

CO KONTROLUJEME PŘED ZASLÁNÍM NÁVRHU SEMINÁRNÍ PRÁCE

1. ZÁKLADNÍ PARAMETRY DOKUMENTU:

Posíláme všechny čtyři požadované informace v jednom mailu (téma práce, výzkumný cíl, volba respondentů, návrh podoby výzkumného nástroje)

2. RESPONDENTI:

2.1 Respondenti patří do jedné sociální skupiny (např. školní třídy, kroužku) a mezi sebou se znají

2.2 Respondenti jsou podobného věku.

3. OBSAH OTÁZEK V DOTAZNÍKU/ROZHOVORU:

3.1 VOLÍME JAZYK A SLOVA, KTERÁ BĚŽNĚ UŽÍVAJÍ RESPONDENTI ZVOLENÉHO VĚKU

3.2 VĚTY FORMULUJEME JEDNODUŠE. Používáme formulace, které bychom použili v normálním civilním rozhovoru s lidmi daného věku.

3.3 VYHÝBÁME SE OBECNÝM OTÁZKÁM A POKUD MOŽNO I ABSTRAKTNÍM POJMŮM

Většinou se nic o postoji nedozvíme, když se na postoj ptáme přímo, protože takové otázky jsou příliš obecné. Dozvěděli bychom se spíše obecné fráze, které si respondent myslí, že chceme slyšet (vlivem sociální desirability/žádoucnosti).

Chceme-li se dozvědět postoje, potřebujeme se ptát konkrétněji, aby se respondent vžil a vmyslel do nějaké představitelné situace. Ptáme se pak např. na pocity, myšlenky a reakce v určitých situacích ze zkušenosti respondentů, nebo popisujeme hypotetické situace, ve kterých se postoje dobře ukážou.

3.4 VYHÝBÁME SE ODBORNÝM A VĚDECKÝM POJMŮM

Odborné pojmy nahrazujeme běžně užívanými výrazy, anebo namísto odborného pojmu popíšeme běžným jazykem (třeba větou) jev, na který se ptáme.

3.5 ZKOUMÁME „POSTOJE“ RESPONDENTŮ (NEZKOUMÁME „VLIV“ ANI „PŘÍČINY“)

Nesprávné jsou otázky typu:

- Ovlivnily Vás zkušenosti v tom, jak dnes vnímáte starší lidi?

- Jaký vliv na Vás mají reklamy?

(Vliv zkoumat jednorázovými dotazníky ani rozhovory z metodologického principu nelze).

3.6 ZKOUMÁME „POSTOJE“ RESPONDENTŮ (NEZKOUMÁME „OBJEKTIVNÍ FAKTA“)

Rozhovorem a jednorázovým dotazníkem nelze zjistit žádné objektivní skutečnosti o tom, jak něco "je". Nevyzkoumáme např. to, "čím jsou žáci motivováni ke školní práci".

- můžeme však zjistit, "čím se cítí žáci motivováni ke školní práci" (zkoumáme tedy vždy subjektivní hledisko respondentů).

3.7 ZKOU MÁME „POSTOJE“ RESPONDENTŮ (NEZKOU MÁME „ZNALOSTI“ RESPONDENTŮ)

Nepoužíváme zkouškové otázky typu: „Co víš o ...“

3.8 ZKOU MÁME „POSTOJE“ RESPONDENTŮ (NEZKOU MÁME VĚTŠINOU JEJICH „OSOBNÍ ZKUŠENOSTI“ ANI SE NEPTÁME NA JEJICH „OSOBNÍ ÚDAJE“)

Neptáme se na žádné osobní údaje, které podléhají zákonu o GDPR. (Většinou potřebujeme znát pouze gender respondenta a navštěvovaný školní ročník).

Na osobní zkušenosti se můžeme ptát pouze tehdy, když jde o běžné zkušenosti, např. zažívané ve školním prostředí, např. „Jak se cítíš, když dostaneš horší známku z předmětu, na kterém ti záleží?“

Na ostatní osobní zkušenosti se neptáme (neptáme se na zkušenosti se šikanou, ani s jakýmikoli sociálně rizikovými jevy, ani na zkušenosti či informace z rodiny, ani na zdravotní stav apod.)

Náš výzkum by neměl narušovat život třídy ani život jedince. Až odejdeme ze třídy nebo od respondenta, neměl by výzkum mít žádné negativní dopady na nikoho, kdo se ho účastnil.

4. JAK FORMULUJEME OTÁZKY

4.1 VYHÝBÁME SE SUGESTIVNÍM (NÁVODNÝM) OTÁZKÁM, na jejichž základě si může respondent odvodit, jakou odpověď možná považujeme za „správnou“. Klademe otázky co nejvíc nestranně, vyváženě ve prospěch všech možných variant odpovědí.

Nesprávné jsou např. otázky typu:

- Myslíte si, že...
- Domníváte se, že...
- Mělo by se podle Vás...
- Jak hodnotíte...

4.2 VYHÝBÁME SE VÍCEZNAČNÝM OTÁZKÁM. V OTÁZKÁCH SE VŽDY PTÁME JEN NA JEDNU VĚC

Pokud otázka v sobě obsahuje dvě otázky, jde o tzv. dvouhlavňovou otázku. Respondenti často odpoví jen na jednu část otázky (často každý na jinou část) a celkově nebude možné otázku relevantně vyhodnotit.

4.3 KLADEME PŘEDEVŠÍM OTEVŘENÉ OTÁZKY

Zejména v rozhovorech klademe otevřené dotazy: **zkoumáme, JAK respondenti něco vnímají, CO si o tom myslí, JAK téma reflektují i emočně** apod. V rámci kvalitativního výzkumu by uzavřené otázky nevedly k dostatečně podrobným datům, ze kterých bychom mohli něco konkrétnějšího usuzovat. Cílem seminárky je porozumět respondentům prostřednictvím zvoleného tématu.

V DOTAZNÍCÍCH SE VYHÝBÁME OTÁZKÁM TYPU „ANO-NE“. Raději volíme škálové odpovědi (u dětí na ZŠ tříbodové škály ANO-NE-NEVÍM, u žáků na střední škole většinou čtyřbodové škály.

4.4 V SEMINÁRNÍ PRÁCI NEPOUŽÍVÁME „HYPOTÉZY“ ANI „VÝZKUMNÉ OTÁZKY“ – na jejich ověření nemáme dostatek dat ani dostatečnou metodu analýzy dat. Formulujeme pouze „cíl šetření“.

4.5 SBĚR DAT PROVÁDÍME OSOBNÍM ROZHOVOREM, NEBO OSOBNÍM ZADÁNÍM PAPIROVÝCH DOTAZNÍKŮ (PŘÍPADNĚ OSOBNÍM ZÚČASTNĚNÝM POZOROVÁNÍM)

- Cílem je získat osobní zkušenost s respondenty. Online sběr dat je pro naši seminárku málo validní, např. proto, že generuje nevhodné grafy a neposkytuje snadno zdrojová data tak, aby studenti mohli vytvořit vlastní analýzy a důkladně porozuměli na základě výsledků svým respondentům pro validní interpretaci.
- Osobní účast při sběru dat, vlastní zkušenost se zadáním a s odpovídáním na dotazy konkrétním respondentům, nám pomáhá porozumět získaným výsledkům a perspektivě dotázaných, které uvnitř skupiny pojí i společná zkušenost a osobní vztahy. Díky osobnímu setkání s touto skupinou máme při dobré vnímavosti možnost také něco z toho zachytit. O toto vše nám v seminární práci jde.