

METODY VÝZKUMU GENDEROVÉ PROBLEMATIKY

19. 5. 2012

15:00 - 15:40 - 40 minut - BLOK 1: epistemologie

15:45 - 16:25 - 40 minut - BLOK 2: principy kvantitativního přístupu

16:35 - 17:15 - 40 minut - BLOK 3: principy kvalitativního přístupu

17:20 - 17:45 - 25 minut - BLOK 4: konzultace - připravte si otázky

etapy výzkumu I

Formulace problému (čtu, co se ví, jak se ví)

Formulace výzkumné otázky

Formulace hypotéz

Rozhodnutí o populaci a vzorku

Pilotní studie (je informace, kterou požadujeme k dispozici?)

Rozhodnutí o technice sběru informací (dotazník nebo pozorování, triangulace – použití několika různých výzkumných metod)

etapy výzkumu II

Operacionalizace – převod výzkumného problému do empiricky testovatelné podoby, transformace pojmů do podoby měřitelných indikátorů

Konstrukce nástroje pro sběr dat (např. tvorba dotazníku)

Předvýzkum (test nástroje – kontrola reliability a validity)

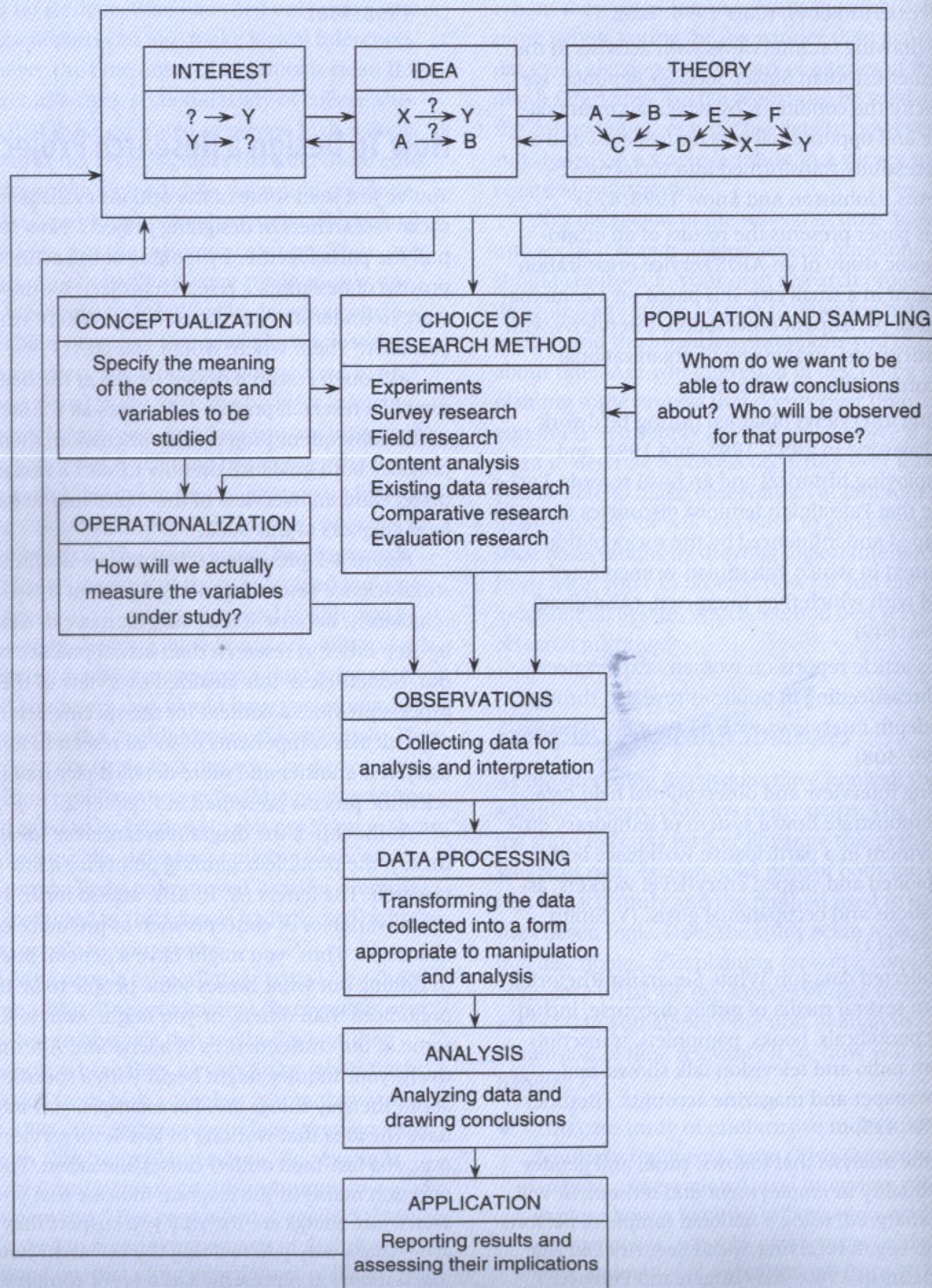
Sběr dat (pozorování, výběrové šetření, analýza dokumentů experiment apod.)

etapy výzkumu III

Zpracování dat (jak dostat data do formátu pro analýzu?)

Analýza – interpretace dat (abychom mohli vyvodit závěry, které reflektují záměry, ideje a teorie, které nás vedly v počátku)

Závěry (vyvrácení/nevyvrácení hypotéz, důsledky pro teorii, formulace nových problémů)



*převzato z Babbie, E. 2001
 The Practice of Social Research
 str. 108*

etapy podrobněji – přípravná fáze

na začátku je zájem o určité téma, teoretický problém, nebo jednoduše zadání

- četba literatury
- zužování tématu
- definice problému
- rozlišení jednotlivých teoretických přístupů
- rozlišení jednotlivých konceptů a jejich definice
- výsledkem je výzkumná otázka
- z otázky je odvozena hypotéza / hypotézy

etapy podrobněji – konceptualizace

účelem je co nejjasněji definovat pojmy, které používáme

- návaznost na teorie
- rozlišení dimenzí pojmu
- stanovení indikátorů

konceptualizace souvisí s operacionalizací

konceptualizace definuje pojem v různých úrovních abstrakce až po velmi konkrétní indikátory

operacionalizace definuje soubor činností jak pozorovat empirické projevy – indikátory konceptu

etapy podrobněji – tvorba hypotéz

formulujeme výrok / výroky, jež dávají do souvislosti
koncepty s nimiž pracujeme

v jazyce kvant. výzkumu jde o vztah mezi dvěma proměnnými

hypotézy mohou mít také různou úroveň abstrakce. Na
nejnižší úrovni jsou pracovní hypotézy.

příklad:

*společnosti s vysokou mobilitou se vyznačují sňatkovým trhem s vyšší
heterogamií*

*četnost mezigeneračních posunů mezi vzdělanostními kategoriemi
souvisí s četností sňatků napříč vzdělanostními kategoriemi*

kdy není hypotéza testovatelná

- **Obsahuje-li příliš vágní, nejasné, všeobecné či mnohovýznamové pojmy**
s muži je větší sranda
- **Je tautologická/cirkulární (nějaký jev vysvětlujeme tímtéž jevem nebo skutečností)**
čím vyšší sociální třída tím vyšší příjem
- **Odvolání se na síly nebo ideje, které doposud věda nezná nebo nejsou ověřitelné**
ženy vyzařují pozitivnější energii než muži

etapy podrobněji - operacionalizace

stanovení množiny operací, jimiž je proměnná měřena

- **Indikátor = pozorovatelný příznak určité charakteristiky**
- 4 etapy Operacionalizace podle Lazarsfelda.:
 - 1. Intuitivní představa pojmu („*každodenní*“ zkušenost)
 - 2. Specifikace pojmu, jeho pokrytí spektrem indikátorů
 - 3. Výběr indikátorů – kontext výzkumu, jejich zastupitelnost
 - 4. Formování znaku, konstrukce indexu

Různě definované systémy indikátorů mohou poskytovat stejné, ale i různé výsledky

Indikátor odkazuje k pojmu, není s ním však totožný. Riziko redukce.

úrovně měření

z hlediska logiky operací

nominální – vlastnosti, které lze rozlišit do kategorií, ale nikoliv seřadit
(*etnicita, pohlaví, zaměstnání, bydliště*)

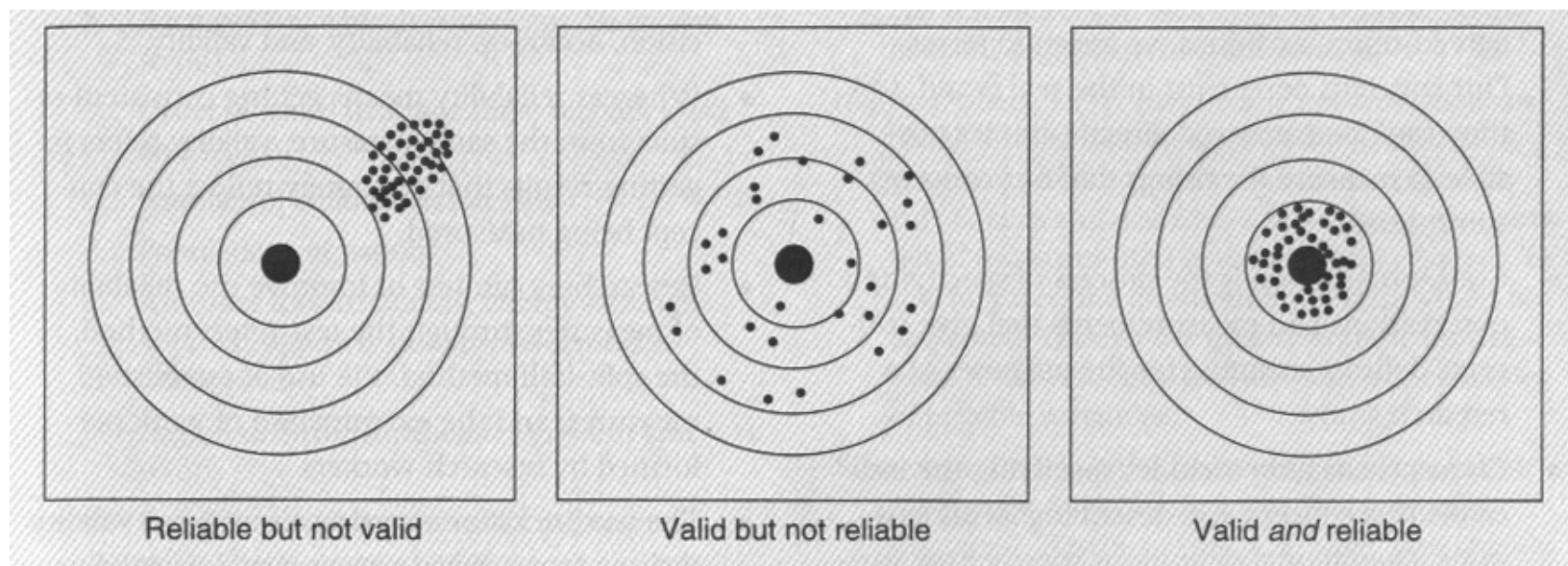
ordinální – varianty lze seřadit, ale nelze určit vzdálenosti mezi nimi
(*míra souhlasu s výrokem, dosažená úroveň vzdělání*)

kardinální – lze provádět veškeré početní transformace
(*příjem, počet dětí, věk*)

měření – validita a reliabilita

Validita – měříme to, co zamýšlíme měřit

Reliabilita – opakovaná měření dávají stejné výsledky
(pokud se stav nezměnil)



Typy redukce

Zejména 3 typy:

Čas – nejčastější průřezová strategie

Komplexnost systému – liší se kvali/kvanti přístup – vždy však redukujeme

Rozsah zkoumaných jednotek

Další typy redukce: prostor, etnicita, třída...

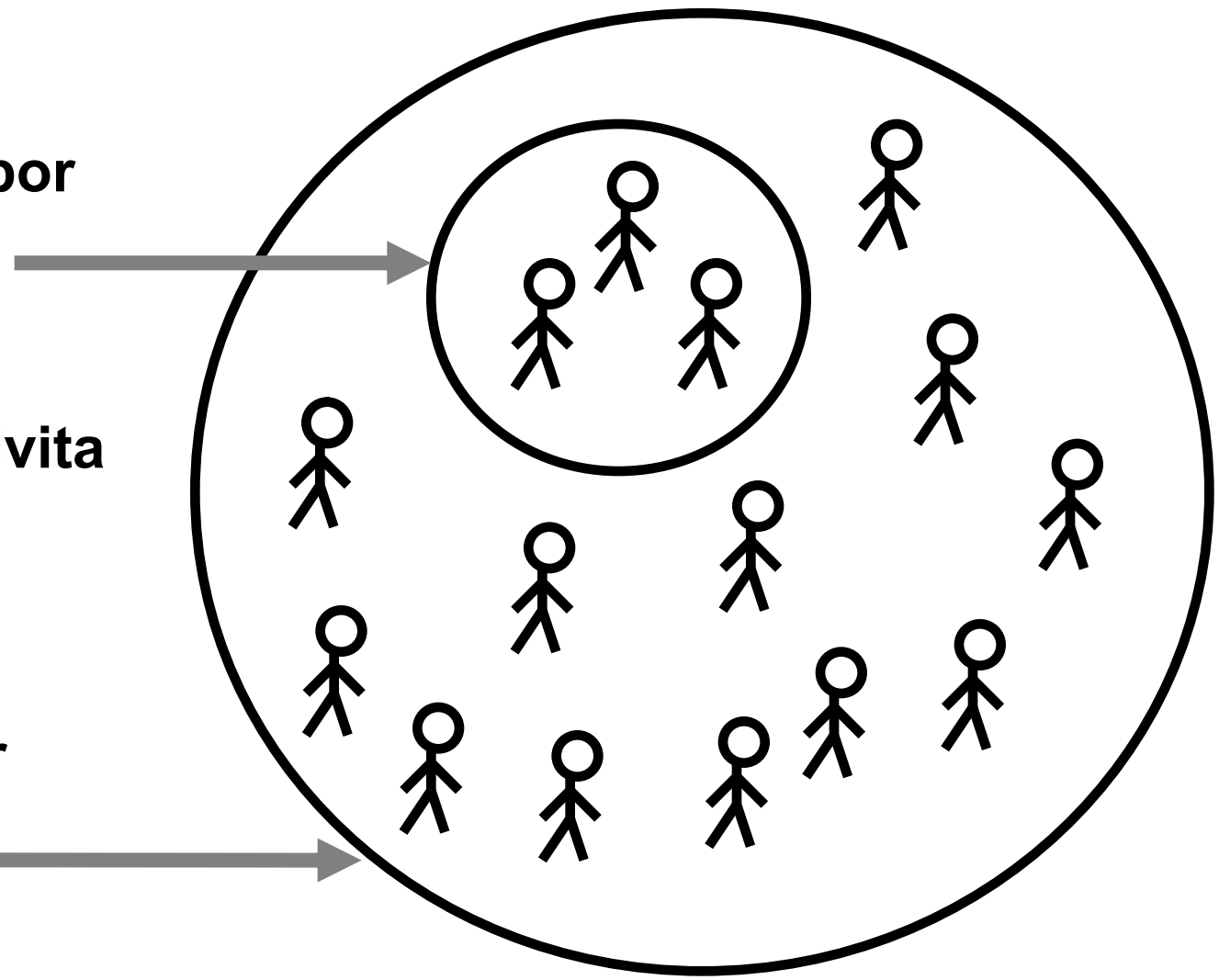
**U všech typů redukce lze vznášet otázky na reprezentativitu
Srovnej kvalitativní reprezentativita dimenzí problému a
kvantitativní reprezentativita populace**

**Nás nyní bude zajímat redukce rozsahu zkoumaných jednotek
-> VÝBĚR VZORKU**

**vzorek/
výběrový soubor
(sample)**

reprezentativita

**populace/
základní soubor
(population)**



populace a vzorek

projekt výzkumu definuje **výzkumnou populaci**, což je **soubor jednotek, pro které jsou závěry výzkumu platné**

(nemusí se vždy jednat o lidi, základní populací můžeme rozumět např. časopisy vydávané v ČR v 90. letech, sňatky uzavřené v roce X, firmy zaměstnávající Romy, atd)

používají se také termíny základní soubor, cílová populace

vzorek je skupina jednotek, které zkoumáme

důvody výběru: ekonomické, technické, organizační

pokud je vzorek vybrán správně, reprezentuje populaci s minimální odchylkou – **zásadní vliv má tedy proces výběru**

výběr

v kvantitativním výzkumu má vzorek reprezentovat populaci
existuje několik technik výběru:

náhodný výběr (pravděpodobnostní)

dále se rozlišuje:

- prostý náhodný
- stratifikovaný náhodný

kvótní výběr

anketa (samovýběr)

prostý náhodný výběr

každá jednotka základní populace musí mít stejnou pravděpodobnost dostat se do výběru

pokud je tato podmínka dodržena, data reprezentují cílovou populaci s chybou, která je odhadnutelná a závislá na velikosti vzorku

reprezentuje známé i neznámé vlastnosti populace

je třeba opory výběru – seznam jednotek cílové populace z níž je vybírán vzorek

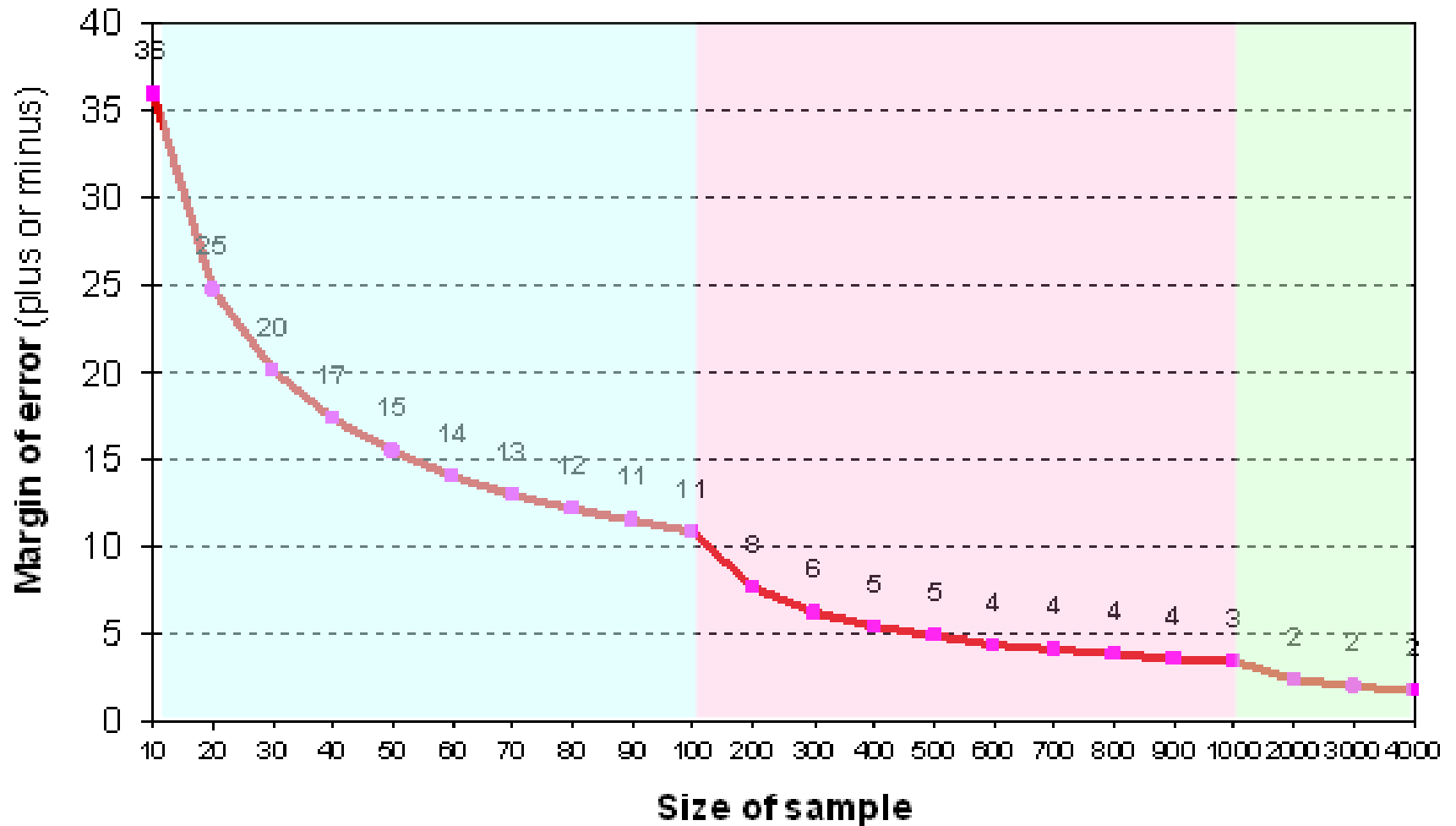
(např. seznam obyvatel ČR, seznam domácností)

výběrová chyba

Velikost statistické chyby (na hladině 95% spolehlivosti)

<i>Počet respondentů</i>	<i>Podíl odpovědí v procentech</i>				
	10/90	20/80	30/70	40/60	50/50
500	2,6	3,5	4,0	4,3	4,4
950	1,9	2,5	2,9	3,1	3,2
1100	1,8	2,4	2,7	2,9	3,0
1700	1,4	1,9	2,2	2,3	2,4
2000	1,3	1,8	2,0	2,1	2,2
4000	0,9	1,2	1,4	1,5	1,5

Sample Size and Sampling Error



stratifikovaný náhodný výběr

prostý náhodný výběr je organizačně velmi náročný, proto se náhodný výběr většinou provádí v několika krocích

např.

výběr z okresů v rámci ČR

výběr sídel v rámci okresů

výběr ulic v rámci sídel

výběr domácností v rámci ulic

(např. metoda náhodné procházky)

výběr člena domácnosti

(např. metoda posledních narozenin)

stratifikovaný náhodný výběr je reprezentativní, je však třeba vhodně zvolit kroky, aby nedošlo ke zkreslení

pro agentury náhodný výběr = stratifikovaný

kvótní výběr

stanovuje kvóty – vyjádření základních parametrů populace, které mají být ve výběru dodrženy

kvóty jsou stanoveny na základě sčítání lidu, podle pohybu obyvatelstva, či jiných vyčerpávajících šetření

obvykle je použito několik málo charakteristik:

např. pohlaví, věk, vzdělání, velikost místa bydliště

z ortodoxního hlediska neplatí pro kvótní výběr pravděpodobnostní statistika

kvótní výběr v praxi

agenturami je nejpoužívanější – je rychlý a levný

je třeba Kvótní předpis – pokyny pro tazatele, koho mají vybírat

příklad kombinace:

<u>Pohlaví/ věk</u>	Muži	Ženy	Celkem
18-34	100	100	200
35-49	100	100	200
50 a více	100	100	200
Celkem	300	300	600

srovnání výběrů

Náhodný výběr	Kvótní výběr
<p data-bbox="177 382 216 425">+</p> <p data-bbox="177 468 627 688">Kontrolovatelná reprezentativita Kontrola tazatelů</p>	<p data-bbox="989 382 1027 425">+</p> <p data-bbox="989 468 1240 702">Rychlost Pružnost Láce</p>
<p data-bbox="177 853 216 896">-</p> <p data-bbox="177 931 795 1173">Náročnost Nízká návratnost Nutnost opory výběru</p>	<p data-bbox="989 853 1027 896">-</p> <p data-bbox="989 931 1704 1316">Nekontrolovatelné odchyly od reprezentativnosti Obtížná kontrola tazatelů Velký vliv tazatelů</p>

anketa

v pravém slova smyslu nejde o výběr - respondenti se vybírají sami

anketa je typem šetření v němž respondenti participují dobrovolně

nelze odhadnout, zda nějaká vlastnost motivuje k odpovědím určité typy respondentů

nelze definovat cílovou populaci

často používaná v médiích

- obvykle motivuje jedince s vyhraněným názorem

další typy výběrů

pro výzkumy specifických populací:

záměrný výběr – cíleně vybíráme určité jednotky

výběr metodou sněhové koule – jeden respondent dává kontakty na dalšího

výběrové soubory a čas

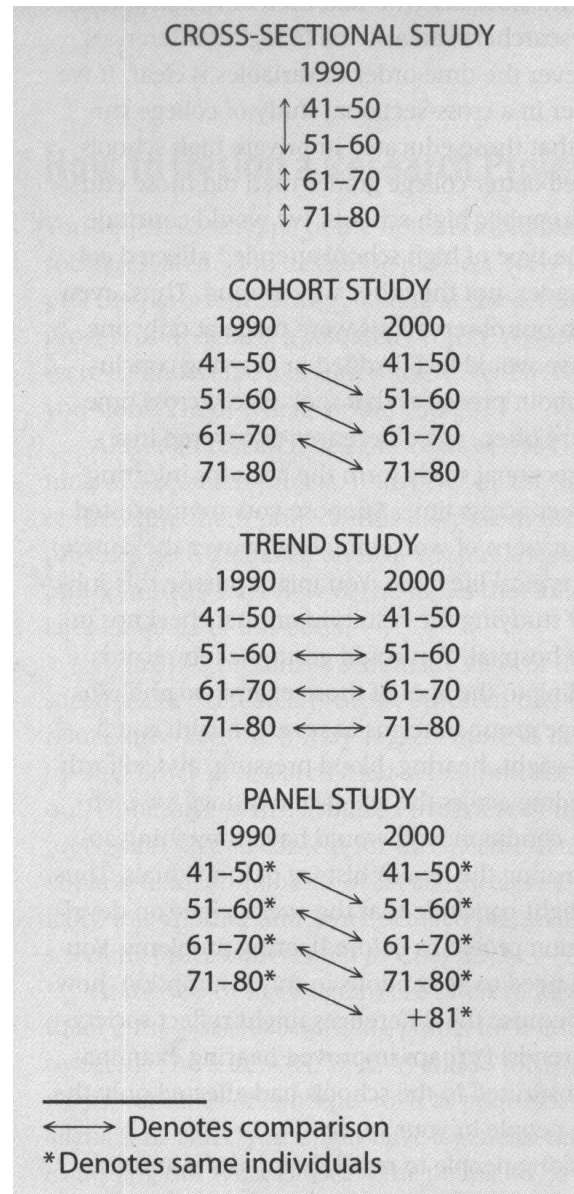
průřezové strategie

kohortní studie

panelová studie

studie trendů

longitudinální výzkum



Časová dimenze dat II

O jakých efektech chci vypovídat ?

(a o jakých data skutečně vypovídají?)

Age – efekt zrání (osobní individuální vývoj)

Period – efekt doby (společenské normy, události)

Cohort – efekt kohorty (společná historická zkušenost)

Rekapitulace – pojmy, které je třeba znát

Operacionalizace, indikátor, koncept

Výběrové šetření, dotazník

Reprezentativita, vzorek, populace

Validita, reliabilita

Redukce a transformace