

**Debriefing Metod I., stanovení
podmínek plnění Metod II. a výběr
populace a vzorku do výzkumu**

Jiří Mertl

Jiri.mertl@fhs.cuni.cz

Náplň dnešního přednáškového bloku/diskuze

- 1) Debriefing Metod I. – co (ne)bylo užitečné, co je potřeba zopakovat, co by bylo možné zlepšit a dotazníky
- 2) Obsah a podmínky splnění Metod II.
- 3) Zhodnocení přístupu do terénu a návrat k pozicionalitě.
- 4) Populace a vzorek/soubor.

Nejčastější chyby v projektech

- Zaměňování teoretického ukotvení nebo teoretických východisek s rešerší literatury.
- Špatné odkazování a nekonzistentní seznam literatury (a chyby vzniklé v důsledku používání ISO 690).
 - Špatné odkazování na sborník; příklad dobré praxe: Novotná, H. (2019). Výběr vzorku a prostředí výzkumu. In H. Novotná, O. Špaček, & M. Štovičková Jantulová (Eds.), *Metody výzkumu ve společenských vědách* (pp. 289–314). FHS UK. (citační styl APA)
- Nedostatečné množství relevantních zdrojů (využití internetových zdrojů, zákonů, absolventských prací).
- Nezacílení literatury na analyzovanou problematiku.
- Nedostatečné využívání odborných databází.
- Zaměňování pojmů.
 - Informant/ka X respondent/ka.
 - Výzkumné šetření X kvalitativní výzkum.
 - Dotazování X realizace rozhovorů.

Zaměření a obsah kurzu

- Pokračování Metod I. (viz další slide).
- Postupné zevrubnější představení zbylých součástí výzkumného/diplomového projektu:
 - Populace, vzorek a přístup do terénu.
 - Volba vhodné metody analýzy dat + kódování.
 - Metody vytváření dat.
 - Psaní odborné práce – struktura a členění práce + jak se píše úvod, analytická část, diskuze a závěr.
- Průběžné opakování Metod I. a na konci semestru opakování vybraných témat z Metod I. i II.
- Sdílení praxe a zkušeností.
- Praktické aktivity – skupinové práce, nácviky, diskuze a interakce s obami s žitou zkušeností.
- Domluvit se na, jestli může být poslední blok **15. prosince online a jestli může začínat později (9:30)** – bude celý věnovaný opakování. (Bude to ten den jediný blok.)

Základní náležitosti výzkumného/diplomového projektu

- 1) Nalezení vhodného tématu a jeho uchopení, aby jej bylo možné analyzovat.
- 2) Zhodnocení vlastní pozicionality vzhledem ke zkoumanému problému.
- 3) Rozmyšlení se nad epistemologickým přístupem k zamýšlenému výzkumnému problému.
- 4) Zasazení a ukotvení zkoumaného problému v relevantní teorii a konfrontace teoretických poznatků s vlastním předporozuměním.
- 5) Zvolení vhodného typu výzkumu.
- 6) Vytvoření konkrétních výzkumných otázek.
- 7) Volba vhodných metod pro vytváření dat.
- 8) Zhodnocení možnosti přístupu do výzkumného terénu.**
- 9) Rozmyšlení se nad vytvořením vhodného vzorku pro výzkum.**
- 10) Volba metod pro analýzu dat**
- 11) Zhodnocení etické stránky zamýšleného výzkumu.**
- 12) Naplánování výzkumu.**
- 13) Limity výzkumu.**

Podmínky splnění kurzu

- **Rozpracování a doplnění již existujícího projektu odevzdaného na Metodách I. o tyto části:**
 1. Rozšíření teoretického ukotvení a východisek o minimálně **pět dalších zdrojů**, nově tedy bude mít teorie alespoň **15 relevantní zdrojů**.
 - Relevantní zdroje: knihy, odborné články, výzkumné zprávy, **ne** internetové stránky, zákony, bakalářské a diplomové práce.
 2. Doplnění o populaci a vzorkovací postup.
 3. Doplnění o zamýšlenou metodu analýzy dat
 4. Doplnění o zamýšlené limity zvoleného designu výzkumu.
 5. V rámci metodologické části budou také využívány relevantní zdroje, a to celkem alespoň **pět zdrojů**.
 6. Realizovaný explorativní rozhovor bude analyzován prostřednictvím zvolené metody a kódovacího postupu.
- **Optimální deadline** pro odevzdání na mail: **na domluvě v prvním bloku**
- **Konečný deadline** pro odevzdání na mail: **31. červenec 2024.**

Zamyšlení se nad zkoumanou populací a její dostupností

- Je nutné dobře rozmyslet se nad populací, se kterou bude výzkum realizován, zejména její **dostupnost**.
- V rámci předchozích příkladů to budou sociální pracovníci a pracovnice, politická reprezentace, zdravotní personál, různé cílové skupiny, management atd.
 - Ale jak se k nim dostaneme?
 - Je možné vytvořit nějaký smysluplný vzorek?
 - Jaká je moje pozice vůči dané populaci?
- Obtížně dostupné populace = lidé bez přístřeší, propuštěné osoby apod.
- **Posuďme ještě tuto otázku:** Jaké jsou bariéry pro zapojování osob s žitou zkušeností do adiktologických služeb?
- Důležité je také rozvažování nad **pozicionalitou** – jak budete danou populací a terénem vnímáni? Co nebo kdo vám umožní vstup do terénu? Jak budete řešit problém Insider vs. outsider? Atd.

Populace X vzorek/soubor

- Populace = určitý segment ve společnosti, který je předmětem výzkumu.
 - Definován na základě určitých kritérií, která podléhají kreativité výzkumníka/výzkumnice.
 - Zaměstnanci/zaměstnankyně, drogoví uživatelé, propuštěné osoby, nemocniční personál (asistenční personál, lékaři/doktorky) atd.
- Populace zpravidla bývá hodně početná (ale nemusí být), proto se často výzkum realizuje pouze s určitým **vzorkem/souborem** této populace.
- V kvantitativních výzkumech je kladen velký důraz na reprezentativitu vzorku.
 - Reprezentativita = vzorek co nejvíce reprezentuje skladbu osob v dané populaci.
- V kvalitativních výzkumech nejde o reprezentativitu vzorku/souboru, ale o jeho dobré zacílení, aby bylo možné odpovědět na výzkumnou otázku a lépe pochopit danou problematiku.

Reprezentativita

- Platí pouze u kvantitativních výzkumů a analýz, u **kvalitativních je to zbytečný pojem**.
- Velmi komplikovaná problematika, přičemž zajištění reprezentativity bývá často veliký problém.
- Základní podmínka – **inkluzivnost**: každý, kdo spadá do vytyčené populace, by měl mít nenulovou šanci (ideálně stejnou šanci) se dostat do vzorku.
- Někdy se stanovují kvóty = minimálně počty respondentů a respondentek, která naplňují nějaká kritéria.
 - Často náročné dodržet u populací, o kterých je toho málo známo (=populace, které by měly být zkoumány nejvíce).
 - Často se používají matematické operace pro vážení jednotlivých kvót, odpovědí atd.
- **Ideální/absolutní reprezentativita neexistuje!**

Vytváření vzorku

- **Kvalitativní výzkumy** – pestrý vzorek s ohledem na atribuční data (věk, gender, místo pobytu atd.) zvyšuje hodnověrnost a relevantnost výzkumu.
 - Vytvoření reprezentativního vzorku je zbytečné, není to smyslem kvalitativního výzkumu.
 - Pestrý vzorek je potřeba **cíleně konstruovat**.
- **Kvantitativní výzkumy** – často zdůrazňovaná spíše reprezentativita vzorku, aby se daly poznatky získaných ze vzorku generalizovat na celou populaci.
 - Příklad: Jaké povědomí mají organizace zajišťující sociální služby o povinnostech a standardech, které mají plnit?
 - Není potřeba reprezentativního vzorku v případech, kdy cílem není zobecnění, ale lepší pochopení nebo dílčí výzkum.
- **V obou případech se vyplatí velká otevřenost při prezentaci konstrukce vzorku/souboru a dobře popsany konečný vzorek/soubor, s nímž pracujeme (= kdo se nám do výzkumu nakonec dostal).**
- **Konstrukce vzorku je v kvalitativních výzkumech často průběžná činnost.**

Kvalitativní vzorkování

- **Cílené (*purposive*)**
 - Participantů/participantek se vybírají s ohledem na skutečnost, že mají specifické informace, zkušenosti, jsou ve specifické pozici atd.
 - *Selection bias*: vybírání si participantů a participantek, které se nám hodí nebo potvrzují naši tendenci nebo stereotypizaci.
- **Sněhová koule (*snowballing*)**
 - Participantů a participantek, s nimiž je realizován rozhovor nebo méně formální interakce, doporučují další, které znají a myslí si, že jsou vhodné do výzkumu.
 - *Community bias*: oslovení a zacyklení se v bublinách = stále stejné pohledy na problematiku a možnost nezohlednění něčeho důležitého.
- **Multi-site (na více místech)**
 - Oslovení a rekrutace se provádí na více místech kvůli větší pestrosti vzorku.
 - Různé organizace (zaměřením, velikostí, zajišťováním služeb apod.), geograficky různá místa, různé pozice v rámci organizace, genderová pestrost atd.
 - Sněhové koule se „rozběhnou“ na více místech nebo u více informantů/informantek (vznikne tak několik směrů, které se mohou a nemusí pak setkat).

Kvantitativní vzorkování: pravděpodobnostní / náhodný výběr

- **Pravděpodobnostní** = výhradně v kvantitativních výzkumech; všichni členové a členky cílené populace mají **nenulovou a ideálně stejnou šanci se dostat do vzorku**. Často se však můžete setkat se striktním vymezením, že všichni musí mít stejnou šanci.
- Nutná existence **seznamu**, který obsahuje všechny členy a členky cílové populace.
 - Takové seznamy existují spíše velmi zřídka, ale dají se vytvořit (obsahují ale pak všechny členy a členky?).
- Všem se přiřadí unikátní číslo a následně se tato čísla losují až se početně naplní požadovaný počet participantek a participantů.
- Jednoduchá metoda, která se ale hodí pro větší populace.

Pravděpodobnostní vzorkování – vícestupňový náhodný výběr

- Systematictější a řízenější náhodný výběr.
- Jde se postupně po větších jednotkách, které nějakým způsobem populaci sdružují a v každé jednotce se podle situace dělá náhodný výběr.
 - **Příklad s organizacemi a jejich povědomí o povinnostech** – existuje rejstřík sociálních služeb, který je sám o sobě vhodný pro náhodný výběr, ale lze jej využít například i pro rozdělení organizací podle krajů a potom náhodně vybrat organizace v rámci krajů.
 - Výhodou jisté zastoupení všech krajů (při čistě náhodném výběru by to nemuselo být).

Nepravděpodobnostní vzorkování – kvótní výběr

- Je potřeba mít **sociodemografická a jiná data**, podle nichž je možné určit základní parametrické kontury populace (věkové složení, genderové rozložení, zastoupení vzdělání atd.).
- Takové rozložení se následně simuluje u vzorku, který by v malém měl odrážet populaci a tím naplňovat reprezentativitu.
- Reprezentativita je naplněna pouze ve vytyčených známých parametrech, nikoli neznámých.
 - Příklad s organizacemi: je nutné shromáždit makro data z rejstříku (rozložení po ČR, poskytované služby atd.) a stanovit podle toho kvóty, které chceme naplnit.

Dobrovolné vzorkování a vzorkování „po ruce“

- Dobrovolné (*voluntary*)
 - Využitelné pro kvalitativní i kvantitativní vzorkování.
 - Možnost participace ve výzkumu je potenciálně nabídnuta všem v rámci populace a participantky se podle zájmu hlásí.
 - Tendence způsobená samovýběrem (*Self-selection bias*): malá kontrola nad vzorkem, který je často vytvářen participanty/ tkami, nikoli výzkumníkem/ výzkumnicí
 - Je nutné během výzkumu kontrolovat podobu vzorku a případně jej rozrůžňovat.
 - Příklad: relevance Copenhagen burnout inventory (CBI) a míra vyhoření zdravotního personálu – dotazník by byl poslán do různých zdravotnických zařízení, které jej (zřejmě) nabídnou relevantním zaměstnancům a zaměstnankyním, kteří jej vyplní, pokud budou chtít participovat.
- „Po ruce“ (*convenience*)
 - Zcela neplánovaný výběr osob nebo subjektů, které se naskytnou v daném prostoru a čase a jsou ochotné participovat.
 - Často neformální seznamování se se zkoumaným terénem, například nějakou obcí, kde se bude realizovat specifický výzkum: chodí se po obci a neformálně se realizují krátké rozhovory s lidmi kolemjdoucími lidmi.

Jak velký kvantitativní vzorek? První možnost – literatura

populace	vzorek	populace	vzorek
10	10	550	228
30	28	1.100	285
60	52	1.700	313
80	66	2.400	331
110	86	4.000	351
170	118	8.000	367
210	136	20.000	377
320	175	100.000	384

– Paul Hague – *Průzkum trhu*

Jak velký kvantitativní vzorek? Druhá možnost – matematika

- Pro pravděpodobnostní vzorkování existuje vzorec, podle něhož se dá vypočítat velikost vzorku:

- $$n = \frac{z^2 \cdot p \cdot q \cdot N}{E^2 \cdot (N-1) + z^2 \cdot p \cdot q}$$

- $z = 1,96$
- $p \cdot q = 0,25$
- $E = 0,04$
- $N =$ velikost populace

- $$n = \frac{1,96^2 \cdot 0,25 \cdot N}{0,04^2 \cdot (N-1) + 1,96^2 \cdot 0,25}$$

- Alberto Trobia, Sampling, Paul Lavrakas (ed)., *Encyclopedia of Survey Research Methods*: 783.

Jak velký kvalitativní vzorek/soubor?

- Předmětem mnoha debat, často se lze setkat s pohledem, že vytváření dat se má zastavit, když se **nedozvídáme nic nového** = tzv. **dojde k saturaci**.
 - Převzato nejspíše ze zakotvené teorie, kde existuje pojem teoretické saturace (všechny kategorie mohou být dobře interpretovány a propojeny v teorii).
- Co je to ale za situaci, kdy se nedozvídáme nic nového? Co je saturace?
 - Saturace dat – další data vůbec nebo minimálně mění nakódované kategorie.
 - Saturace témat/motivů – další data nepřinášejí nová témata/motivy.
 - Saturace kódů – žádné nové kódy nejsou s dalšími rozhovory vytvářeny.
 - Saturace významů a porozumění – poznatkům lze jasně porozumět a interpretovat je.
 - Někdy také jako „dojem z rozhovorů“ (nedochází k analýze rozhovorů a výzkumník/výzkumnice má z rozhovorů „pocit“, že se poznatky opakují).
- Bez upřesnění tedy není jasné, jak došlo „saturaci“ a co to vlastně znamená.
- Zároveň je saturace kritizována i jako mechanismus sám o sobě – pokud budou data vytvářena, vždy bude docházet k novým zjištěním, posouváním kódů, kategorií i témat i lepšímu porozumění.

Jak velký kvalitativní vzorek/soubor?

- V praxi je velikost vzorku často omezena projektem a jeho časovým vymezením a plánem.
 - Data se vytvářejí v naplánovaném časovém okně a co se stihne vytvořit, to se vytvoří.
- Saturace je často tedy spíše rétorický nástroj nebo součást odborné jazykové hry.
- Jedním z řešení je náhrada pojmu „saturace“ za „**dostatečnost**“ ve smyslu, že osoba provádějící výzkum a analýzu má na základě dat a poznatků dostatečný vhled do problematiky.
 - Pak záleží na kvalitách, transparentnosti a otevřenost dané osoby.
 - V tomto ohledu může pomoci být v týmu nebo mít i alternativní pohled.
- Důležitým faktorem je konstrukce vzorku, kdy s pestrým vzorkem lze postihnout více kontextů a relevantněji pak interpretovat danou věc.
- Diane Young a Erin Casey (*An Examination of the Sufficiency of Small Qualitative Samples*).
 - Analýza tří výzkumných projektů (dva postaveny na rozhovorech a jeden na fokusních skupinách).
 - Stačilo osm až devět rozhovorů a šest skupin na pokrytí skoro všech identifikovaných kódů.
- **Pro DP projekt a jeho limity stačí pět až deset rozhovorů.**

Některé obecné rady ohledně konstrukce vzorku/souboru

- Využívat **kombinaci** vzorkování (účelové + snowballing + multi-site).
- U účelového vzorkování **cíleně rozrůžňovat** vzorek (geograficky, věkově, zkušenostmi, genderově, zaměřením atd.).
- **Dobře a jasně popsat finální vzorek/soubor**, který se dostal do výzkumu.
 - Opravdu dobře a důkladně pomocí atribučních otázek (věk, gender, délka zkušeností, geografické zacílení, orientace sociálních služeb apod.), kdo se do vzorku dostal.
 - Pokud je tam jasná nad nebo podreprezentace některých informantů/tek, jasně to deklarovat a neskrývat to.
- Být si **vědom/a problémů spojených s vzorkovacími strategiemi** a popsat je v práci.

Literatura k probírané problematice

- Braun, V., & Clarke, V. (2021). To saturate or not to saturate? Questioning data saturation as a useful concept for thematic analysis and sample-size rationales. *Qualitative Research in Sport, Exercise and Health*, 13(2), 201–216.
- Given, L. M. (Ed.). (2008). *The Sage encyclopedia of qualitative research methods*. Sage Publications.
- Gray, D. E. (2004). *Doing Research in the Real World*. Sage Publications.
- Hirt, T., Zíková, T., Toušek, L., Sosna, D., Henig, D., Tošner, M., Hrešánová, E., Dvořáková, I., Kavalír, A., Kovář, J., & Pařízková, A. (2012). *Vybrané kapitoly z aplikované sociální antropologie*. Západočeská univerzita. (Zejména kapitola Vybrané aspekty metodologie aplikované antropologie od Laca Touška, strany 25 až 108.)
- Jupp, V. (Ed.). (2006). *The Sage dictionary of social research methods*. Sage Publications.
- Lavrakas, P. J. (Ed.). (2008). *Encyclopedia of Survey Research Methods*. Sage Publications.
- Loučková, I., & Baum, D. (2014). Výzkum jako proces – od teorie přes výzkumnou otázku k empirickým poznatkům. In D. Baum & A. Gojová (Eds.), *Výzkumné metody v sociální práci* (pp. 63–120). Ostravská univerzita.
- Novotná, H. (2019). Výběr vzorku a prostředí výzkumu. In H. Novotná, O. Špaček, & M. Št'ovičková Jantulová (Eds.), *Metody výzkumu ve společenských vědách* (pp. 289–314). FHS UK.
- Špaček, O. (2019). Populace a výběr. In H. Novotná, O. Špaček, & M. Št'ovičková Jantulová (Eds.), *Metody výzkumu ve společenských vědách* (pp. 123–140). FHS UK.
- Young, D. S., & Casey, E. A. (2019). An Examination of the Sufficiency of Small Qualitative Samples. *Social Work Research*, 43(1), 53–58.