



# Tvorba dat

**PSY474 Kvalitativní metodologie v  
psychologickém výzkumu**

**Tomáš Řiháček**

# Tvorba dat

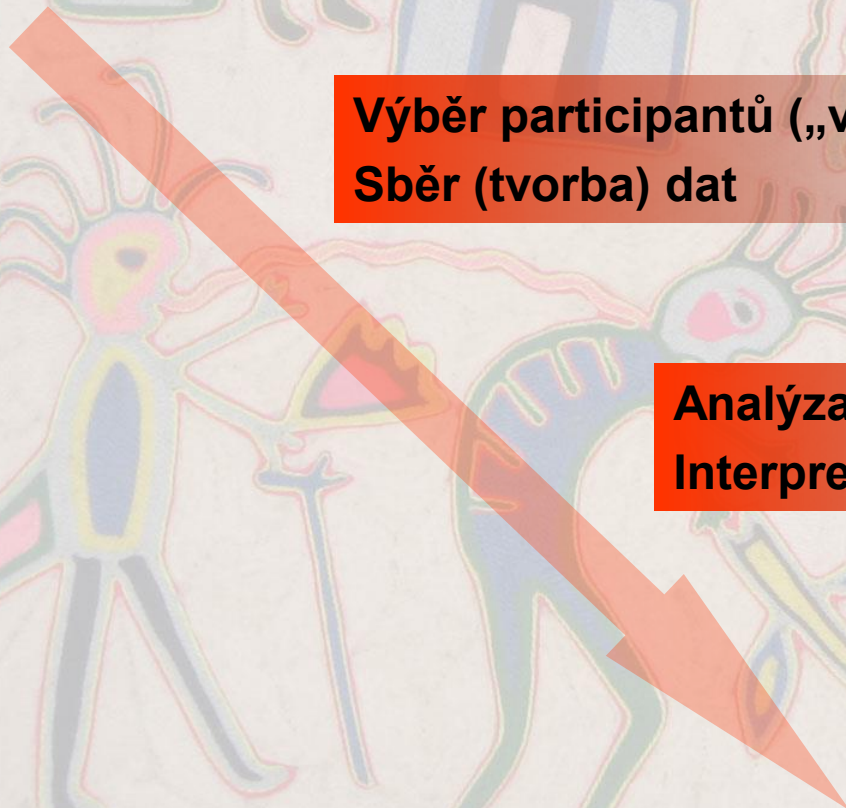
v kontextu výzkumného procesu

**Problém, výzkumná otázka**  
**Teoretický rámec**

**Výběr participantů („vzorek“)**  
**Sběr (tvorba) dat**

**Analýza dat**  
**Interpretace výsledků**

**Kritické ohlédnutí (diskuze)**  
**Publikace / diplomová práce**



V

**V** a **P** konstruují význam zk. obd. společně. Zde **V** nabízí obvyklý pohled na zk. obd. jako na něco primárně nepříjemného, **P** v tomto duchu odpovídá (vyhoví tazateli).

**V** používá k uchopení výpovědi koncept stresu. Jeho porozumění je ovlivněno jeho teoretickou výbavou (ať již v pozitivním či negativním smyslu). **V** tím již vlastně provádí interpretaci.

**V** zaměřuje pozornost na určitou část sdělení a příkládá jí důležitost. Určuje tak směr dalšího hovoru a formování dalších významů.

**V** interpretuje sdělení na základě vlastní zkušenosti. Je si vědom toho, že tomuto sdělení podkládá své vlastní významy?

můžete říct o víc?

**P:** To je asi takový osobní problém, že bych potřebovala strávit s tím víc času, abych z toho měla dobrou pocit.

**V:** To znám. Takovej ten pocit, že jsem ještě nepřečetl tyhle dvě knížky. To je frustrující...

# Jak výzkumník ovlivňuje utváření významu?

- zaměřením pozornosti na určitý aspekt sdělení, přiřadáním důležitosti
- interpretací sdělovaného na základě vlastní zkušenosti (pojmenováním, emoční reakcí, neuvědomovaným výrazem obličeje, ...)
- interpretací sdělovaného na základě znalosti teorie
- ...

## Sběr dat

- data již v reálném světě existují
- výzkumník eliminuje svůj vliv, sbírá „objektivní“ data



## Tvorba dat

- data (významy) vznikají v dialogu
- výzkumník reflektuje a přiznává svůj vliv



# Metody sběru dat

- rozhovor (nestrukturovaný, polostrukturovaný, strukturovaný)
- ohnisková skupina (*focus group*)
- pozorování (introspekce, zúčastněné p., nepřímé p.)
- textové dokumenty (deník, dopis, novinový článek, výroční zpráva, blog,...)
- jiné dokumenty/produkty (obraz, film, videonahrávka, fotografie,...)
- ...

# Od výzkumné otázky k rozhovoru

- Formulujte hlavní výzkumnou otázku
- Specifikujte svou výzkumnou otázku pomocí 2 až 4 dílčích otázek
- Formulujte otázky pro rozhovor tak, abyste pokryli všechny výzkumné otázky



**Dílčí ?**

**Dílčí ?**

**Hlavní výzkumná  
otázka**

**Dílčí ?**

**Dílčí ?**

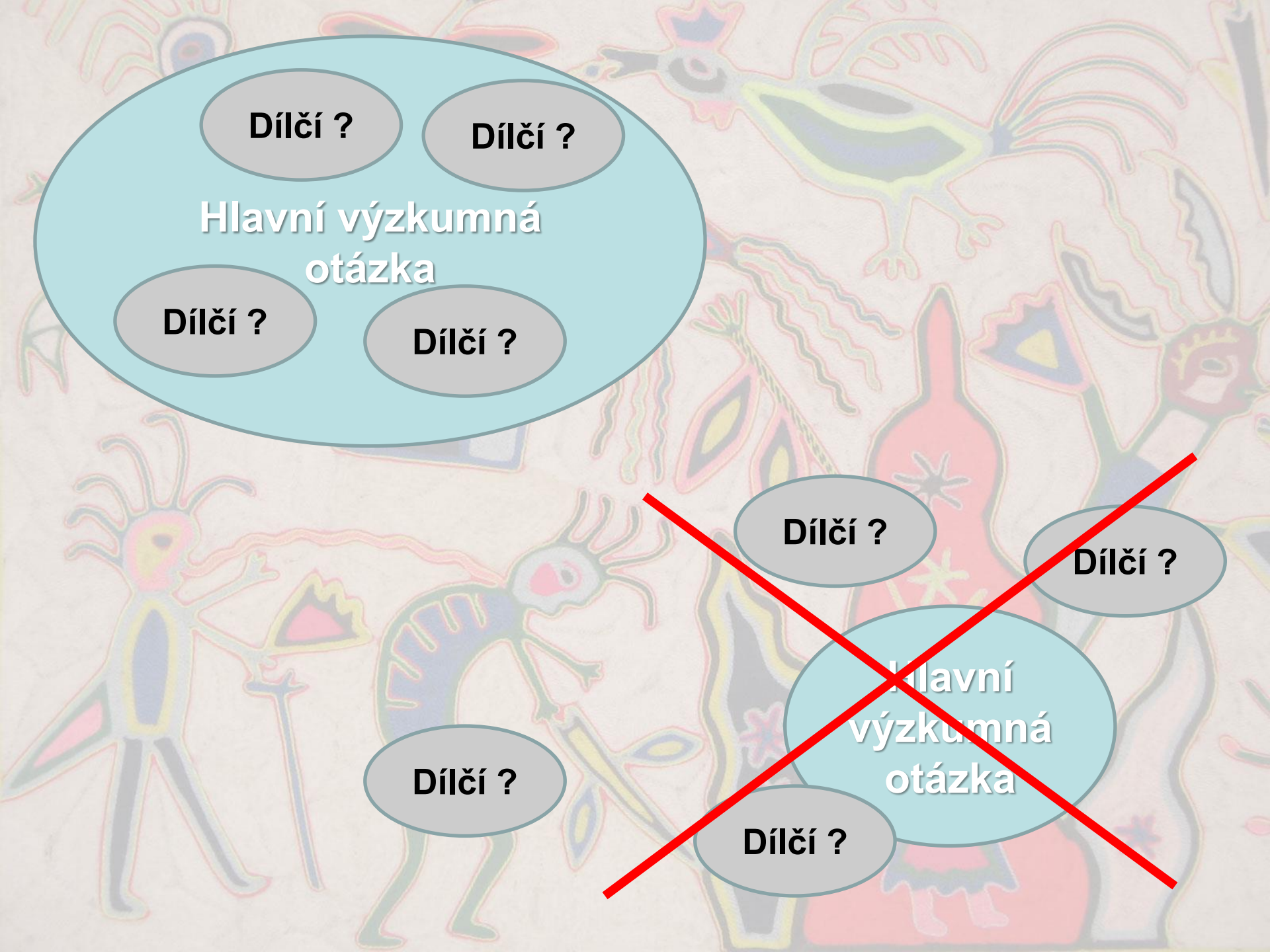
**Dílčí ?**

**Dílčí ?**

**Hlavní  
výzkumná  
otázka**

**Dílčí ?**

**Dílčí ?**





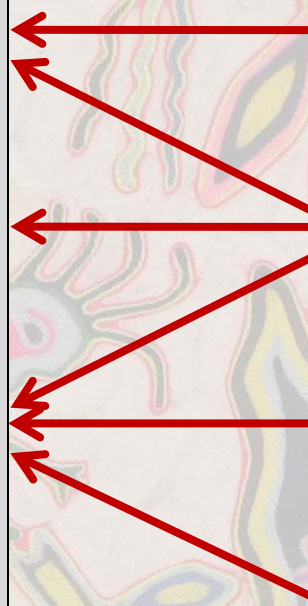


## Hlavní výzkumná otázka

- dílčí výzk. otázka 1
- dílčí výzk. otázka 2
- dílčí výzk. otázka 3
- ...

## Otázky pokládáné v rozhovoru

- *Otázka A*
- *Otázka B*
- *Otázka C*
- *Otázka D*



# Příklad: Výzkum o sebeodhalení terapeutů

<b>Dílčí výzkumné otázky (z perspektivy terapeuta)</b>	<b>Příklady otázek pro rozhovor (pro terapeuty)</b>
Jak vypadá proces rozhodování před samotným, sebeodhalením?	<ul style="list-style-type: none"><li>• Za jakých okolností začnete zvažovat, že byste klientovi řekl(a) něco osobního?</li><li>• Co vás v tomto konkrétním případě vedlo k tomu, že jste klientovi sdělil(a) tuto osobní informaci?</li></ul>
Jak se terapeuti odhalují?	<ul style="list-style-type: none"><li>• Jak konkrétně jste tuto informaci klientovi sdělil(a)?</li><li>• Proč (nebo jak) jste si vybral(a) právě tento způsob?</li></ul>
Jak (pokud vůbec) terapeuti hodnotí účinek (důsledek) svého sebeodhalení?	<ul style="list-style-type: none"><li>• Jak si myslíte, že to ovlivnilo proces terapie?</li><li>• Z jakých reakcí klienta na to usuzujete?</li></ul>

# Příklad: Výzkum o sebeodhalení terapeutů

**Dílčí výzkumné otázky**  
(z perspektivy terapeuta)

*Dílčí výzkumné otázka nám pomáhají úžeji zaměřit pozornost a strukturovat zkoumanou oblast. Obvykle je nepokládáme participantům přímo.*

**Příklady otázek pro rozhovor**  
(pro terapeuty)

*V rozhovoru se snažíme klást jednoduché otázky, hledáme různé způsoby jak se zeptat na to, co nás zajímá, a (je-li to možné) snažíme se vyvarovat používání odborných slov (např. „sebeodhalení“).*



# Rozhovor

Několik praktických rad (*Charmaz, 2006*)

## **V intenzivním rozhovoru můžeme**

- jít pod povrch popisované zkušenosti
- **zastavit se a prozkoumat určité sdělení/téma**
- ptát se na participantovy myšlenky, pocity, jednání
- **držet participanta u tématu**
- vracet se k předchozím bodům
- **parafrázovat participantovo sdělení a ujistit se, že mu dobře rozumíme**
- zpomalit nebo zrychlit tempo
- **změnit téma rozhovoru**
- validizovat participantovu lidskost, perspektivu, jednání
- **klást i osobnější otázky než umožňuje běžná konverzace**
- využít pozorování a sociální dovednosti k podpoření rozhovoru
- **respektovat participanta a vyjádřit ocenění za jeho účast ve výzkumu**

# Rozhovor

Několik praktických rad (*Charmaz, 2006*)

## Intenzivní rozhovor dává participantovi možnost

- přerušit ticho a vyjádřit názor
- vyprávět příběh a dát mu koherentní rámec
- reflektovat předchozí události
- být expertem
- vybírat si, co vypráví a jak to vypráví
- sdílet významné zkušenosti a učit výzkumníka, jak jim má rozumět (jak je má interpretovat)
- vyjadřovat myšlenky a pocity, které nemůže vyjadřovat v jiných vztazích a prostředích
- přijímat ujištění a porozumění

# Rozhovor

## Několik praktických rad

### Je-li to možné

- začneme vysvětlením cíle výzkumu a informovaným souhlasem
- „otevřeme“ rozhovor jednoduššími, „zahřívacími“ otázkami
- klíčové otázky pokládáme, až se rozhovor „rozběhne“ (ale necháme si na ně dost času)
- u klíčových aspektů se nespokojíme s první odpovědí, ale vytváříme prostor, aby participant řekl víc
- vyhýbáme se hodnotícím reakcím
- začneme obecnější otázkou, pak se doptáváme konkrétněji
- není nutné položit všechny připravené otázky, výzkumník se nechává vést tím, co se vynořuje
- participantova pohoda je důležitější než získání „šťavnatých“ dat
- zakončení rozhovoru je dobré vést v pozitivním duchu (např. pokládáním otázek, které participantovi umožní uvědomit si své úspěchy či silné stránky)
- je-li to potřeba, provedeme debriefing či ošetříme nepříjemné pocity

# Participace výzkumníka

*(Disman, 2007)*

- (skrytý pozorovatel)
- úplný pozorovatel
- pozorovatel jako participant
- participant jako pozorovatel
- úplný participant

# Dokumentace

- terénní poznámky
  - zachycení kontextu sběru dat
  - ~ validita
- výzkumný deník
  - zachycuje vývoj projektu
  - sborník nápadů, postřehů, inspirací
  - měl by zachycovat všechny důležité volby a jejich zdůvodnění (→ dobrý podklad pro psaní diskuze)

(viz též *Disman, 2007; Silverman, 2005*)



# Etické aspekty

- informovaný souhlas
- ochrana soukromí a osobních údajů
- nesmí dojít k poškození účastníků
- debriefing
- ...

# Role teorie

při tvorbě dat

## KVANTITATIVNÍ výzkum

- poskytuje testovatelné predikce (hypotézy)
- umožňuje interpretaci výsledků

## KVALITATIVNÍ výzkum

- paradigmatický/metodologický rámec (myšlenková tradice, způsob analýzy)
- konceptuální rámec (pojmová výbava, teoretická citlivost, předporozumění)

# Role teorie

při tvorbě dat

## KVANTITATIVNÍ výzkum

- po (hypotézy)

- um **Data vznikají interakcí mezi pojmy teorie a fakty empirie.**

KVA *(Frýba, 1996)*

- pa (myšlenková tradice, způsob analýzy)
- konceptuální rámec (pojmová výbava, teoretická citlivost, předporozumění)









SEW





# Výzkumníkovo předporozumění: hermeneutický kruh

teorie, koncepty,  
předch. výzkumy

osobní zkušenost  
(implicitní teorie)

průběžné  
výsledky

jazyk, kultura

**předporozumění**

**porozumění**

Každé porozumění je ovlivněno předporozuměním  
toho, kdo se snaží porozumět

# Senzitizující koncepty

- „otevřená mysl“ není totéž co „prázdná hlava“
- úkolem senzitivizujících konceptů je zvyšovat citlivost výzkumníka, otevírat možnosti, nabízet perspektivy a směry
- pokud pouze omezují, nejsou užitečné (jsou místem, kde začít, nikoli místem, kde skončit)
- mají místo při formulaci otázky, tvorbě dat, analýze i diskuzi

(Blumer, 1954; viz též Charmaz, *Constructing Grounded Theory*, 2006)

# Senzitizující koncepty

## Příklad 1

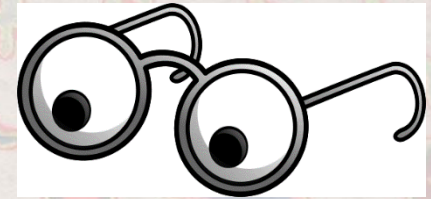
- studium zvukového prostředí a koncept sonosféry (*soundscape*)



# Senzitizující koncepty

## Příklad 2

- Jak adolescenti prožívají diagnostické hodnocení v psychoterapii?
- Rozhovory se 14 ambulantními pacienty, tematická analýza
- Rozhovory strukturovány podle Bordinovy koncepce terapeutického spojení (Bordin, 1979)
  - Shoda na cílech (*goals*)
  - Shoda na úkolech (*tasks*)
  - Emoční pouto mezi klientem a terapeutem (*emotional bond*)



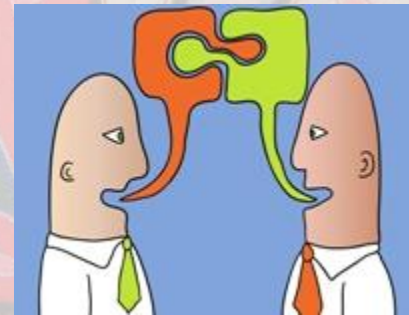
Binder, P.-E., Moltu, C., Sagen, S., Hummelsund D., & Hølegersen, H. (2013). Unique Beings Undergoing Standard Evaluations – A Qualitative Study of Adolescents' Experiences of the Assessment Processes in Psychotherapy. *Journal of Psychotherapy Integration*, 23(2), 107–119.

# Senzitizující koncepty

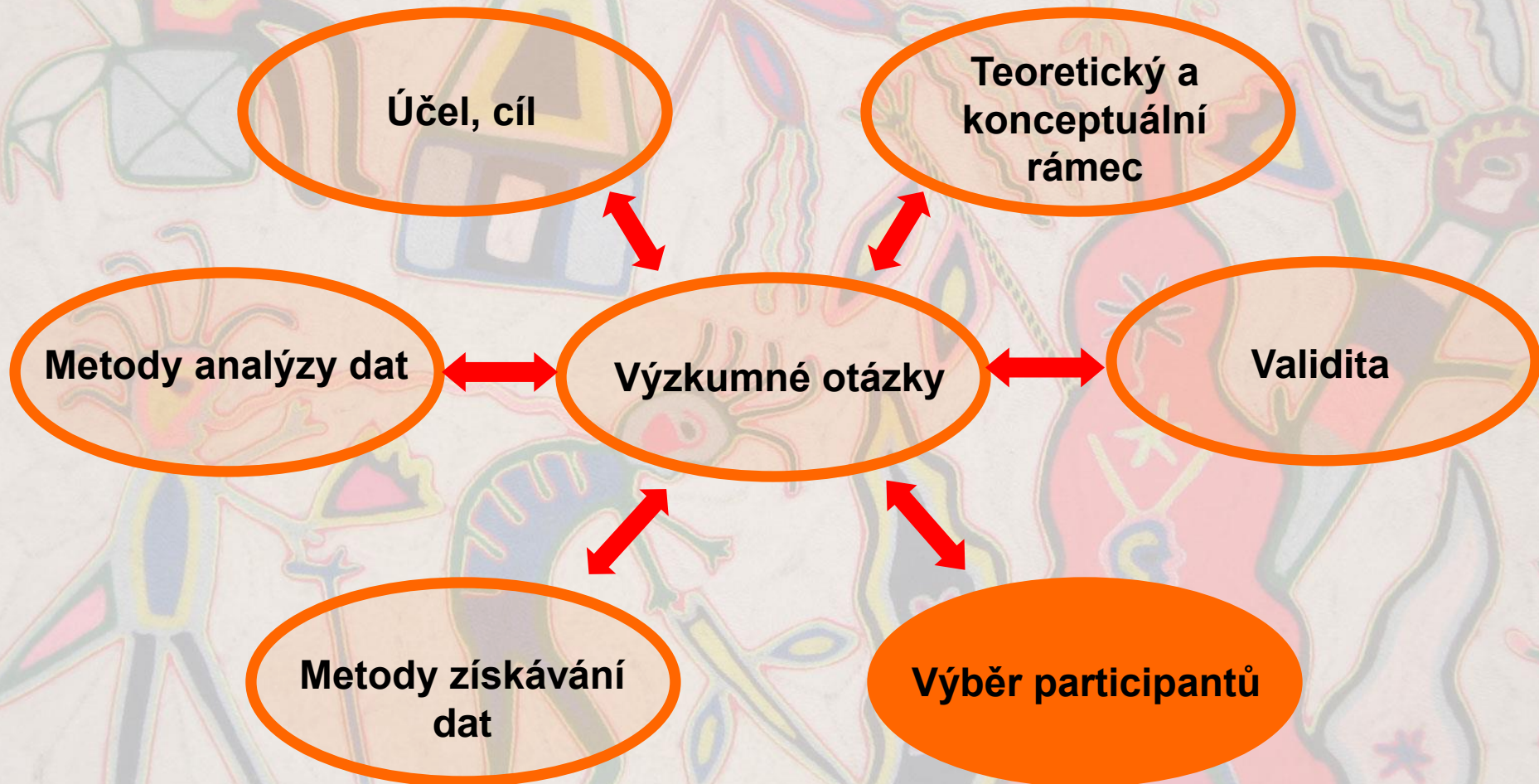
## Příklad 3

- Jak psychoterapeuti prožívají sezení s depresivním klientem?
- Výzkumníci byli ovlivněni **interpersonálním pohledem na depresi**: depresivní příznaky jsou chápány jako individuální vyjádření specifického vztahového (ve vztahu spoluutvářeného) fenoménu charakterizovaného
  - a) hlubokým vztahem, v němž druhý je milován a vnímán jako nepostradatelný,
  - b) selháním všech snah dosáhnout tohoto druhého a
  - c) emoční nepřítomností toho druhého ve vztahu

(Francesetti & Roubal, 2013; Roubal, 2007)



# Výzkumný projekt



*(volně podle Hendl, 2005)*

# Logika tvorby vzorku

v KVANTITATIVNÍM výzkumu

- výzkumný vzorek (soubor) má reprezentovat populaci ve všech důležitých proměnných, a umožnit tak zobecnění získaných poznatků

Jak toho dosahuje?

- kvótovým výběrem (*reprezentuje strukturu známých vlastností populace*)
- znáhodněním (*reprezentuje zastoupení známých i neznámých vlastností populace*)

# Logika tvorby vzorku

v KVANTITATIVNÍM výzkumu

- výz

rep

důle

zob

**Cílem konstrukce vzorku je  
reprezentovat populaci  
jedinců.**

*(Disman, 2007)*

Jak to

– kv

*známých vlastností populace)*

– *znáhodněním (reprezentuje zastoupení známých i  
neznámých vlastností populace)*



# Logika výběru participantů

v KVALITATIVNÍM výzkumu

- cílem je získat podrobný a vyčerpávající popis zkoumaného jevu, který nám umožní tomuto jevu (lépe) porozumět

Jak toho dosahuje?

- pomocí principu teoretické saturace
- flexibilitou v medotě výběru
- důkladnou dokumentací a reflexí výběru

# Logika výběru participantů

v KVALITATIVNÍM výzkumu

- cíle  
pop  
umo

**Cílem konstrukce vzorku je reprezentovat populaci problému (jevu), populaci jeho relevantních dimenzí.**

Jak to

*(Disman, 2007)*

- p
- flexibilitou v metodě výběru
- důkladnou dokumentací a reflexí výběru

cí

# Jak tedy vybrat účastníky svého výzkumu



Kvalitativní přístup nejčastěji využívá záměrných (účelových, teoretických, nepravděpodobnostních) strategií výběru

# Metody záměrného výběru

*(Patton, 2002)*

1. výběr extrémních nebo deviantních případů
2. výběr „intenzivních“ případů
3. výběr s maximální variabilitou
4. homogenní výběr
5. výběr typických případů
6. stratifikovaný účelový výběr
7. výběr kritických případů
8. metoda sněhové koule
9. výběr podle kritéria
10. výběr založený na teorii nebo konstruktů
11. výběr potvrzujících i vyvracejících případů
12. příležitostný výběr
13. účelový náhodný výběr
14. výběr politicky významných případů
15. výběr na základě pohodlí

# Metody záměrného výběru

## Výběr extrémních nebo deviantních případů

- zaměřuje se na případy neobvyklé či nějakým způsobem zvláštní
- **Příklad:** *zkoumáme-li úspěšnost urč. terapeutického programu, můžeme srovnat velmi úspěšné případy s velmi neúspěšnými*
- **Příklad:** *chceme-li odhalit implicitní významy či vzorce v určitém systému (jedinec, rodina, komunita), můžeme navodit neobvyklou („deviantní“) situaci a sledovat reakce*

# Metody záměrného výběru

## Výběr „intenzivních“ případů

- hledáme případy, které vykazují zkoumaný fenomén intenzivně (ale ne v extrémní podobě)
- vyžaduje, aby výzkumník již měl povědomí o variabilitě daného jevu
- ***Příklad:*** chceme zkoumat fenomén osamělosti nebo žárlivosti a vybereme si případy, které představují tento jev v jeho silné, intenzivní podobě (ale nikoliv v patologické podobě duševního onemocnění)

# Metody záměrného výběru

## Výběr s maximální variabilitou

- cílem je zachytit pestrost fenoménu
- heterogenita „vzorku“ je zde předností
- je potřeba postupně identifikovat a zvolit kritéria pro výběr dalších participantů
- výsledkem mohou být
  - kvalitní detailní popisy jednotlivých případů
  - identifikace sdílených vzorců či „klastřů“
- ***Příklad:*** pokoušíme se zachytit fenomén smutku v jeho různých podobách a odhalit nejen to, co mají jednotlivé případy společného, ale také zda existují nějaké „typy“

# Metody záměrného výběru

## Homogenní výběr

- cílem je popsat do hloubky určitou podskupinu
- typickou metodou sběru dat zde bývá *focus group*
- **Příklad:** *zkoumáme, jak se lidé s tělesným postižením začleňují do společnosti – můžeme si vybrat třeba jen ty, u nichž míra postižení umožňuje částečnou nebo úplnou soběstačnost*



# Metody záměrného výběru

## Výběr typických případů

- cílem je vytvořit kvalitativní profil typického případu (typů může být více)
- výsledný profil je ovšem spíše ilustrativní než vyčerpávající a není zobecnitelný v přísném slova smyslu
- **Příklad:** úkol vytvořit pro vyšetřující policisty profil typické „ženy-oběti domácího násilí“ (co potřebuje, jaké jednání ze strany policisty je žádoucí/přijatelné/nežádoucí,...)

# Metody záměrného výběru

## Stratifikovaný účelový výběr

- „někde mezi“ typickým případem a maximální variabilitou (můžeme např. vybrat „typický“ nadprůměrný, průměrný a podprůměrný případ)
- cílem je spíše zachycení hlavní variability než hledání společného vzorce
- ***Příklad:*** Jak vnímají sousedské vztahy lidé na vesnici, v malém městě a ve velkoměstě?

# Metody záměrného výběru


## Výběr kritických případů

- jde o případ, který má mezi ostatními zvláštní váhu pro potvrzení/vyvrácení naší domněnky (*„Pokud to platí tady, tak potom všude...“*)
- technicky neumožňuje zobecnění, ale z hlediska logiky věci může být silným důkazem
- **Příklad:** *zajímá nás, zda lidé rozumí pokynům pro vyplnění daňového přiznání; můžeme uvažovat takto: „Pokud ho nedokáže vyplnit člověk s VŠ vzděláním, nemůžeme to očekávat u lidí nižším vzděláním.“ A naopak: „Pokud tomu porozumí člověk, který absolvoval ZvŠ, pak už všichni.“*

# Metody záměrného výběru

## Metoda sněhové koule

- způsob jak najít participanty poskytující bohaté informace; ptáme se: „Kdo ví hodně o...“, „Na koho se ještě mohu obrátit?“ apod.
- oblíbená metoda, vhodná pro nalezení několika prvních participantů
- **Příklad:** provádíme rozhovory s uživateli měkkých drog nebo s příslušníky hnutí skinheads – každý oslovený nás může dovést k několika dalším

 Hartnoll, R. et al. (2003). *Příručka k provádění výběru metodou sněhové koule.*

# Metody záměrného výběru

## Výběr podle kritéria

- zde jde o to vybrat případy, které splňují určité kritérium logicky vyplývající z výzkumného problému
- kritérium směřuje k případům potenciálně informačně bohatým
- **Příklad:** chceme zkoumat, proč někdy nedochází k vyléčení posttraumatické stresové poruchy – hledáme participanty, kteří prožili traumatizující událost, objevila se u nich PTSD (F43.1) a porucha přetrvává alespoň 5 let
- **Příklad:** zkoumáme studenty, kteří mají absenci vyšší než 50%

# Metody záměrného výběru

## Výběr založený na teorii nebo konstrukt

- výzkumník „vzorkuje“ jevy (lidi, události, prostředí, životní fáze...) podle určité teorie/konstrukt
- výsledné vzorky jsou pak už z definice reprezentativní vůči této teorii/konstrukt
- ***Příklad:*** zkoumáme vývoj osobní identity v průběhu života – pro rozčlenění životní dráhy můžeme použít některou z uznávaných klasifikací vývojových etap; z každé etapy pak vybereme jeden nebo více „vzorků“ (např. spontánně vytvořených dokumentů)

# Metody záměrného výběru

## Výběr potvrzujících i vyvracejících případů

- případy, které jsou v souladu s vypořádanými se teorií, umožňují její další rozvíjení, zpracování
- případy, které odporují teorii, nutí k promýšlení alternativních interpretací, k revizi vznikající teorie nebo k omezení její platnosti
- ***Příklad:*** zjišťujeme-li, že všechny anorektické dívky v našem „vzorku“ mají konfliktní vztah s otcem, začneme systematicky pátrat po opačných případech

# Metody záměrného výběru

## Příležitostný výběr

- výzkum v terénu často umožňuje využít nepředvídaných příležitostí k novému sběru dat
- reálný výzkum zahrnuje řadu průběžných rozhodnutí, která nemohou být dopředu naplánována
- ***Příklad:** zkoumáte fenomén trémy před uměleckým vystoupením; původně jste chtěli oslovit vystupujícího umělce, ale ukázalo se jako užitečné mluvit i s moderátorem pořadu*



# Metody záměrného výběru

## Účelový náhodný výběr

- pomůže vyvarovat se neuvědomovaných preferencí, sklonů, voleb, které mohou zkreslit výsledky
- výsledkem není reprezentativnost (kvůli nízkému počtu případů), ale kredibilita (kvůli nepředpojatosti)
- ***Příklad:*** kredibilitu závěrečné zprávy zvýší, zahrnete-li do ní případy vybrané náhodně ještě před jejich analýzou

# Metody záměrného výběru

## Výběr na základě pohodlí

- nejméně vhodná strategie – vedená snahou získat data rychle a pohodlně
- malý vzorek svádí k myšlence, že: „*Nezáleží na tom, jak případy vyberu, stejně nemůžu zobecňovat.*“
- pohodlí, praktičnost a náklady jsou také důležitými faktory, ale posledními v řadě
- souvisí i s etickými otázkami výzkumu

# Samovýběr

(Miovský, 2006)

- založen na principu dobrovolnosti, resp. aktivního projevení zájmu zapojit se do výzkumu ( $\neq$  prostý souhlas)
- možné problémy
  - motivace finanční či jinou odměnou ( $\rightarrow$  sociální desirabilita, poskytování očekávaných dat)
  - osobnostní charakteristiky odlišné od běžné populace

# Zkreslení elitou

(Miovský, 2006)

- jednostrannost ve výběru participantů vede ke zkreslenému pohledu
- vybíráme jedince
  - obzvláště komunikativní, výřečné, dobře spolupracující
  - doporučené někým, kdo má zájem na tom, aby výzkum dopadl dobře v jeho prospěch
- **Příklad:** chceme posoudit kvalitu péče v určitém zařízení sociálních služeb, a kontakt s participanty přitom zprostředkuje vedení tohoto zařízení

# Typy (cíle) projektů

- **explorativní** (deskriptivní, explanační)
  - maximalizace variability, intenzivní případy, (snowball)
- **komparativní**
  - 2 nebo více homogenních, navzájem kontrastních skupin
- **konfirmativní**
  - hledání kritických případů (ve vztahu k hypotéze), hledání vyvracejících případů
- **evaluativní**
  - typické případy, stratifikovaný výběr, náhodný výběr

Logika tvorby vzorku by měla být podřízena cíli výzkumu!

# Kritéria kvality vzorku

v kvalitativní výzkumu

- **reprezentativnost** ve vztahu ke zkoumanému jevu

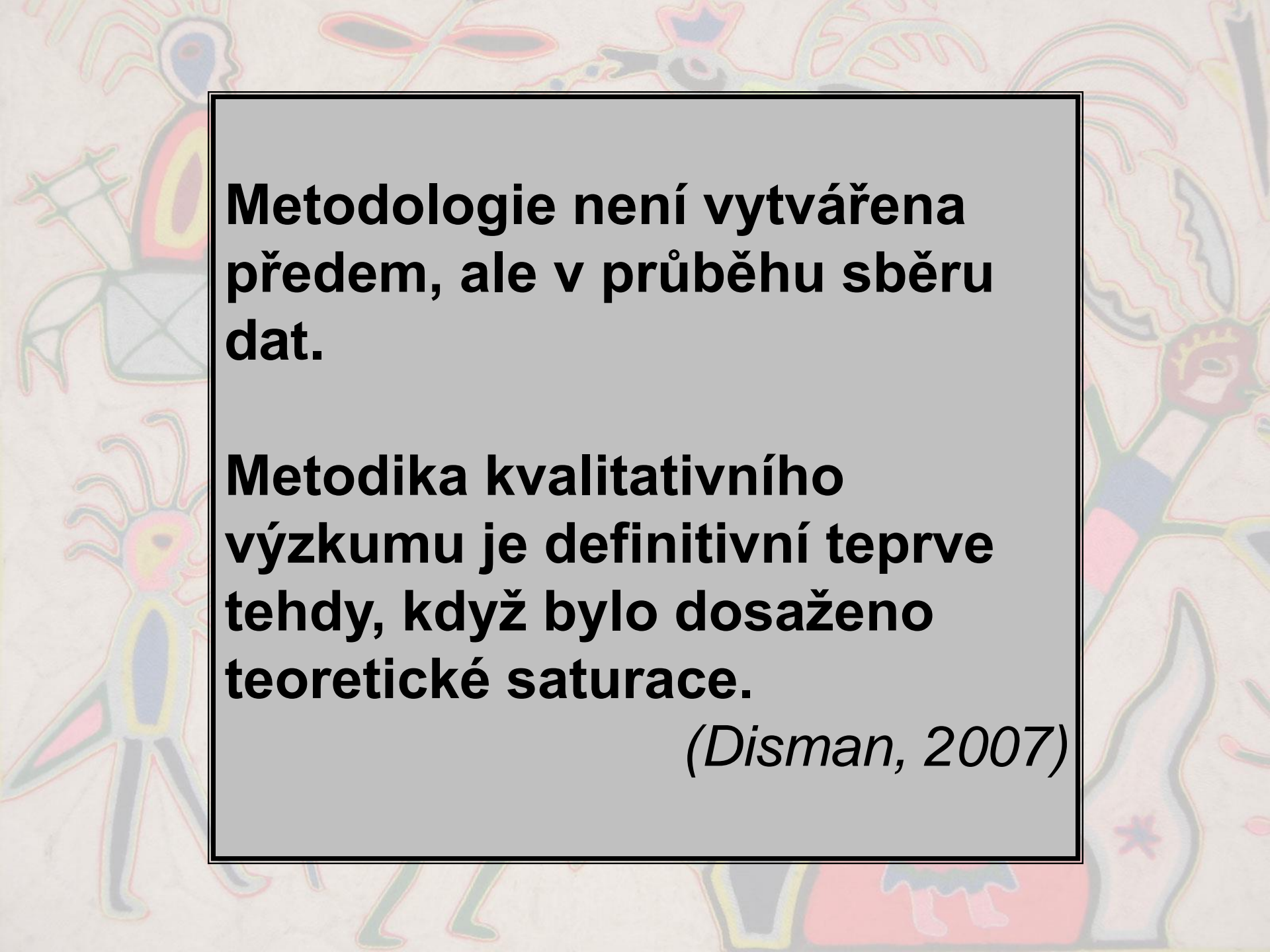
- Zahrnují data daný jev s dostatečnou variabilitou a v dostatečné hloubce?

*Reprezentativnost úzce souvisí s šíří výzkumné otázky. (Široká otázka vyžaduje velký vzorek.)*

- **teoretická nasycenost** (*theoretical saturation*)

- Obohacují nová data stávající kategorie/témata/teorii, nebo už jen potvrzují ty stávající?

*Teorie může být nasycená, jen je-li vzorek reprezentativní.*



**Metodologie není vytvářena předem, ale v průběhu sběru dat.**

**Metodika kvalitativního výzkumu je definitivní teprve tehdy, když bylo dosaženo teoretické saturace.**

*(Disman, 2007)*