



SROVNÁNÍ STANDARDIZOVANÉHO ROZHOVORU A DOTAZNÍKU V KVANTITATIVNÍM VÝZKUMU

METODOLOGIE VÝZKUMU GENDEROVÉ PROBLEMATIKY (GEN 104)

Markéta Lazarová
385770

Vyučující: Mgr. Petr Fučík

Datum odevzdání: 4.5.2011

Fakulta sociálních studií MU, 2010/2011

Předmětem mé práce je srovnání rozhovoru a dotazníku. Porovnání výhod a nevýhod, společných a rozdílných rysů a jejich možné praktické využití v gender studies.

Rozhovorem rozumíme přímý kontakt s respondentem tváří v tvář nebo telefonicky. Dotazník je vyplňován v tištěné nebo digitální formě respondentem samostatně. Pro zúžení tématu se budeme zabývat rozhovorem standardizovaným, což znamená, že jsou předem přesně určené otázky a v případě uzavřených odpovědí i odpovědi. Nyní rozebereme výhody a nevýhody jednotlivých popisovaných výzkumných metod.

Vzhledem k tomu, že při rozhovoru tváří v tvář dochází k osobnímu kontaktu mezi tazatelem a respondentem, je pro respondenta těžší neodpovědět na položenou otázku a odpovědi jsou proto úplnější. Další výhodou plynoucí z osobního kontaktu je vysoká návratnost a také vysoká pravděpodobnost, že dotazovaný/á je skutečně tou osobou ze vzorku, kterou jsme vybrali. Co se týče telefonického rozhovoru, zahrnuje stejné výhody jako osobní interview a mezi jeho další plusy se řadí větší pocit anonymity ze strany respondenta, levnější náklady na realizaci a menší náročnost na počet tazatelů. Ti můžou „zvládnout velký, prostorově rozptýlený vzorek v poměrně krátkém čase a bez cestovních nákladů.“ (Disman 2000: 146)

Mezi hlavní nevýhody osobního rozhovoru patří jeho finanční náročnost. Protože se jedná o náročnou techniku sběru informací, musí ho provádět velký počet vyškolených tazatelů. Tato metoda je také výrazně náročná na čas a práci v terénu. Pro respondenty může být obtížné uvěřit anonymitě výzkumu a jejich odpovědi můžou být ovlivněny osobností tazatele. U telefonického interview můžeme spatřovat nevýhodu v omezení vzorku populace pouze na obyvatelstvo vlastníci telefon. Avšak mnohem významnějším problémem je ve stále častější využívání telefonických rozhovorů pro komerční účely, tzv. telemarketing. Pro respondenty je obtížné rozeznat nabídku obchodu od seriózního výzkumu.

Dotazník, který vyplňuje respondent sám, je mnohem méně finančně náročný než rozhovor. Lze ho uplatnit na relativně velkém území za relativně krátký čas. Anonymita respondentů je zaručena a pravděpodobnost vlivu výzkumníka je nízká. Dotazník také téměř nevyžaduje spolupráci tazatelů v terénu.

Avšak mezi nevýhody patří snadno volitelné přeskokování otázek nebo možnost poradit se s blízkou osobou o odpovědi, což snižuje validitu výzkumu. Ale především je to nízká návratnost. Tázané nic nenutí obdržený dotazník odeslat zpět a tak bývá 50% úspěšnost považována za úspěch (viz Disman s. 141). Tento fakt však poukazuje na to, že vzorek není vždy reprezentativní a dotazník může být v některých případech jako výzkumná metoda nepoužitelný. Eliminovat toto riziko můžeme prostřednictvím změny distribuce (z poštovní na

osobní roznos a sběr tazateli) nebo zavedením odměny za vyplněný dotazník. Další úspěšnou, avšak velice pracnou, je metoda „follow ups“ (Disman 2000: 144) Spočívá v rozesílání upomínek, popř. nových dotazníků respondentům, kteří ještě neodpověděli. Náročné na ní je vedení evidence těch, kteří odpověděli a současné zachování anonymity.

Propojením rozhovoru a dotazníku a společným řešením jejich nedostatků může být „telefonní interview s pomocí počítače (Computer Assisted Telephone Interview)“ (Disman 2000: 146) Funguje tak, že tazatel telefonuje s respondentem, přičemž čte předem připravené otázky z počítače a rovnou do něj vkládá odpovědi. Tímto způsobem vlastně vyplňuje dotazník prostřednictvím telefonického rozhovoru. Kombinují se tak výhody obou z nich a přidávají se i další. Systém CATI dokáže vygenerovat náhodné telefonní číslo, určit náhodné pořadí otázek nebo také upozornit na nesrovnalosti v odpovědích.

Obě výzkumné metody mají některé společné problémy. Jde především o zkreslení vyvolané výzkumnými stimuly a správnou formulaci otázek. Ke zkreslení dochází ve více případech. Prvním je „efekt morčete“ (Disman 2000: 132) Zkoumaná osoba si uvědomuje, že je zkoumána a na tento fakt nějak reaguje. Ať už pozitivně či negativně. Dalším je „výběr role“ (Disman 2000: 132), kdy se zkoumaný/á snaží ve svých odpovědích vypadat co nejlépe. Může reagovat jak při rozhovoru na osobu tazatele (osobnost, vzhled, pohlaví,...), tak u dotazníku na organizaci provádějící výzkum. „Měření jako zdroj změny“ (Disman 2000: 132) znamená, že si dotazovaný utváří názory na pokládané otázky až během dotazování. Jeho odpovědi jsou kvůli tomu nestabilní. Posledním zkreslením je „stereotyp ve volbě odpovědi“ (Disman 2000: 132). Respondenti mají tendenci s uvedenými výroky spíše souhlasit než nesouhlasit.

Pokud chceme správně zformulovat otázku, musíme si dávat pozor na několik věcí. Otázka musí vykazovat dostatečnou validitu, musí být jasná a srozumitelná pro všechny respondenty, nesmí se zároveň ptát na dvě rozdílné věci, nesmí být sugestivní a každý respondent na ni musí být schopen odpovědět. Pokud jde o uzavřené otázky, musí být výčet odpovědí úplný a musí se navzájem vylučovat.

Prostřednictvím rozhovoru i dotazníku lze zkoumat rozmanité oblasti sociologie. Proto můžeme tyto výzkumné metody použít i v genderových studiích. Díky přesvědčenosti respondentů o anonymitě těchto metod lze získat relativně pravdivé odpovědi. K tomu se využívá i dalších mechanismů, jako jsou především nepřímé otázky a z nich konkrétně projekční otázky. Dotazovaný/á neodpovídá přímo, ale ztotožňuje se s určitou situací na obrázku nebo v krátkém příběhu. Je tak pro něj snazší odpovídat například na otázky ohledně domácího násilí, sexuální orientace, výše platu, rozdělení rolí v rodině atd.

Jak jsme si ukázali, dotazník i rozhovor mají každý své výhody i nevýhody. Ideálním řešením je jejich kombinace, která eliminuje nežádoucí rysy obou metod. Pokud si dáme pozor na společná úskalí, dají se využít jako relevantní výzkumné metody i v genderových studiích.

Použitá literatura:

Disman, Miroslav. 2000. *Jak se vyrábí sociologická znalost*. Praha: Karolinum.

Zich, František. 1976. *Sociologický výzkum*. Praha: Svoboda.