

Zásady pro tvorbu dotazníků- pro potřeby kvantitativního výzkumu

(Jan Hučín, Zuzana Poláková, ÚIV 2005)

Abychom podpořili ochotu respondentů k účasti na šetření, a tím získali vyšší návratnost dotazníků, je dobré na začátku dotazníku respondenta stručně seznámit se zkoumanou problematikou, představit zadavatele výzkumu a uvést důvod zjišťování informací. Stačí pouze několik vět, aby se respondent nevyčerpal již pouhým čtením dlouhého textu úvodu.

Téměř bez výjimky je však třeba v úvodu uvést, že v rámci výzkumu je zaručena anonymita odpovědí, získané výsledky jsou zpracovávány pouze v agregované podobě a nikde nebudou použity jmenovitě.

VLASTNÍ ČÁST DOTAZNÍKU

Uspořádání otázek

Když se tedy podaří získat respondenta pro rozhovor či vyplnění dotazníku, je třeba mít dotazník sestavený tak, aby ho neodradily již první otázky. To se může stát, pokud by tyto otázky byly příliš komplikované, rozsáhlé či zjišťující důvěrnější informace. Pokud potřebujeme otázky tohoto typu vůbec pokládat, je vhodnější je umístit na konec dotazníku, kde již tolik nevadí, když respondent odmítne dále odpovídat.

Na začátek tedy volíme otázky jednodušší, spíše neosobního charakteru. Následně můžeme zařadit otázky náročnější na zodpovězení či otázky „na tělo“. I v této části je však dobré střídat složitější otázky s jednoduššími, uzavřenými, aby mohl respondent nabrat dech na další odpovědi.

Jako úplně poslední pak zařazujeme otázky identifikační. (Pravidla identifikačních otázek a dalších doporučení viz [prezentace](#)).

Otázky dotazníku

Otázky lze v zásadě formulovat jako uzavřené či otevřené nebo zkombinovat oba tyto typy (uzavřená otázka s nabídkou alternativ, plus navíc možnost „jiné“ či „ostatní“ s vyhrazeným prostorem pro vlastní odpověď).

Uzavřená otázka může nabízet výběr z alternativ, možnosti ano/ne (souhlasím/nesouhlasím) nebo může být formována jako uspořádací, přiřazovací otázka apod.

Otevřené otázky nabízejí prostor pro vlastní odpověď respondenta, a to buď stručnou či širokou. Otevřené otázky, zvláště pak se širokou odpovědí, se však v rámci kvantitativního výzkumu, který zpravidla zahrnuje velký počet respondentů, pracně vyhodnocují. Pokud tedy nejsou odpovědi předvídatelné, je nejlepší na malém vzorku zjistit nejčastější odpovědi a z nich vytvořit alternativy uzavřené otázky.

Typy otázek z různých pohledů a jejich příklady jsou uvedeny v [prezentaci](#).

U otázek, kde není na první pohled jasné, co má respondent udělat, je třeba uvést stručnou *metodologickou instrukci* (např. „vyberte pouze jednu možnost/všechny možnosti, které se Vás týkají“, „u každé položky uveďte důležitost na stupnici 1 – 5, 1 = velmi důležité, 5 = zcela nedůležité, příp. 0 = neumím posoudit/netyká se mě“ apod.).

Při formulaci otázek je třeba vyvarovat se chyb, které by způsobily zkreslení výsledků. V lepším případě bychom se ze získaných odpovědí nic nedozvěděli, v horším případě bychom vážně narušili validitu výzkumu, tedy jeho vypovídací schopnost o skutečném stavu zkoumané oblasti. Základní chyby, ke kterým nejčastěji dochází při tvorbě otázek, jsou uvedeny v [prezentaci](#).

VYHODNOCOVÁNÍ DOTAZNÍKU

Pokud je ve zkoumaném vzorku zahrnut větší počet jedinců, je třeba převést získané údaje *do elektronické podoby*. Pokud jsou v dotazníku otevřené otázky, přidělíme jednotlivým odpovědím kódy podle tzv. *kódového klíče*. Ten si předem vytvoříme sloučením stejných či podobných odpovědí, kterým přidělíme číselné kódy. Do elektronické podoby pak zaznamenáváme již pouze tyto kódy.

Na základě takto uspořádaných dat lze provádět různé statistické procedury, jako jsou výpočty četností, průměrů, rozložení odpovědí, zjišťování souvislostí mezi jednotlivými otázkami apod. (viz [prezentace](#)). Také je třeba při interpretaci získaných dat zvážit, zda existují vnější faktory, které by mohly výsledky značně zkreslit (např. zjistíme, že žáci 8. A jsou mnohem nespokojenější s prostředím školy než ostatní žáci – avšak právě v této třídě probíhala v době výzkumu rekonstrukce podlah, což je zřejmě vysvětlením této nespokojenosti).

Další doporučení ke zpracovávání dotazníku jsou uvedena v [prezentaci](#).