

Dotazník

Základní metodologická pravidla
konstrukce dotazníku

TECHNIKY SBĚRU DAT

KVANTITATIVNÍ VÝZKUM

standardizované techniky

- **Dotazník**
- standardizovaný rozhovor
- standardizované pozorování
- sekundární analýza dat
- kvantitativní obsahová analýza (dokumentů, tisku apod.)

KVALITATIVNÍ VÝZKUM

nestandardizované techniky

- nestandardizované pozorování (zejména participativní)
- nestandardizovaný rozhovor (hloubkový, etnometodologický, atp.)
- biografické metody
- textuální obsahová analýza

Výhody dotazníku

- málo nákladný
- rychlá příprava i zpracování
- menší požadavky na počet výzkumníků
- možnost získání informací od vzdálených osob
- malé požadavky na zaškolení spolupracovníků
- větší čas na rozmyšlení pro respondenta
- poměrně přesvědčivá anonymita

Nevýhody dotazníku

- Nemáme dostatečnou kontrolu
 - možnost přeskočení otázky
 - možnost zodpovězení jiným člověkem nebo rodinným týmem
- nízká návratnost

Vzhled dotazníku

- dotazník nemá být obsažný a dlouhý (maximálně 40-50 otázek, délka vyplnění po 30 minutách snižuje ochotu dokončení)
- má mít dobrou grafickou úpravu
- odpudivě působí příliš velký formát – obtížně se s ním zachází, vzbuzuje představu velkého počtu informací
- podobně malý formát nutí k velkému soustředění
- nejvýhodnější je A4

Jak klást otázky

- otázky mají být:
 - vyčerpávající
 - srozumitelné, ne příliš dlouhé a složité formulace
 - jednoznačné, konkrétní (nevhodná je formulace „v poslední době, často“)
 - nesmí znechutit - způsob vyplnění musí být srozumitelný i člověku s nižším vzděláním
 - vyhnout se otázkám sugestivním

Rady pro zvýšení návratnosti

- úvodní oslovení má vzbudit zájem dotazovaného, má zdůraznit význam odpovědí, má apelovat na spolupráci dotazovaného, zdůraznit význam jím poskytnutých informací
- dobrým dojmem působí přehledně členěná struktura dotazníku (zároveň designová střídmost)
- rozdat dotazníky v prostorově koncentrované společnosti (studenti, vojáci, zaměstnanci – pozor však na past nahodilého výběru!)
- poštou – ofrankovaná obálka, slušná kvalita papíru, dostatek místa na odpovědi
- po určitém čase (14 dnů) poslat respondentům upomínku
- odměna za vyplnění dotazníku (není jednoznačné)

Na co si dávat pozor při formulaci otázek

- (1) Je daná otázka opravdu nezbytná?**
- (2) Zjišťuje otázka opravdu to co si myslíme, že zjišťuje? (problém tzv. validity)**
- (3) Je otázka srozumitelná opravdu všem?**
- (4) Neptá se otázka na dvě různé věci najednou?**
- (5) Není otázka sugestivní?**
- (6) Je výčet kategorií pro odpověď úplný?**

Shrnutí: na co dávat pozor při tvorbě otázek

- Ptát se na přímé zážitky
 - Vyvarovat se hypotetických otázek (např. typu „*Jaká výše školného je dle vás přijatelná?*“)
- Pokaždé pokládat pouze jednu otázku
 - Nepokládat dvě otázky najednou
 - Vyhněte se otázkám, které obsahují neodůvodněné předpoklady („*Myslíte si, že stát dostatečně podporuje vysoké školy?*“)
 - Pozor na skrytou nápovědu („*Souhlasíte s názorem prezidenta...?*“)
- Každý respondent má odpovídat na stejnou otázku
 - Všichni by měli rozumět termínům
 - Jednoznačné časové úseky (nikoli kategorie „často“, „zřídka“ apod.)
- Otázka končí otazníkem!

ZÁKLADNÍ POJMY VÝBĚROVÉHO ŠETŘENÍ

- **Populace/ Základní soubor** = soubor jedinců/jednotek, o kterém předpokládáme, že jsou pro něj naše závěry platné.
- **Vzorek** = skupina jedinců/jednotek, které skutečně pozorujeme.
- **Reprezentativnost** = schopnost vzorku imitovat vlastnosti (strukturu) populace.

Kritéria reprezentativnosti

1. Musí existovat tzv. **opora výběru**
2. Adekvátní výběr vzorku
3. Velikost vzorku

Použité zdroje

- Disman, Miloslav:
Jak se vyrábí sociologická znalost. Karolinum, Praha 2009
(či starší vydání).
- Hendl, J.: *Přehled statistických metod zpracování dat*
(zejména kap. 1 a 2, str. 17-83). Portál, Praha 2004.
- Punch, K.F.: *Základy kvantitativního šetření.* Portál, Praha 2008.
- Surynek, A., Komárková, R., Kašparová, E.:
Základy sociologického výzkumu. Management Press,
Praha 2001.