

Metody výzkumu II

2021/2022

Petra Jansa

petra.jansa@fsv.cuni.cz



Dnešní téma

Schéma výzkumné akce

Schéma výzkumné akce a design výzkumu

Schéma výzkumné akce

- jednotlivé kroky, které je nutné realizovat při přípravě výzkumného projektu a jeho realizaci

Design výzkumu

- v užším slova smyslu procedurám spojených s konkrétní výzkumnou metodou
- v širším slova smyslu ve smyslu logického plánu, struktury a strategii výzkumu



“... is a logical plan for getting from here to there, where here may be defined as the initial set of questions to be answered, and there is some set of conclusions (answers) about these questions. Between here and there may be found a number of major steps , including the collection and analysis of relevant data.”

Zájmem výzkumného šedinu ve smyslu schématu výzkumné akce je zodpovědět 3 základní otázky:

- 1) Co bude zkoumáno?
- 2) Proč to bude zkoumáno?
- 3) Jak to bude zkoumáno?

Blaikie: Designing Social Research, 2010, str. 41-45.

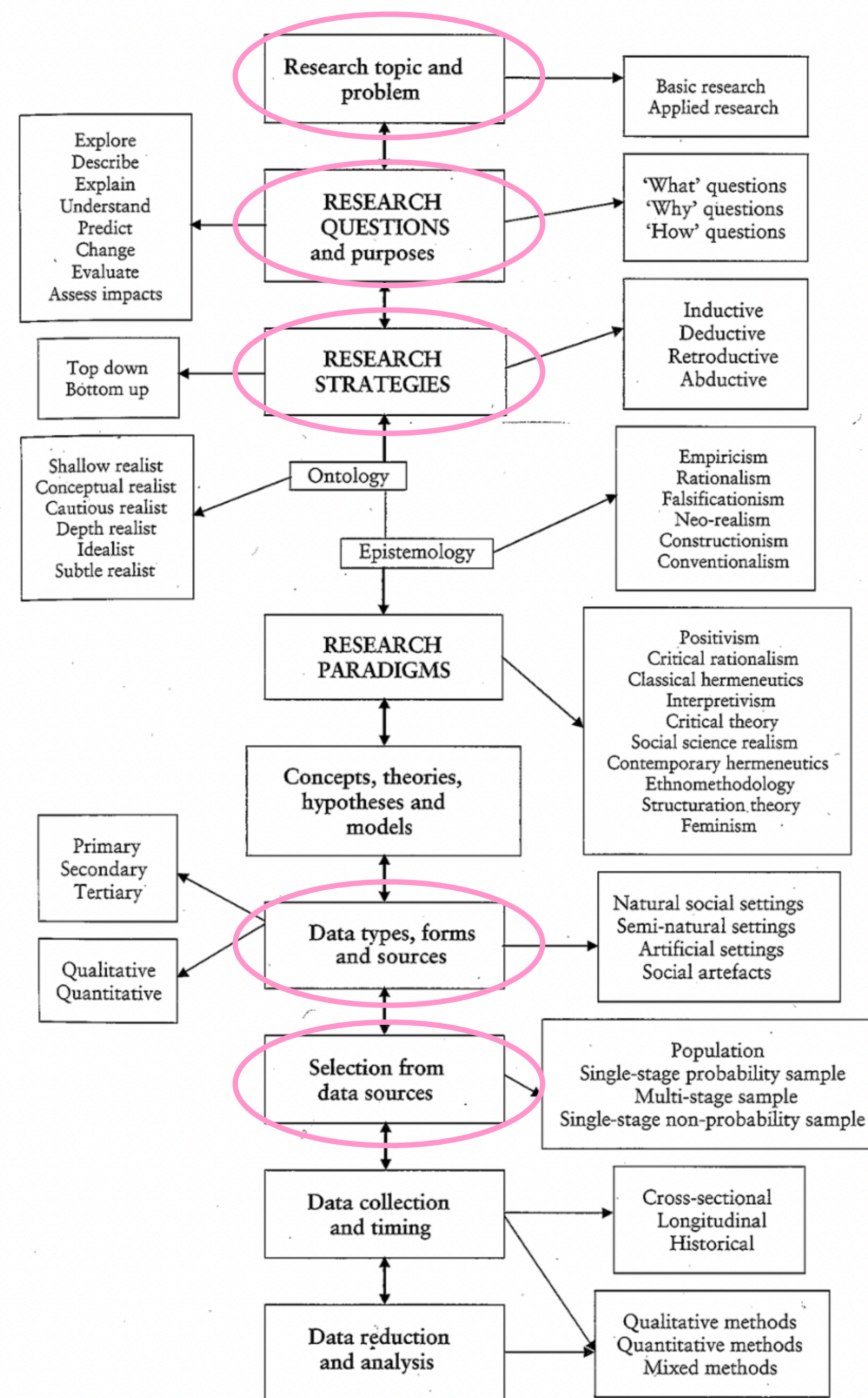


Figure 1.1 Elements of a social research design Blaikie: Designing Social Research, 2010, str. 33.

Téma výzkumu

Inspirační zdroje výzkumného tématu:

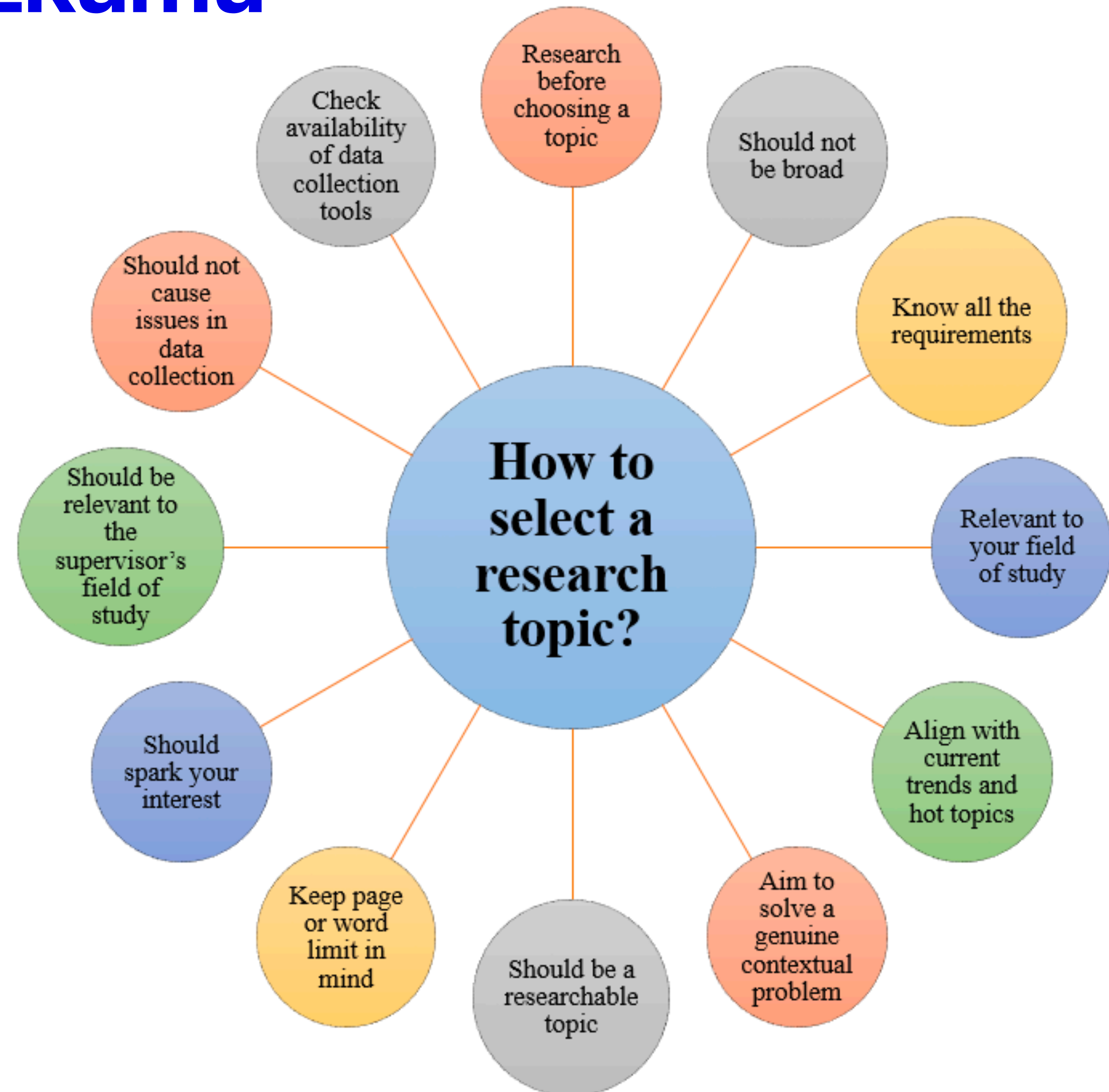
- dosavadní vzdělání a studium
- klasické téma převládající na akademickém pracovišti
- osobní zkušenost
- osobní zájem
- aktuální společenské téma

Co zvažovat při výběru tématu:

- obeznámenost s tématem
- dosavadní odborná znalost tématu
- osobní zkušenost
- inovace a vědecká hodnota
- reálnost a realizovatelnost (časové a finanční možnosti, přístup ke zdrojům)

Subjektivita v kvalitativním výzkumu:

- kritická reflexe vlastní pozice výzkumníka
- imaginace
- metafora cizince (Alfred Schütz)



Operacionalizace

Operacionalizace = v kvalitativním výzkumu převod výzkumného problému do empiricky šetřitelné podoby, obvykle rozpracované a konkretizované v podobě výzkumných otázek a podotázek.



OPERACIONALIZACE

od nejobecnějšího k nejkonkrétnějšímu

- výzkumný problém
- výzkumné otázky – podotázky
- stanovení výběrového vzorku
- technika sběru dat
- přepis dat

ABSTRAKCE

od nejkonkrétnějšího k nejobecnějšímu

- přepis dat
- stupně kódování – tvorba kategorií a vztahů mezi nimi
- tvorba centrálního příběhu

Od tématu k výzkumnému problému

Formulace výzkumného problému je převedení tématu do odborně relevantní, legitimní a vědecky uchopitelné podoby.

Zájmem badatele je vyhledat korpus textů, studií a výzkumů, o něž se při formulaci výzkumného problému a případně výzkumných cílů může opřít. Může jít v podstatě o několik druhů textů, které se různým způsobem vztahují k tématu výzkumu:

- řeší stejné či obdobné téma
- pracují s epistemologickým a teoretickým zázemím, které zvažujete použít pro svůj výzkum
- jsou inspirativní a inovativní v použití technik výzkumu, sběru a analýzy dat
- prezentují výzkum, který probíhal v totožném terénu
- jde o teorie a koncepty, které umožní rámovat téma a interpretovat data neotřelým způsobem

Novotná a kol: Metody výzkumu ve společenských vědách, 2019, str. 46.

Ve formulaci výzkumného problému je již použit odborný jazyk, založený na znalosti teorií a souvisejících výzkumů.

Výzkumný problém

Výzkumný problém je přesnější a zaměřenější než téma výzkumu.

Výzkumný problém používá odborný jazyk korespondující se zvoleným teoretickým a epistemologickým východiskem a specifikuje cíl výzkumu. Co do rozsahu může mít formulace výzkumného problému podobu odstavce nebo jedné věty.

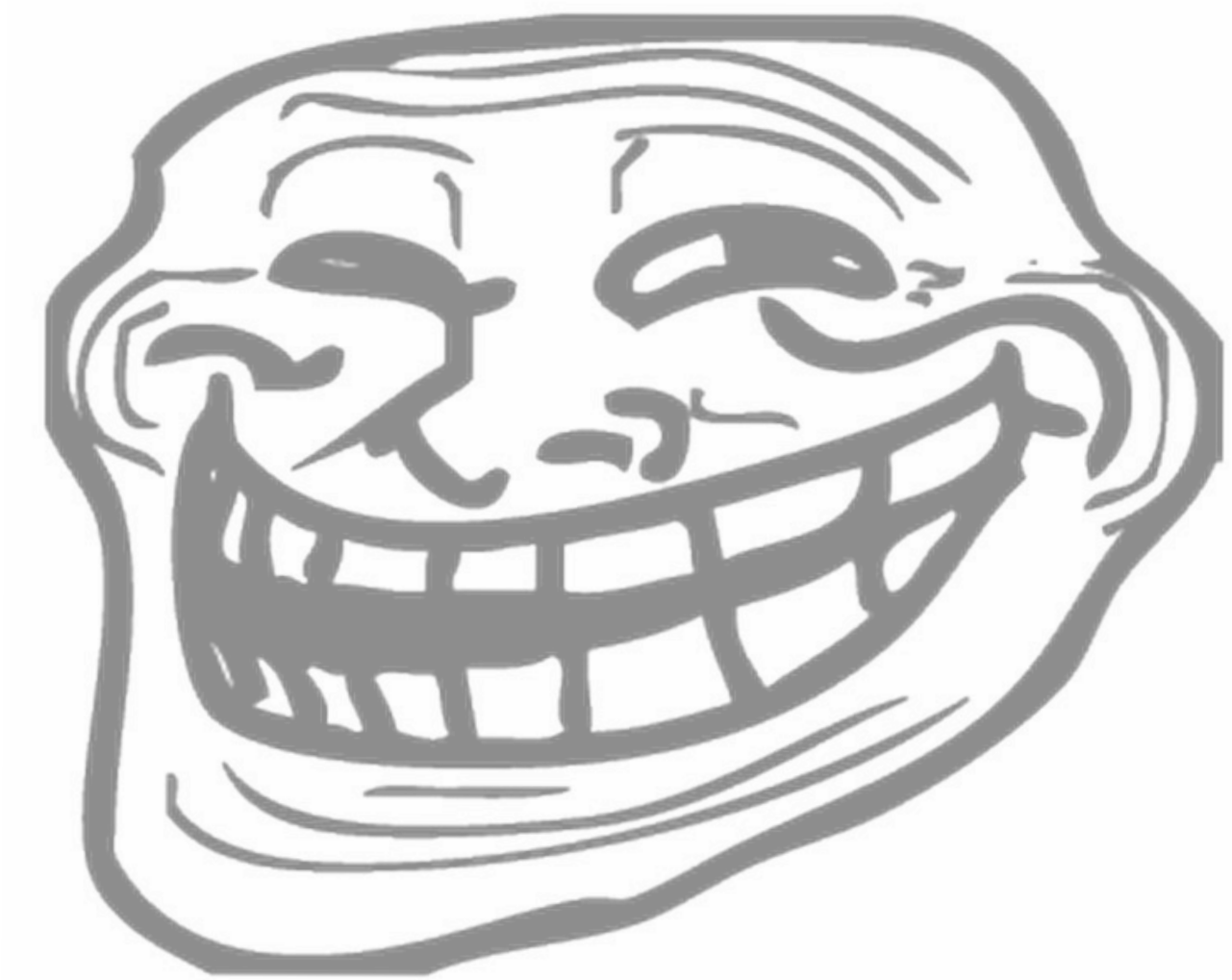
Formulace výzkumného problému reflektuje:

- ▶ období, jež má být předmětem výzkumu,
- ▶ terén, kde lze nalézt odpovědi na sledované otázky,
- ▶ vzorek, tj. kde lze nalézt potřebná data.

Nevhodně formulovaný výzkumný problém:

Sedí hráči videoher na gauči?

Problematika hraní počítačových her.



problem ?

Příklady formulací výzkumného problému – co funguje a co ne?

“Postoje rodičů z generace Y k hraní počítačových her u dětí předškolního věku.”

Příklady formulací výzkumného problému – co funguje a co ne?

“Postoje rodičů z generace Y k hraní počítačových her u dětí předškolního věku.”

Typy výzkumných problémů

Deskriptivní výzkumný problém:

Postoje rodičů z generace Y k hraní počítačových her u pětiletých dětí.

S výzkumným problémem úzce souvisí výzkumný cíl. Výzkumný cíl vyjadřuje záměr výzkumu, závažnost a jeho předpokládané výstupy.

Relační výzkumný problém:

Vztah mezi socioekonomickým statusem rodiny a tolerancí k hraní počítačových her děti do pěti let věku.

Kauzální výzkumný problém:

Souvislost nedirektivního výchovného stylu v rodinách se socioekonomickým statusem střední třídy a dobrovolným časem stráveným hraním počítačových her u dětí předškolního věku.

Výzkumná otázka

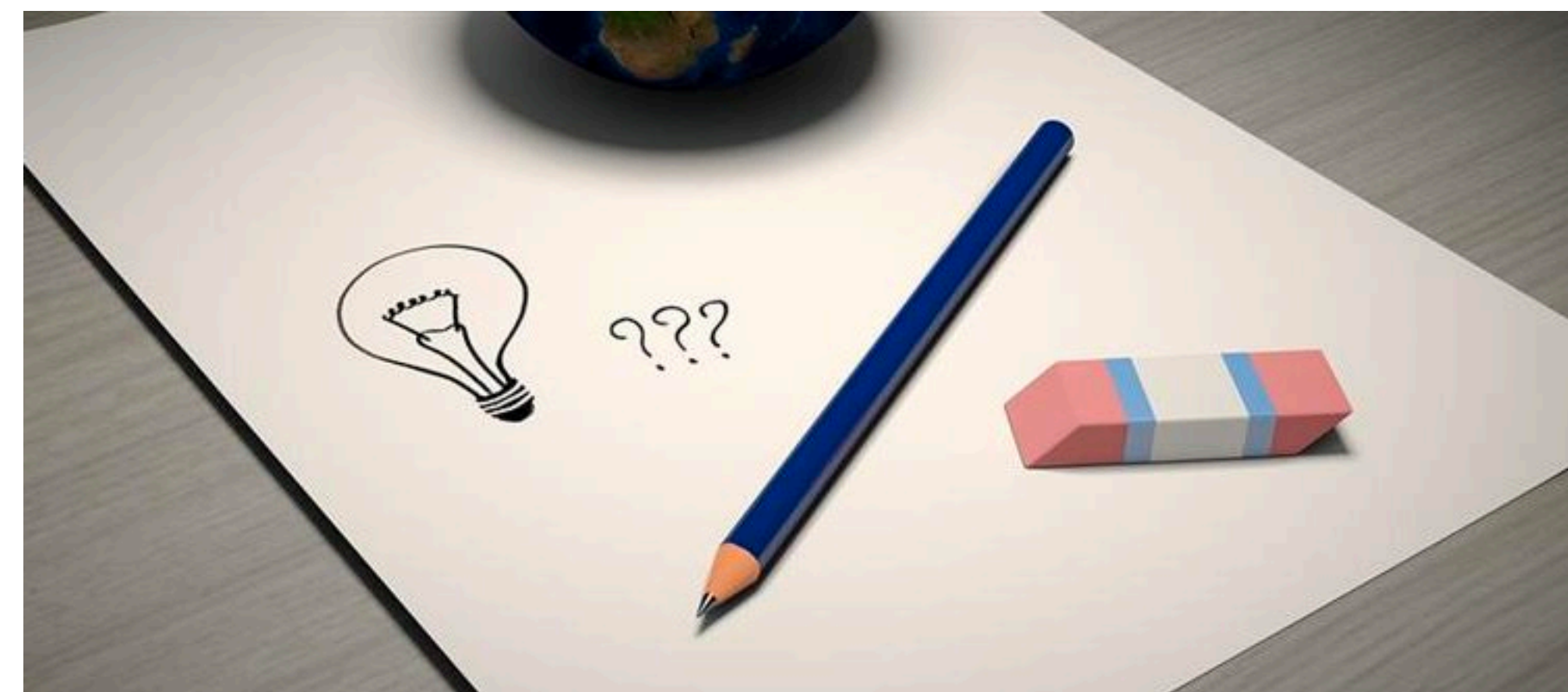
Výzkumná otázka je další fází specifikace výzkumného tématu a zpřesňováním výzkumného problému.

Výzkumná otázka jasně, srozumitelně a přesně formuluje, co je záměrem výzkumu.

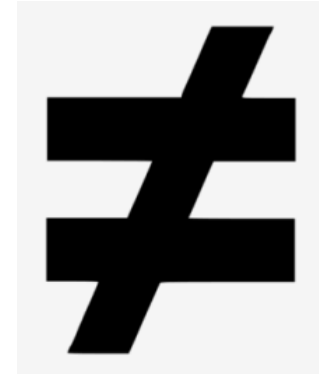
Výzkumné otázky jsou obvykle tázací věty.

Výzkumná otázka je formulována za použití odborného jazyka, který koresponduje s teoreticko-epistemologickou rovinou výzkumu a s oborem, v rámci kterého výzkum vzniká.

Množství výzkumných otázek se odvíjí od výzkumného problému, záměru a povahy výzkumu.



Jak se náctiletí uživatelé Instagramu, kteří se sociální sítí teprve začínají, vyrovnávají s projevy hate-speech v komentářích pod příspěvky influencerů, které sledují?



Kolik je vám let? Kolik času trávíte denně na Instagramu? Koho na Instagramu sledujete? Máte nějaké oblíbené influencery? Jaké máte pocity, když čtete nepříjemné komentáře pod příspěvky svých oblíbených influencerů? Reagujete na takové komentáře? apod.

Výzkumná otázka **NENÍ** otázkou, která je pokládána zkoumaným subjektům.

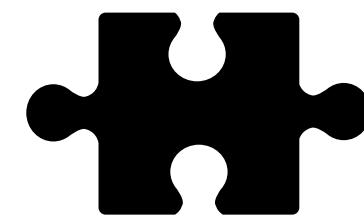
Výzkumné otázky musí korespondovat s výzkumným problémem >>> navazují na něj a soustředí se na klíčovou část či části výzkumného problému.

Výzkumná otázka jasně, srozumitelně a přesně formuluje záměr výzkumu a jeho cíl >>> co chceme zjistit, na co chceme najít odpověď.

Výzkumná otázka (popř. otázky) vymezuje hranice výzkumu a usměrňují badatelova rozhodnutí v procesu výzkumu.

Vztah výzkumné otázky a hypotéz

Hypotéza



odkazuje ke vztahu dvou a více jevů, soustředí se na jejich příčinný vztah s cílem potvrzení nebo vyvrácení tohoto tvrzení (pozn. příčinný vztah je především doménou kvantitativní výzkumné strategie)

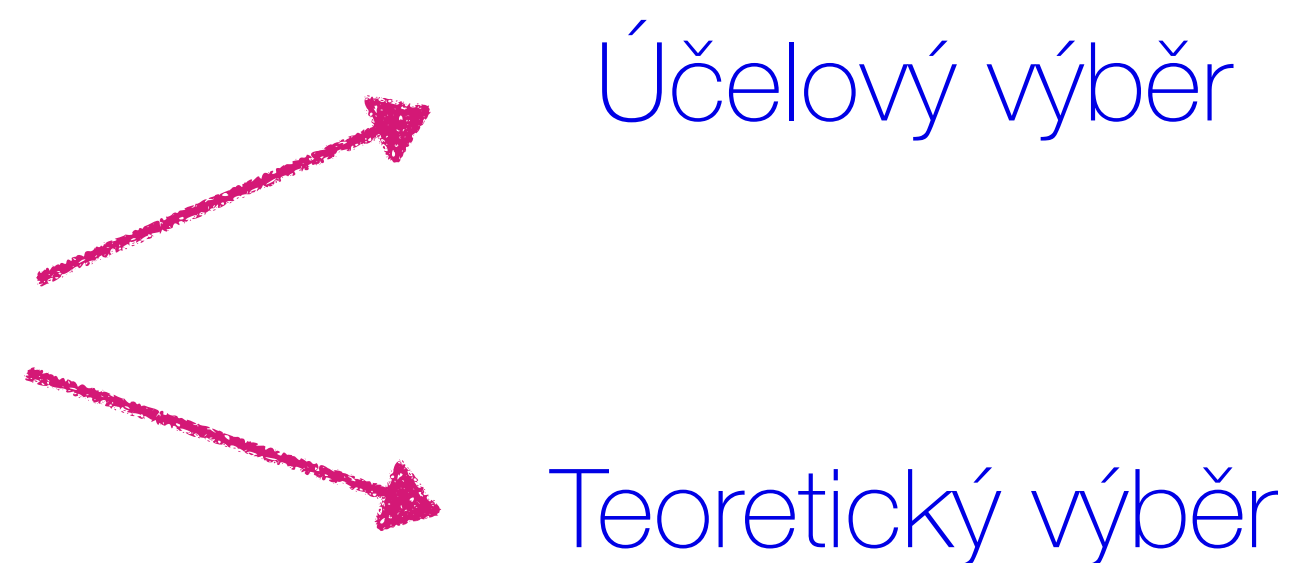
není výzkumnou otázkou

obvykle je používána v kvantitativním výzkumu, případně ve výzkumu kombinujícím kvalitativním a kvantitativní metody, **méně běžné jsou pro kvalitativní výzkum** (nicméně může být na základě výsledků kvalitativního výzkumu formulována)

hypotézy jsou **nevhodné** (př. Blaikie) pro výzkumy, které hledají odpověď na deskriptivní výzkumnou otázkou, jejíž cílem je pochopit a popsat co a jak

Tvorba výzkumného vzorku

V kvalitativním výzkumu lze identifikovat dva základní strategie tvorby výzkumného vzorku
(Flick, 2014, str. 168)



Základní techniky tvorby vzorku

vyčerpávající šetření	aplikovatelné pouze v moment, kdy je terén výzkumu velice úzce sevřený a současně v něm vše odpovídá výzkumnému problému
účelové vzorkování	badatel vybírá takové jevy a subjekty, u nichž ví nebo předpokládá, že získá potřebná data (pokud terén nezná -> odborník, informace
napalování (sněhová koule)	technika vhodná do více méně jasně ohraničeného terénu, ve kterém se badatel dosud důvěrně neorientuje

Možnosti generalizace výsledků kvalitativního výzkumu

Situovanost výzkumu

- výzkum probíhá v přirozeném prostředí, které není možné plně kontrolovat
- výzkum je výsledkem řady rozličných vztahů mezi mnoha různými aktéry, přinejmenším můžeme rozlišit tři základní aktéry kvalitativního výzkumu (subjekty a jevy, které jsou předmětem výzkumu, subjekty a jevy, které nejsou primárně předmětem výzkumu, badatel, popřípadě zadavatel výzkumu a jeho publikum)
- pokud by výzkum probíhal v jiném prostředí a v jiném čase a byl prováděn jiným výzkumníkem, i když by zkoumal ty samé subjekty či jevy, vypadal by jinak.

Flexibilita výzkumného procesu

- kvalitativní výzkum je obvykle prováděn v terénu (tzv. výzkumném poli), v němž není možné kontrolovat a eliminovat sociální jevy → výzkum je součástí zkoumaného prostředí, ovlivňuje jej a současně musí flexibilně reagovat na měnící se podmínky a nečekané situace

Přenositelnost výsledků a replikovatelnost výzkumu můžeme zvyšovat

- důslednou opercionalizací
- transparentním popisem celého výzkumného procesu
- triangulací
- zaměřeností a konzistentností schématu výzkumné akce

Teoretická perspektiva a reflexivita v kvalitativním výzkumu

Teorie v kvalitativním výzkumu

- funguje jako perspektiva orientující výzkum
- ve výzkumu figuruje také jako analytický nástroj
- pomáhá identifikovat výzkumný problém, konceptualizovat ho a operacionalizovat
- obeznámenost s teorií inspiruje a současně pomáhá neopakovat stejné chyby

Výzkumná praxe a reflexivita

- v kvalitativním výzkumu by neměla být teorie svazující, aby nedocházelo k ohýbání dat → výzkum by měl reagovat na přirození prostředí, ve kterém probíhá
- jakékoliv změny ale musí být promyšlené
- každý krok v rámci kvalitativního výzkumu by měl být považován, posuzován a případně odměněn → badatel kriticky a z osobní perspektivy reflektuje všechna metodologická rozhodnutí, výzkumný proces a svůj vztah ke zkoumanému subjektu, jevu, situaci, prostředí.

Vybrané strategie kvalitativního výzkumu

Discover (grounded theory)
Seek to understand (ethnography)
Explore a process (case study)
Describe the experiences (phenomenology)
Report the stories (narrative research)

(Creswell: Research Design of Qualitative, Quantitative and Mixed Research, pp. 206).

ZAKOTVENÁ TEORIE

- cílem je tvorba teorie založené na detailní analýze dat
- používá různé výzkumné techniky – nejčastěji rozhovory, studium dokumentů a pozorování.
- analýza skrze několikastupňového kódování
- sběr dat končí až ve chvíli teoretické saturace

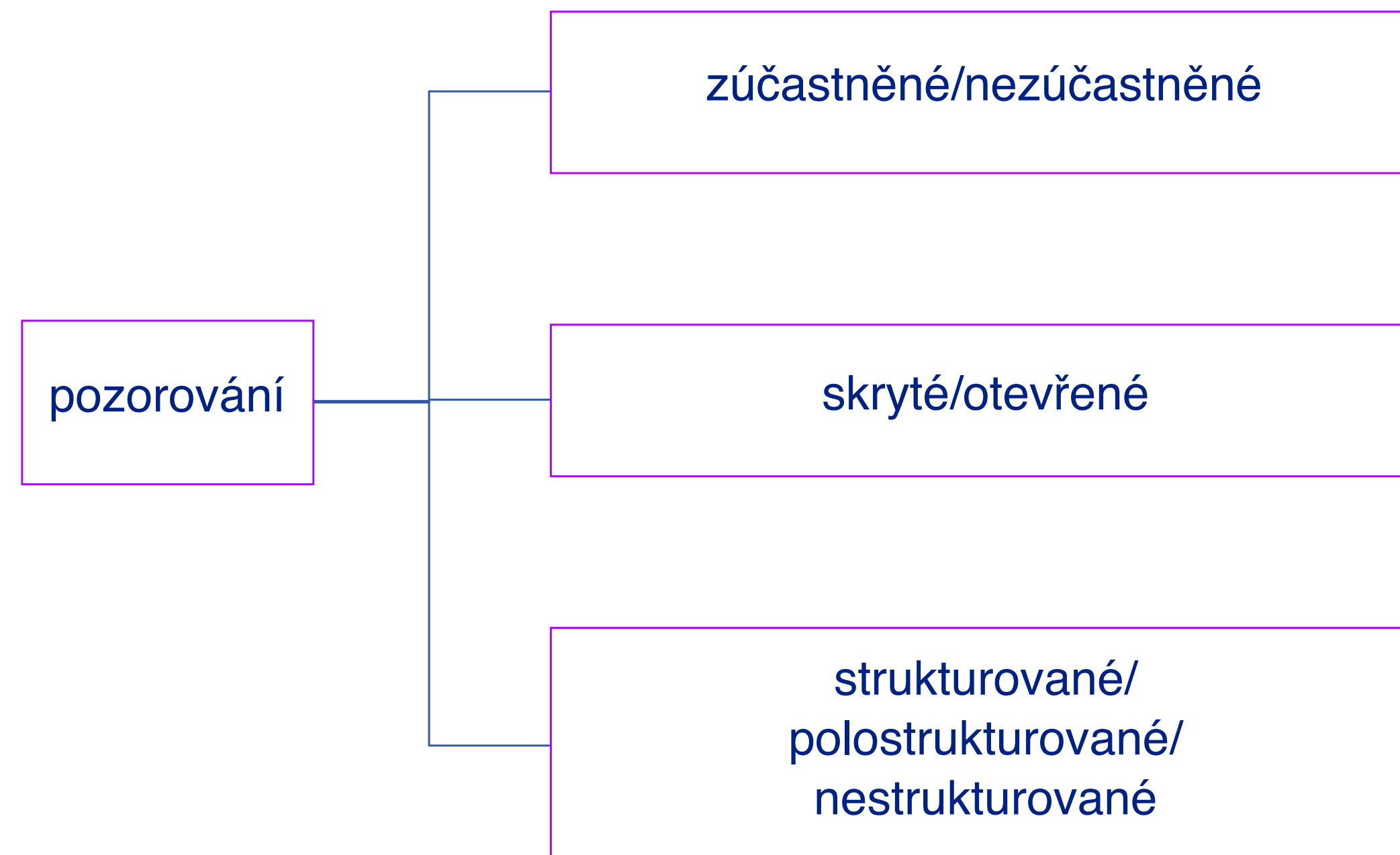
Teoretická saturace = nasycení výzkumného vzorku, situace, kdy se v datech již objevují pouze stále stejné vzorce a kategorie.

NARATIVNÍ VÝZKUMNÁ STRATEGIE

- má kořeny v literární vědě
- v centru zájmu je vyprávění (nejen příběh samotný)
- nejčastější technikou sběru dat jsou narativní rozhovory, ale výzkum pracuje i s jinými typy dat (například deníky, paměti, komiksy apod.)

ETNOGRAFIE

- založen na dlouhodobém pobytu v terénu (nebo v terénech) a intenzivní zkušenosti “na vlastní kůži”
- klasickou technikou sběru dat v etnografickém výzkumu je pozorování
- cílem je důkladný popis fenoménu a vztahů mezi jevy



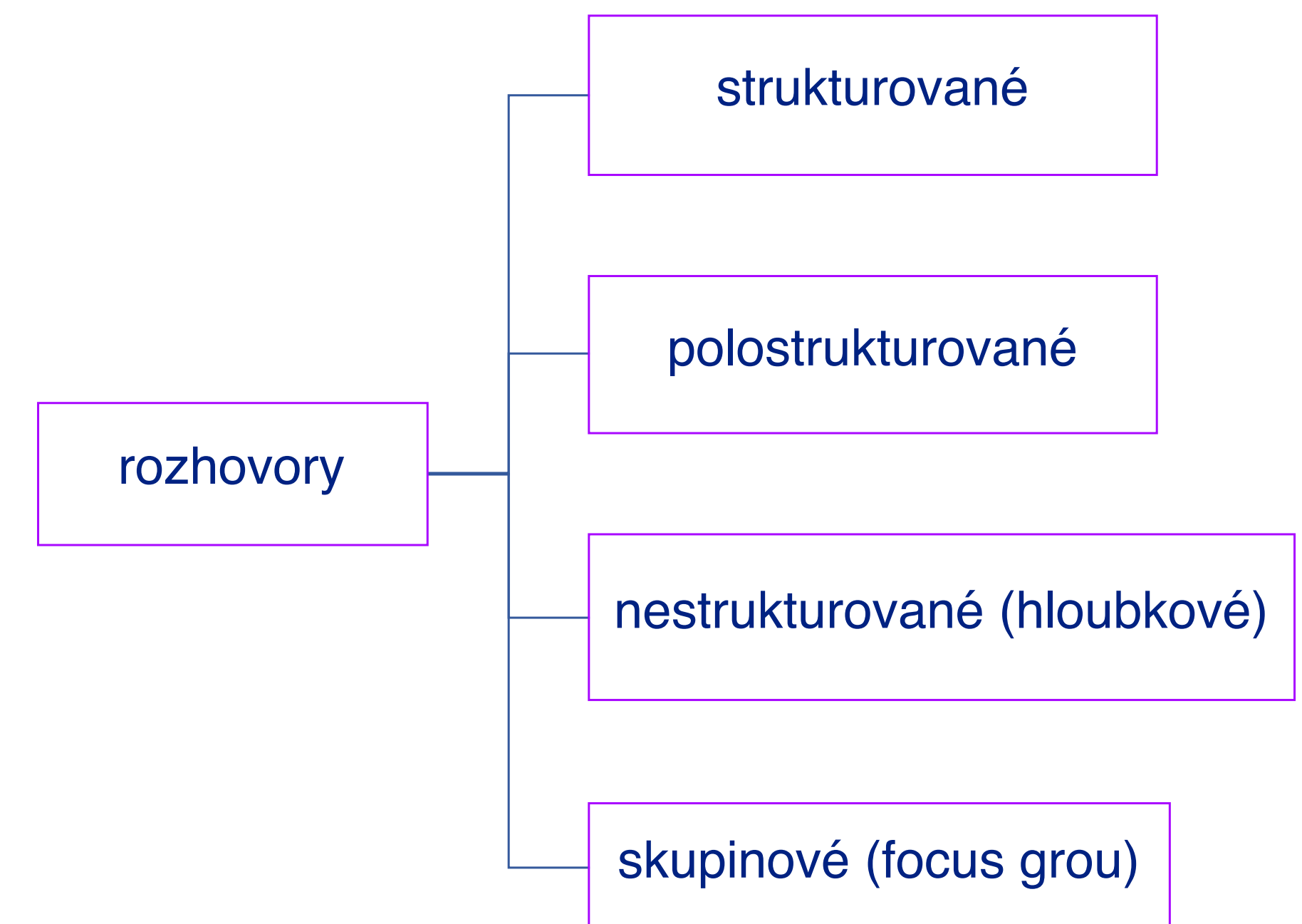
CASE STUDY

- výzkumný design zaměřený na detailní studium jednoho či několika málo případů
- cílem je komplexní a podrobné zpracování úzce vymezeného a specializovaného výzkumného problému
- jev zkoumán v přirozeném prostředí
- obvyklá je tedy triangulace

FENOMENOLOGIE

- soustředí se na subjektivní lidskou zkušenost, na to, jak je prožívána, popisována, interpretována volba tématu je subjektivní
- nejčastější technikou sběru dat jsou rozhovory
- výsledkem analýzy bývá popis jevu, události, situace a to tak, jak ji na základě výpovědí porozuměl badatel, případně také identifikace významných témat, která se z dat vyjevila jako zásadní.

Triangulace = systematická kombinace různých teoretických rámců, technik sběru dat a analytických postupů



Etické dilema kvalitativního výzkumu



>>> institucionalizovaná pravidla

>>> dobrá praxe konkrétních vědních disciplín