislosti na objektu zkoumání charakteru problému, předpokládaného rozsahu výzkumu, finančních a časových možnostech a podobně. Často má sociologický výzkum podobu jednorázových terénních šetření, jindy se jedná o opakovaná šetření v časové následnosti. Bývá používán i postup, při němž se současně různými prostředky zkoumá řada stránek výzkumného problému. Např. při výzkumu romské problematiky je současně zkoumána ekonomická aktivita Romů, vybavenost jejich domácností, využívání volného času, zájmy, vztah majoritní populace k Rómům atd. Tyto souběžné problémy mohou být zkoumány specifickým postupem s použitím různých technik, výsledek vytváří jakousi „mozaiku“ znalostí o romské problematice. Na takovýto záměr výzkumu musí pochopitelně projekt výzkumu příslušným způsobem reagovat a zahrnout jednotlivé postupy a skloubit jejich vzájemnou působnost a poznávací sílu.

V některých případech se dokonce ustupuje od složitějšího projektování a formou dotazování v tzv. „omnibusu“ je dané téma zkoumáno jen několika otázkami spolu s řadou dalším, často spolu nesouvisejících témat.

Cílem této kapitoly je představit vědecký výzkum a jeho jednotlivé kroky jako určitý model sociologického výzkumu. V praxi se ovšem setkáváme s různými modifikacemi, či s různou dokonalostí a důkladností provádění jednotlivých výzkumných činností.

Literatura:

- Jeřábek, H., 1992, Úvod do sociologického výzkumu, UK, Praha, s.51-59
Lamser, V., 1966, Základy sociologického výzkumu, Svoboda, Praha, s. 45-67
Disman, M., 2002, Jak se vyrábí sociologická znalost, UK, Praha, s. 75-92

Otázky k diskusi:

1. V čem spočívá tzv. „cyklický charakter“ poznání a jak souvisí s povahou empirických faktů?
2. Jaké jsou hlavní činnosti přípravné fáze výzkumu a v čem je jejich význam?
3. Jaké jsou náležitosti projektu sociologického výzkumu a jaká je jeho funkce v poznávacím procesu?