# ZÁKLADNÍ POJMY KVALITATIVNÍHO VÝZKUMU

verze 1-2018

**Co a k čemu je tento text?** Toto není samostatný studijní text, nýbrž opora (tj. pomůcka) ke studiu kvalitativních metod v sociálním výzkumu na KRS FHS UK. Text má sloužit jako „kostra“ základních pojmů, které jsou podrobněji rozvíjeny během přednášek a seminářů. Tato opora má také sloužit jako zdroj pro další (samo)studium – kapitoly obsahují odkazy jak na základní učebnicovou literaturu, tak na další zdroje, které dále rozvíjejí nastiňovanou látku.

**Kdy je potřeba realizovat vlastní výzkum?** Vlastní výzkum realizujeme zejména tehdy, když máme problém, pro jehož řešení nemáme dostatek potřebných dat a informací. Porozumění logice sociálního výzkumu a jeho dílčím metodám nám umožní nejen formulovat (výzkumné) problémy, ale tyto také efektivně a důvěryhodným způsobem řešit. Rozumění logice, resp. logikám, sociálního výzkumu nám umožňuje nejen realizovat vlastní výzkum, ale také posoudit kvalitu výzkumů předkládaných a / či realizovaných jinými badateli. Jde tedy i o schopnost rozpoznat, případně zadat, sociální výzkum, což považujeme mj. za důležitou manažerskou kompetenci.

**Co a k čemu jsou metody sběru dat?** Dílčí metody pro sběr a analýzu dat jsou – stručně řečeno – nástroje, techniky a postupy, které nám umožní si „vyprodukovat“ data a informace, které nám umožní vyřešit předem definovaný výzkumný problém a zodpovědět výzkumnou otázku.

# Dva základní přístupy k sociálnímu výzkumu: kvantitativní a kvalitativní přístupy

*Základní termíny: kvalitativní výzkum, kvantitativní výzkum, dedukce, indukce, validita, reliabilita*

*Key words: qualitative research, quantitative research, deduction, induction, validity, reliability*

*Základní literatura: (Hendl 2005: 41-56), (Švaříček a Šeďová 2007: 12-25)*

Termíny „**kvantitativní** výzkum“ a „**kvalitativní** výzkum“ reprezentují dva přístupy ke zkoumání sociální reality: „shora“ (počítáme / kvantifikujeme výskyt nějakého fenoménu) a „zdola“ (zkoumáme vlastnosti / kvality relativně úzce vymezeného fenoménu). Tyto dva přístupy sledují odlišné logiky a epistemologie.

**Induktivní postup** kvalitativního výzkumu směřuje od pozorování jednotlivin k formulování nějakého závěru (teorie). Kvalitativní přístup tedy začíná prací s daty a směřuje k širšímu porozumění (k „teorii“).

***Výzkumný problém > sběr a analýza dat > závěry / teorie***

**Deduktivní postup** kvantitativního výzkumu směřuje od teorie (tj. od souboru tvrzení o podstatě zkoumaného fenoménu) směrem k datům. Kvantitativní přístup tady začíná teorií, resp. formulací hypotéz, a tyto následně testuje (na datech zkoumá, jestli jsou hypotézy platné, či neplatné).

***Teorie o vztahu mezi proměnnými > testování hypotéz na datech > (ne)potvrzení hypotézy***

Kvantitativní a kvalitativní přístupy se fundamentálně odlišují v logice uvažování a v tom jaké otázky, a jak, je si kladou („jak častý je nějaký fenomén“ vs. „jaké jsou vlastnosti nějakého fenoménu“). Dále se liší ve způsobu uvažování a ve směru myšlenkového postupu („od obecného k jedinečnému“ vs. „od jedinečného k obecnému“). Z toho plyne, že se kvantitativní a kvalitativní přístupy se liší také ve volbě adekvátních metod (např. „dotazník pro velké množství respondentů“ vs. „kvalitativní rozhovor s relativně malým počtem účastníků výzkumu“), v míře flexibility výzkumného designu a v typech dat, se kterými pracují („data k počtu“ vs. „data ke kontextu a významu“).

Kvalitativní výzkum bývá někdy „kritizován“ za svoji „nevědeckost“ a přílišnou subjektivitu. Kvalitativní výzkum (v kontrastu k výzkumu kvantitativnímu) má vždy relativně nízkou reliabilitu, protože do výzkumného procesu velmi silně vstupuje subjektivita výzkumníka. Nízká strukturovanost výzkumných postupů brání výzkum replikovat, malý vzorek pak znemožňuje dosažené výsledky zobecňovat a univerzalizovat.

Tyto body nelze vnímat jako koherentní „kritiku“, ale spíše jako o popis základních charakteristik, kterých se žádný kvalitativní výzkumný proces nikdy nemůže úplně zbavit. Zmíněné slabé stránky kvalitativních přístupů jsou pak kompenzovány stránkami silnými, jako je velmi vysoká validita, možnost dosáhnout komplexního a hloubkového porozumění dílčímu fenoménu, porozumění vlivu širšího kontextu na povahu zkoumaného fenoménu, a schopnost odpovědět na otázky typu „proč“? a „jak“?

Některé z rozdílů mezi kvantitativními a kvalitativními přístupy jsou patrné z následující tabulky:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | **KVANTITATIVNÍ** | **KVALITATIVNÍ** |
| Epistemologické kořeny | Objektivismus | Subjektivismus |
| Filosofické kořeny | Racionalismus | Empirismus |
| Historické kořeny | Osvícenství | Hermeneutika |
| Ontologie | Objektivismus | Konstruktivismus |
| Role a význam teorie | Testování teorie | Vytváření teorie |
| Zaměření pozornosti | Makro | Mikro |
| Cíl výzkumu | Zobecnitelná tvrzení | Kontextuální porozumění |
| Cíl výzkumu | Testovat hypotézy, činit predikce | Porozumět a interpretovat sociální interakce |
| Cíl výzkumu | Měřit a testovat | Pozorovat a porozumět |
| Reliabilita | Relativně vysoká | Relativně nízká |
| Validita | Může být problematická | Velmi vysoká |
| Myšlenkový postup | Dedukce | Indukce |
| Typické otázky | Jaký je vztah mezi proměnnými? | Jak lidé rozumí určitému jevu? |
| Typ kladených otázek | Uzavřené | Otevřené |
| Zobecnitelnost | Ano | Ne |
| Vzorek pro výzkum | Relativně malý | Relativně malý |
| Množství informací | Relativně malé | Relativně velké |
| Subjektivita badatele | Malý význam | Velký význam |
| Reprezentativita  | Ano | Ne |
| Povaha dat | Numerická | (Kon)textuální |
| Povaha dat | Nezávislá na kontextu | Závislá na kontextu |
| Vztah výzkumníka ke zkoumaným | Velký odstup | Velmi těsný |
| Strategie výzkumu | Silně strukturovaná | Málo strukturovaná |
| Množství dat | Relativně malé | Relativně velké |
| Význam proměnných | Měření proměnných | Identifikace proměnných |
| Perspektiva | Pohled „shora“, „zdálky“ | Pohled „zevnitř“, „zblízka“ |

# Kombinovaný výzkum

*Základní termíny: Kombinovaný výzkum, smíšený výzkum, souběžný výzkum, sekvenční výzkum*

*Key words: mixed-methods, multi-method, integrated research, combined research*

*Základní literatura: (Hendl 2005: 289-306), (Švaříček a Šeďová 2007: 25-26)*

Přestože se „kvalitativní“ a „kvantitativní“ přístupy staví do jakéhosi protikladu a opozice, děje se tak pouze z didaktických důvodů – aby se zdůraznily jejich principiální odlišnosti. Ve skutečnosti nestojí „kvalitativní“ a „kvantitativní“ proti sobě, nýbrž vedle sebe: svými odlišnými logikami mají potenciál se vzájemně doplňovat ve svých vlastních slabých stránkách.

Přestože se deduktivní a induktivní logiky principiálně liší a nelze je proto libovolně míchat, tak je možné je v rámci větších výzkumných projektů kombinovat. Výzkumné designy, které kombinují kvalitativní a kvantitativní přístupy se nazývají jako **kombinované výzkumné strategie**, hovoří se též jako o metodologickém pluralismu. Kombinovaný výzkum je takový, který využívá kvalitativní i kvantitativní výzkumné strategie za účelem metodologické triangulace, čili k získávání dat o zkoumaném fenoménu různými způsoby.

Existují v zásadě dva základní způsoby, jak kvalitativní a kvantitativní přístupy kombinovat:

1. **souběžný výzkum** spočívá v tom, že jsou kvalitativní a kvantitativní přístupy aplikovány souběžně, čili vedle sebe zároveň. Dva týmy např. zkoumají stejný fenomén zároveň: jeden prostřednictvím dotazníkového šetření, druhý prostřednictvím hloubkových kvalitativních rozhovorů a pozorování. Ke sběru dat tedy dochází ve stejnou dobu, k jejich integraci pak až na konci, např. při prezentaci výsledků výzkumu, nebo při psaní závěrečné zprávy.
2. **sekvenční výzkum** je takový, který kombinuje kvalitativní a kvantitativní přístupy odděleně, resp. postupně za sebou. Tento přístup umožňuje rozšířit, resp. rozvinout výsledky jedné metody metodou jinou (příklady):
	1. výsledky kvalitativního výzkumu informují navazující kvantitativní výzkum tím, že identifikují relevantní proměnné
	2. navazující hloubkové rozhovory umožní lépe porozumět a interpretovat nečekané výsledky z dotazníkového šetření

# Přípravná fáze kvalitativního výzkumu: písemný projekt

*Základní termíny: projekt výzkumu, cíle projektu, výzkumná otázka, metodologie*

*Key words: research project, goals / aims, research question, methodology*

*Základní literatura: (Hendl 2005: 159-163), (Punch 2015), (Švaříček a Šeďová 2007: 51-82)*

Každému výzkumnému projektu by měla předcházet přípravná fáze spočívající v jeho písemném sepsání. Písemné zpracování kvalitativního výzkumného projektu plní dvě základní funkce:

1. Prokázat (směrem ven), že máme velmi dobře promyšlené a vyargumentované CO a JAK chceme zkoumat (viz např. projekt jako součást zadání diplomové práce).
2. Vytvořit (pro nás samotné) podrobný rozpis dílčích aktivit a postupů, které povedou k vyřešení stanoveného problému.

Dobrý projekt, resp. návrh výzkumu, se pozná tak, že z něj i relativně nezasvěcený čtenář získá odpovědi na následující elementární otázky: **Co** (chci zkoumat)? **Proč** (to chci zkoumat)? **Jak** (budu postupovat)? Dobrý projekt se dále pozná tak, že splňuje následující požadavky (což jsou spíše obecné požadavky kladené na každý akademický text): Je psaný „neutrálně“, tj. hodnotově nezatíženým způsobem, je přesvědčivý a realizovatelný, poskytne zajímavé a uplatnitelné výsledky, a v neposlední řadě je vnitřně konzistentní (jeho dílčí části jsou ve vzájemném souladu)?

Co se týče struktury projektu, tak k tomu neexistují žádná obecně závazná pravidla. Dílčí požadavky se sice mohou v detailech lišit, dobrý projekt však vždy vymezuje a specifikuje výzkumný problém a výzkumnou otázku, vymezuje metody sběru (a analýzy) dat a vzorek/populaci pro výzkum.

**Úvodní kapitola výzkumného projektu** představuje oblast / předmět našeho výzkumu, obsahuje vstupní diskuzi k problematice, a uvádí čtenáře do širšího kontextu zkoumané oblasti. Je zde vysvětlena relevance výzkumného projektu (tj. je vysvětleno, proč může být navrhovaný výzkum někomu něčím přínosný). Tato kapitola odpovídá na otázku **CO?**, a **PROČ** je navrhováno zkoumat**?** Tato kapitola čtenáři projektu také umožní pochopit, co o vybrané problematice autor/ka projektu již ví – což lze prokázat prací s relevantní odbornou literaturou.

**Cíle projektu.** Tato kapitola jasně a srozumitelně vysvětluje cíle projektu (upřesňuje odpověď na otázku **CO?**, a **PROČ?**). Vedle obecného cíle výzkumu je zde formulovaná výzkumná otázka, v případě potřeby též další, dílčí, výzkumné otázky. Tato kapitola obsahuje jasně a konzistentně formulovanou výzkumnou otázku – co je zapotřebí zodpovědět, abychom dosáhli cíle svého výzkumu (resp. abychom vyřešili stanovený problém)?

Poté, co představíme oblast našeho zájmu a specifikujeme naše výzkumné cíle, naformulujeme výzkumnou otázku. **Dobře naformulovaná výzkumná otázka** je pomyslným srdcem, jádrem, klíčem a esencí celého návrhu výzkumu. Srozumitelně stanovuje co je zapotřebí zodpovědět, abychom naplnili cíle výzkumu (vyřešili výzkumný problém)?

**Dobře naformulovaná výzkumná otázka má následující parametry**:

* Jasně definuje účel výzkumu v jedné větě.
* Umožňuje vybrat adekvátní metodologii.
* Je relativně úzce zaměřená – zaměřuje se na jeden fenomén, koncept, ideu…
* Je induktivní.
* Je neutrální: nepředjímá žádnou odpověď ani výsledek.
* Nemá podobu hypotézy (kvalitativní výzkum nemůže testovat hypotézy).
* Nelze na ní odpovědět jednoslovně.
* Na konci je otazník.

**Metodologie.** Tato kapitola specifikuje a zdůvodňuje navržené metody sběru dat: jaká data, a jakým způsobem, budou sbírána (rozhovory individuální či skupinové, pozorování…?). V této kapitole je popsáno, s kým bude výzkum prováděn, kde a jak k nim bude zajištěn přístup atd. Tato kapitola tak jasně a srozumitelně odpovídá na otázky **JAK?**, **S KÝM?**, a **KDE?** bude výzkum realizován.

Dobrý projekt též může obsahovat **časovou rozvahu**. Tato kapitola představuje časový rozvrh realizace dílčích výzkumných aktivit – kdy dojde k výběru a kontaktování účastníků výzkumu, kdy dojde ke sběru dat, kdy proběhne analýza dat a kdy bude vyhotovena závěrečná zpráva z výzkumu. Tato kapitola odpovídá na otázku **KDY?**

Kapitola **omezení výzkumu** slouží k tomu, abychom dopředu zvážili možné či očekáva(tel)nými faktory, které mohou negativně zasáhnout do průběhu realizace výzkumu. Nejčastěji se jedná o problémy metodologické a etické. Kapitola se věnuje zejména etickým otázkám výzkumu: popisuje, jakým způsobem budou chráněny zájmy a soukromí účastníků výzkumu, resp. jak bude zachována jejich anonymita. Mezi časté „problémy“ patří např. komplikovaný přístup k participantům výzkumu (jejich ne/ochota na výzkumu spolupracovat), zkreslení závěrů na základě specifik vybrané skupiny účastníků výzkumu, a etické otázky spojené s publikováním výsledků výzkumu. Řada problémů – jak metodologických, tak etických – se váže mj. na situace, kdy je výzkum realizován v organizaci, kde je výzkumnice/výzkumník zároveň zaměstnancem, a kde jsou účastníci výzkumu její/jeho nadřízení, resp. podřízení.

Jelikož je projekt výzkumu specifickým žánrem v rámci akademického psaní, a tudíž se v jeho průběhu pracuje s odbornou literaturou, tak na konci projektu musí být abecedně seřazený **Seznam použité literatury** upravený dle vybraného citačního úzu.

V řadě případů tvoří písemný návrh výzkumu, resp. projekt výzkumu, primární podklad pro jeho schválení (jako je např. projekt k zadání diplomové práce, projekt k žádosti o grantovou podporu apod.).

Mezi **kritéria hodnocení projektů** výzkumu obvykle patří následující otázky, které si posuzující může naprosto legitimně položit:

* Je projekt vnitřně konzistentní? Panuje logický soulad mezi stanovenými cíli, výzkumnou otázkou, navrhovanými metodami sběru dat, a výběrem populace / účastníků výzkumu?
* Odpovídá projekt jasným a srozumitelným způsobem na otázky **CO** (bude zkoumáno), **PROČ, JAK, S KÝM, KDE** a **KDY**?
* Je výzkum (technicky, časově, personálně a finančně) realizovatelný?
* Jsou diskutována možná omezení výzkumu, a to včetně otázek etiky výzkumu?

# Základní metody sběru dat v kvalitativním výzkumu

Obecně lze říci, že volba adekvátní metody pro sběr dat je závislá na volbě výzkumného problému, resp. na tom, jak máme naformulovanou výzkumnou otázku. Postupujeme tak, že si položíme otázku: ***jaká data potřebujeme k zodpovězení výzkumné otázky***? Teprve poté přemýšlíme nad tím, kde a jak taková data sehnat. Pokud potřebná data v nějaké podobě (např. v podobě dokumentů, v archivu či na Statistickém úřadě) již neexistují, musíme si je „vytvořit“, resp. posbírat sami.

Teprve poté přemýšlíme nad volbou nejvhodnější metody pro sběr dat a zároveň zvažujeme, jak potřebná data získat co nejefektivněji, tj. s co nejmenším výdajem energetickým i časovým. Pokud přemýšlíme nad provedením kvalitativních rozhovorů, tak sami sobě položíme otázku, zdali by potřebná data nebyla dosažitelná nějakým jednodušším způsobem – např. formou jednoduché on-line ankety, dotazníku, či třeba hromadným emailem.

Shrnuto: při volbě vhodné metody pro sběr dat se řídíme požadavkem co největší efektivity, vždy však s ohledem na charakter výzkumné otázky a kvalitu dat, která k jejímu zodpovězení potřebujeme. Vždy musíme být připraveni zodpovědět proč je námi vybraná metoda sběru dat ta nejvhodnější: **proč právě tato metoda poskytne data, která potřebujeme k zodpovězení výzkumné otázky** / k vyřešení výzkumného problému? Nikdy nepostupujeme obráceně, čili nikdy nezačínáme výběrem metody. Výběr adekvátní metody není ničím jiným, než „logickým“ vyústěním výzkumné otázky / výzkumného problému.

# (Hloubkový) rozhovor jako nejčastější technika pro sběr dat v kvalitativním výzkumu.

*Základní termíny: kvalitativní rozhovor, hloubkový rozhovor, polostrukturovaný rozhovor, nestrukturovaný rozhovor*

*Key words: qualitative interview, in-depth interview, semi-structured interview, narrative interview*

*Základní literatura: (Hendl 2005: 164-181), (Švaříček a Šeďová 2007: 159-184)*

Rozhovor je jednou z nejčastěji používaných metod sběru dat v kvalitativních výzkumných designech. Jeho výhody, resp. jeho přednosti (ale i limity a omezení) se objeví, zejména když je srovnáme s dotazníkem (resp. anketou), což je nejčastěji používaná metoda sběru dat ve výzkumu kvantitativním: dotazník sbírá relativně malé množství informací od velkého množství respondentů, zatímco rozhovorem jsme schopni získat mnoho informací od relativně malého souboru jedinců. Zatímco standardizovaný dotazník využívá (většinou) otázek uzavřených, rozhovor využívá otázky otevřené.

Metoda kvalitativního (hloubkového) rozhovoru je tedy nejvhodnější v případech, kdy nás zajímá „hloubkové“ vědění účastníků výzkumu, jejich detailní vnímání nějakého fenoménu, jejich zkušenosti a názory. S trochou nadsázky by se dalo říci, že hloubkové rozhovory se realizují tehdy, když se (ve vztahu ke zvolené výzkumné otázce) nemůžeme spokojit s odpověďmi typu ANO – NE. V takové případě totiž nebudeme provádět časově velmi náročné rozhovory, nýbrž sestavíme jednoduchý anketní dotazník. Pokud si nemůžeme dostatečné množství dat potřebných k zodpovězení výzkumné otázky opatřit nějakým jednodušším a méně náročným způsobem, začneme uvažovat na realizací rozhovorů.

Dle míry formálnosti, resp. flexibility, je možné rozlišit dva základní typy rozhovoru: polostrukturovaný a nestrukturovaný. Plně strukturované jsou třeba dotazníky: otázky v dotazníku musí být pro všechny respondenty úplně stejné. **Polostrukturovaný rozhovor** znamená, že máme dopředu rozmyšlené, na co se chceme v rozhovoru ptát. Dobrý nápad je mít ty nejdůležitější otázky připravené v podobě tzv. „návodu k rozhovoru“ – abychom neopomněli nic důležitého. **Nestrukturované** **rozhovory** se využívají zejména v narativních designech výzkumu, kdy má rozhovor podobu volného vyprávění, a kdy výzkumník do celého procesu vyprávění zasahuje pokud možno co nejméně a spolu s účastníky se nechává volně unášet tématem, které nastoluje ten, kdo vypráví.

Nejčastěji používaný v kvalitativním výzkumu je rozhovor polostrukturovaný: dopředu poměrně přesně víme, na co se potřebujeme účastníků výzkumu ptát. I v tomto případě je důležité se nenechat předem připravenými otázkami zcela svázat a být otevřen položit otázky nové, které nám umožní lépe pochopit kontext studovaného fenoménu. Často si výzkumník až během rozhovoru uvědomí, že v rámci své přípravy opomněl něco důležitého. Jelikož jsou kvalitativní výzkumné designy (na rozdíl od výzkumu kvantitativního) poměrně flexibilní, tak není problém i v průběhu výzkumu kladené otázky pozměnit.

**V rámci přípravy** na rozhovor (předpokládá se, že jsme s širším kontextem již poměrně dobře obeznámeni studiem odborné literatury, případně vlastní praxí) se držíme projektu výzkumu, kde máme jasně stanovené cíle výzkumu, jakož i dobře naformulovanou výzkumnou otázku. Můžeme si vytvořit jednoduché schéma základních témat, které z nich vyplývají; ke každému tématu pak navrhneme několik otázek takovým způsobem, **aby nám umožnily získat dostatek dat / informací k zodpovězení výzkumné otázky**.

Dopředu si také dobře promyslíme *kde* *konkrétně* a *kdy přesně* budeme rozhovory realizovat. Dobrým nápadem je nechat tuto volbu učinit účastníky výzkumu (máme však na paměti, že ne všechny rozhovory je vhodné realizovat na pracovišti, a že budeme potřebovat místo, které je příjemné, pro všechny účastníky bezpečné, relativně klidné a tiché – to bude důležité v případě, že budeme rozhovor nahrávat za účelem jeho pozdějšího přepisu. Promýšlíme i časovou náročnost rozhovoru – běžná dálka rozhovoru může být 1 až 1,5 hodiny, při delším trvání bývají všichni zúčastnění již poměrně unaveni.

Obecně se řídíme tím, že chceme účastníky výzkumu co nejméně omezit a zatížit – proto jim obecně vycházíme co nejvíce vstříc. Rozhovory je dobré domlouvat s dostatečným časovým předstihem; musíme také počítat s možností, že domluva nedopadne, a že rozhovor bude třeba i na poslední chvíli buď zrušen, nebo přesunut na nějaký jiný termín. S těmito eventualitami je dobré při plánování výzkumných aktivit počítat a nechat si na výzkumnou fázi projektu více času, než kolik si myslíme, že bude skutečně potřeba. Také je dobré mít záložní plán a vědět, kde a jak si případně seženeme další účastníky.

V rámci vedení rozhovoru je možné pracovně rozlišit tři fáze: fázi úvodní, fázi hlavní, a fázi ukončovací. **V úvodní fázi** svým účastníkům představím sami sebe, znovu vysvětlíme účel a cíl výzkumu. Zdůrazníme účastníkům, že účast je plně dobrovolná, že mají možnost z výzkumu kdykoliv odstoupit bez udání důvodu. Dále je dobré zmínit, jak bude zacházeno s informacemi, které nám poskytnou, a také to, že jejich výpovědi budou anonymizované tak, aby je nikdo nemohl identifikovat. Případně necháme účastníky podepsat tzv. informovaný souhlas. Více viz kapitola k etickým dilematům sociálního výzkumu. Rozhovor začínáme nenáročnými, tzv. zahřívacími, otázkami, kdy je naším cílem mezi námi a účastníkem vytvořit příjemný komunikační prostor. Jde nám o to, aby byl účastník na rozhovor naladěn, a aby se cítil bezpečně.

Naším cílem **v hlavní fázi** *rozhovoru* je „přeložit“ výzkumnou otázku do nekomplikovaného a jednoduchého jazyka do podoby otázek takovým způsobem, aby nám získané informace usnadnily zodpovězení hlavní výzkumné otázky. Vedení rozhovoru je uměním, kterému se člověk postupně učí, a to výhradně opakovanou praxí. Lze doporučit několik ověřených postupů a strategií, které k tomu mohou napomoci:

* Dobré je klást otázky takovým způsobem, aby na ně nebylo možné odpovědět jednoslovně, čímž účastníka „donutíme“, aby se nad odpovědí zamyslel, a formuloval ji vlastními slovy.
* Dobré je klást otázky neutrálním způsobem, aby nebylo zřejmé, jakou odpověď očekáváme. Vyhneme se tím tomu, že budeme dostávat takové odpovědi, o kterých si budou účastníci myslet, že nám udělají radost. Podobnou funkci plní to, že se snažíme získávané odpovědi žádným způsobem nehodnotit, a to ani nonverbálně.
* Neváháme však povzbuzovat respondenta, aby se nebál odpovídat spontánně, dáváme najevo to, že nás skutečně zajímá, co si myslí.
* Nikdy nepokládáme účastníkům výzkumu samotnou výzkumnou otázku. Jsme to my, kdo je za její zodpovědný za její zodpovězení.
* Otázka „proč“ je vždy velmi problematická. Otázkou „proč“ v rozhovoru nikdy nezískáme odpověď na naši otázku, nýbrž toliko názor našeho respondenta. Lepší výsledky obvykle přinášejí otázky typu „jak?“, nebo „co“?
* Obecně se snažíme vyhýbat otázkám problematickým, resp. problematicky formulovaným. Sem patří otázky příliš komplikované, nejednoznačné, sugestivní, či příliš obecné, nekonkrétní. Otázky „konfrontační“ často přinášejí zajímavá zjištění (respondenta „vyprovokují“ k jasným odpovědím), je s nimi vždy nutné zacházet velmi citlivě, a našim respondentům projevovat respekt.

**Ukončovací fázi** rozhovoru se snažíme neuspěchat. Znovu své respondenty ujistíme o anonymitě jejich výpovědí, a vysvětlíme jim, co se s (nahranými) rozhovory bude dít dál. K prvnímu rozhovoru vždy přistupujeme jako k rozhovoru pilotnímu, kdy testujeme jeho efektivitu. Po skončení prvního rozhovoru si pustíme jeho nahrávku a sledujeme, zdali byly námi kladené otázky srozumitelné, zdali námi kladené otázky poskytují potřebná data a informace. Obecně se snažíme zhodnotit efektivitu připraveného návodu pro rozhovor. V případě nějakých problémů tyto odstraníme, a můžeme ve vedení rozhovorů pokračovat.

Hendl (2005: 176) uvádí následující **zásady pro vedení rozhovoru:**

1) Zajišťujeme důkladnou přípravu a nácvik provedení rozhovoru.
2) Účel výzkumu určuje celý proces interview.
3) V interview máme vytvořit rámec, v němž se bude moci dotazovaný vyjadřovat pomocí svých vlastních termínů a svým vlastním stylem.
4) Vytváříme vztah vzájemné důvěry, vstřícnosti a zájmu. Jsme citliví k pohlaví, k věku a kulturním odlišnostem dotazovaného.
5) Při přípravě a provedení rozhovoru si uvědomujeme, že otázky v rozhovoru nejsou totožné s výzkumnými otázkami.
6) Otázky formulujeme jasným způsobem, kterému dotazovaný rozumí.
7) Klademe vždy jenom jednu otázku.
8) Otázky doplňujeme sondážními otázkami.
9) Dotazovanému dáváme jasně na vědomí, jaké informace požadujeme, proč jsou důležité a jak interview postupuje.
10) Nasloucháme pozorně a odpovídáme tak, aby dotazovaný poznal, že o něj máme zájem. Necháváme dotazovanému dostatek času na odpověď.
11) Udržujeme si neutrální postoj k obsahu sdělovaných dat. Sbíráme data, ale neposuzujeme osobu.
12) Jsme pozorní a citliví k tomu, jak je dotazovaný rozhovorem ovlivněn a jak odpovídá na různé otázky.
13) Zohledňujeme časové možnosti dotazovaného.
14) Jsme reflexivní, sebekriticky monitorujeme sami sebe.
15) Po rozhovoru kompletujeme a kontrolujeme své poznámky, jejich kvalitu a úplnost

# Pozorování v kvalitativním výzkumu

*Základní termíny: pozorování strukturované a nestrukturované, otevřené a skryté, zúčastněné pozorování, terénní poznámky, terénní deník*

*Key words: (participant) observation, fieldnotes, research diary*

*Základní literatura: (Disman 2007: 305-308), (Hendl 2005: 191-205) a (Švaříček a Šeďová 2007: 142-159, inspirace viz též 112-126)*

Pozorování je jednou z nejtěžších metod sběru dat v kvalitativním výzkumu. „Pozorování“ je nedílnou součástí rámce naší každodenní zkušenosti, a proto je poměrně obtížné tuto činnost z prožívané zkušenosti světa vyčlenit a zvědomit. Dobře provedena, tato metoda umožňuje uvědomovat si to, čeho si normálně nejsme vědomi.

Pro tuto metodu je charakteristická velmi vysoká validita i z toho důvodu, že – na rozdíl od rozhovoru – poskytuje data nezkreslená dalšími subjekty: výzkumník vstupuje do přímého kontaktu se studovaným fenoménem a nemusí spoléhat jen na to, co se mu účastníci výzkumu během rozhovoru rozhodnou sdělit a co případně nesdělit. Rozpor mezi tím, *co lidé dělají* a *co lidé říkají o tom, že dělají*, zde nehraje tak významnou zkreslující roli, jako v případě rozhovoru. Ze stejného důvodu se doporučuje, pokud to kontext výzkumu umožňuje, metodu pozorování a vedení rozhovoru kombinovat.

**Pozorování** jako metoda sběru dat **se doporučuje** zejména v následujících kontextech:

* Když výzkum realizujeme v pro nás relativně novém, či neznámém prostředí.
* Když se snažíme pochopit / popsat *co se děje*.
* Když nám jde o zachycení dynamiky a procesuality zkoumaného fenoménu.
* Když nám jde o zachycení změny (což je něco, co rozhovorem v podstatě není možné zachytit).
* Když nám jde o pochopení toho, „jak se věci dělají“ místo toho, abychom se z rozhovorů dozvídali, jak se věci mají (správně) dělat.
* Když nám jde o pochopení širšího (mimoverbálního) kontextu a širších souvislostí studovaného fenoménu.
* Když nám jde o pochopení toho, jak členové nějaké skupiny vidí / vnímají svět kolem sebe.
* Když máme „induktivní“ výzkumný problém, tj. když máme za cíl objevit a popsat nové – např. v literatuře nepopsané – jevy a jejich kontextuální souvislosti.
* Když zkoumáme fenomén, který je naší vlastní životní zkušenosti relativně vzdálený.
* Když zkoumáme skupiny, které jsou okrajové, marginální, nebo když jde o fenomény „problematické“, „ožehavé“ a „politické“ – protože předpokládáme, že na tyto fenomény nelze učinit předmětem rozhovoru.

Z hlediska kontextu realizace této metody lze pozorování dělit na následující typy:

* **strukturované vs. nestrukturované**: buď máme dopředu promyšlené, na co chceme naši pozornost zaměřit (a připravíme si např. protokol pro průběžné zaznamenávání pozorovaných jevů), nebo k výzkumu přistoupíme otevřeně bez předchozí přípravy – např. když se seznamujeme s prostředím, o kterém dopředu nemáme příliš informací.
* **otevřené vs. skryté**: buď je naše identita jakožto výzkumníka lidem okolo známá, nebo pozorovaní lidé nevědí, že je jejich jednání předmětem výzkumu. Jedná se o eticky problematickou situaci, která ovšem vždy záleží na konkrétním kontextu. Pokud pozorujeme jednání lidí ve veřejném prostoru, tak to obvykle s sebou nenese příliš etických dilemat. Pokud však skryté pozorování provádíme na pracovišti se zaměřením např. na neformální pracovní taktiky, tak to eticky problematické být může. V každé případě se vždy řídíme pravidly etického výzkumu (viz níže) s tím, že náš výzkum nesmí jeho účastníky žádným způsobem poškodit. Pamatujeme, že sociální výzkum není práce kriminálního detektiva. Ideální situací samozřejmě je, když všichni účastníci výzkumu jsou dopředu obeznámeni s tím, že jsou předmětem výzkumu.

Další typologii pozorování lze vytvořit **na základě míry, do které se pozorovatel účastní činnosti pozorované sociální skupiny** (Disman 2007: 305-308):

1. Úplný účastník (někdy též označováno jako „zúčastněné pozorování“ / participant observation) – když se pozorovatel plně účastní všech aktivit skupiny, kterou pozoruje
2. Účastník jako pozorovatel.
3. Pozorovatel jako účastník.
4. Úplný pozorovatel – když je pozorovatel s pozorovanými spojen pouze prostorově a nevstupuje s nimi do přímého kontaktu

Pokud nemáme dopředu připravený protokol (např. v podobě tabulky pro strukturovaný záznam z pozorování), doporučuje se dělat si v průběhu pozorování průběžné poznámky (tzv. **terénní poznámky** / fieldnotes) a nespoléhat na kvalitu a kapacitu vlastní paměti. Ihned po skončení výzkumu (resp. ihned po jeho skončení ještě ten samý den), je dobré si terénní poznámky co nejdetailněji přepsat do podoby plynulého textu (tzv. **terénní deník**): co jsme pozorovali, čeho jsme si všímali, ale také se snažíme zaznamenat širší kontext pozorovaného: nonverbální chování, vlastní pocity a nápady (které je však přísně odlišovat od skutečně pozorovaného) apod…. Přestože je přepis terénních poznámek do podoby terénního deníku velmi zdlouhavý a časově náročný proces, je nutné mít na paměti, že terénní poznámky a terénní deník pro nás jsou v případě pozorování mnohdy jediným zdrojem dat – a proto je třeba transformaci těchto dat do písemné podoby věnovat odpovídající pozornost.

Při popisu pozorovaného je možné se zaměřit na jeho různé stránky: na popis fyzického prostředí pozorovaného jevu, na popis sociálního (intersubjektivního) prostředí pozorovaného, či na popis jednání aktérů – a to jednání jak verbálního, tak nonverbálního. Dále je možné zaměřovat pozornost nejprve na obecné charakteristiky širšího kontextu a teprve později pozornost více zaměřovat na dílčí vlastnosti pozorovaného. V pozdějších fázích výzkumu je možné pozorovat již velmi selektivně: záměrně vyhledávat specifické podoby pozorovaného jevu, nebo se dokonce zaměřit na tzv. „negativní případy“ – na neobvyklé a netypické případy, neboť i ty nám v kvalitativním výzkumu mohou poskytnout spoustu informací k porozumění tomu, jak zkoumaný fenomén „funguje“ v normálním, resp. nestandardním režimu.

Přestože je metoda pozorování časově i jinak velmi náročný způsobem sběru dat v kvalitativním výzkumu, tak nám může poskytnout data, která bychom jinými způsoby posbírat prostě nemohli. Jde zejména o taková data a porozumění, která není možné získat např. metodou vedení kvalitativního rozhovoru, jako je např. odpověď na otázku „Jak členové zkoumané skupiny *jednají*“?

**ZÁKLADNÍ LITERATURA**

* Disman, Miroslav. 2007. *Jak se vyrábí sociologická znalost*. Praha: Karolinum.
* Hendl, Jan. 2005. *Kvalitativní výzkum: Základní metody a aplikace*. Praha: Portál.
Str. 147-163
* Punch, Keith F. 2015. *Úspěšný návrh výzkumu*. Praha: Portál.
* Švaříček, Roman, Klára Šeďová. 2007. *Kvalitativní výzkum v pedagogických vědách*. Praha: Portál. Str. 248-258.

**ROZŠIŘUJÍCÍ LITERATURA**

* Biograf: časopis pro kvalitativní výzkum. ISSN 1211-5770.
* Guillemin, M., L. Gillam. 2004. „Etika, reflexivita a ´eticky důležité okamžiky´ ve výzkumu“. *Biograf* 35: 11-31.
* Heath, A. W. 1997. „Jak psát projekt kvalitativního výzkumu“. *Biograf* 10-11.
* Kaufmann, J.-C. 2010. *Chápající rozhovor*. Praha: SLON.
* Riessman, C. K. (ed.) 1994. *Qualitative studies in social work research.*London: SAGE.
* Silverman, D. 2005. *Ako robiť kvalitatívny výskum*. Bratislava: Ikar.
* Thyer, B. (ed.). 2009. *The handbook of social work research methods*. London: SAGE.