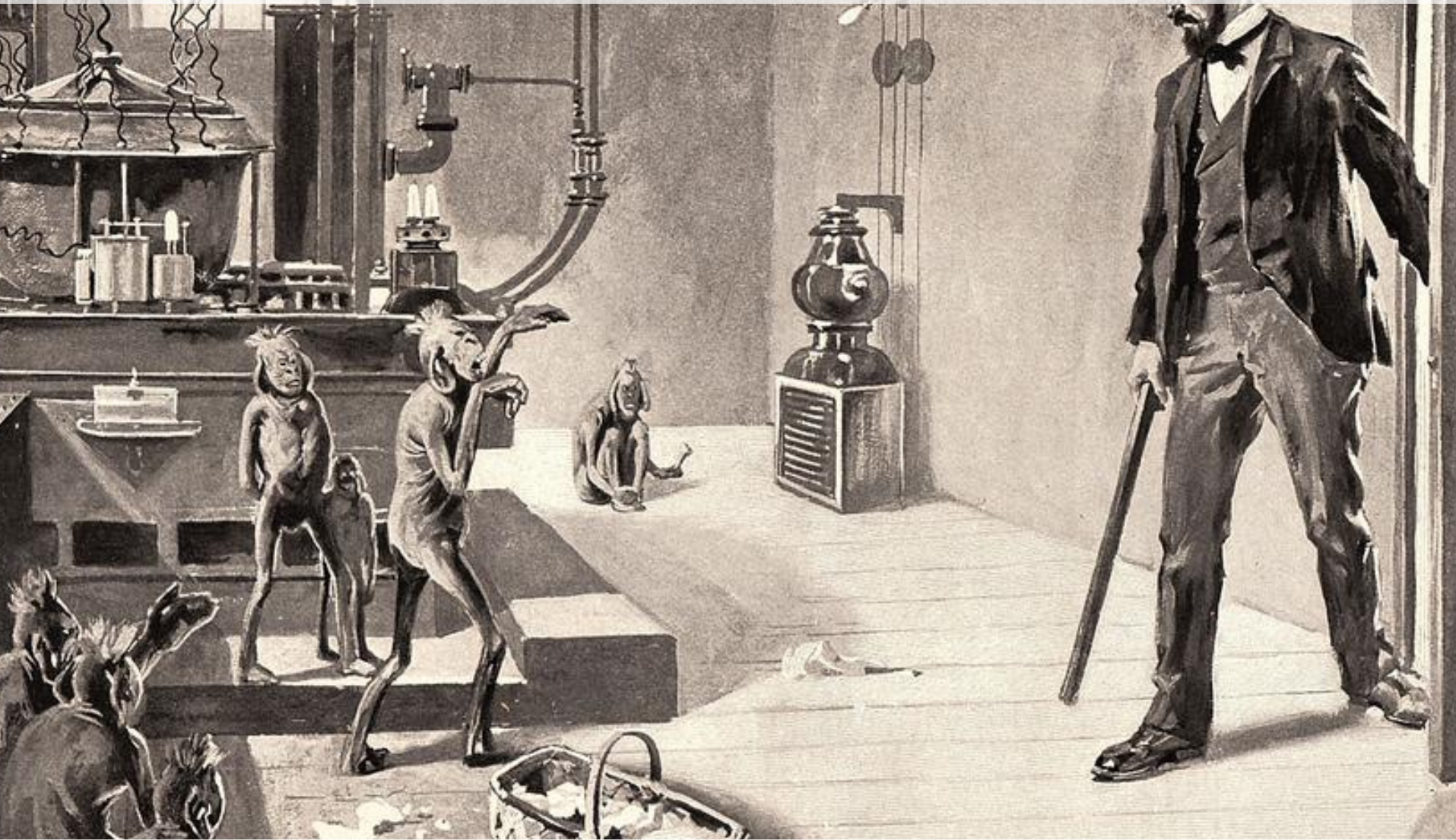


Výzkumný design - metody



Metodologie 18. 10. 2013

S. HERU

Design výzkumů - metody

- Způsob, jakým provádíme výzkum
- **Kvalitativní** nebo **kvantitativní**

Klíčové otázky u každého výzkumu:

- Jak sesbíráme data?
- Poměr kvalita vs. efektivita

Triangulace

- Kombinace metod

Design výzkumů - metody

Kvantitativní výzkum	Kvalitativní výzkum
Deduktivní	Induktivní
Testování teorií, hypotéz	Vytváření teorií
Strukturované, standardizované metody (dotazník)	Rozhovor, pozorování
Velký výzkumný vzorek	Menší výzkumný vzorek
Redukce informací	Vyčerpávající informace o případu
Zprostředkovaný kontakt s respondenty	Těsný a dlouhodobý kontakt

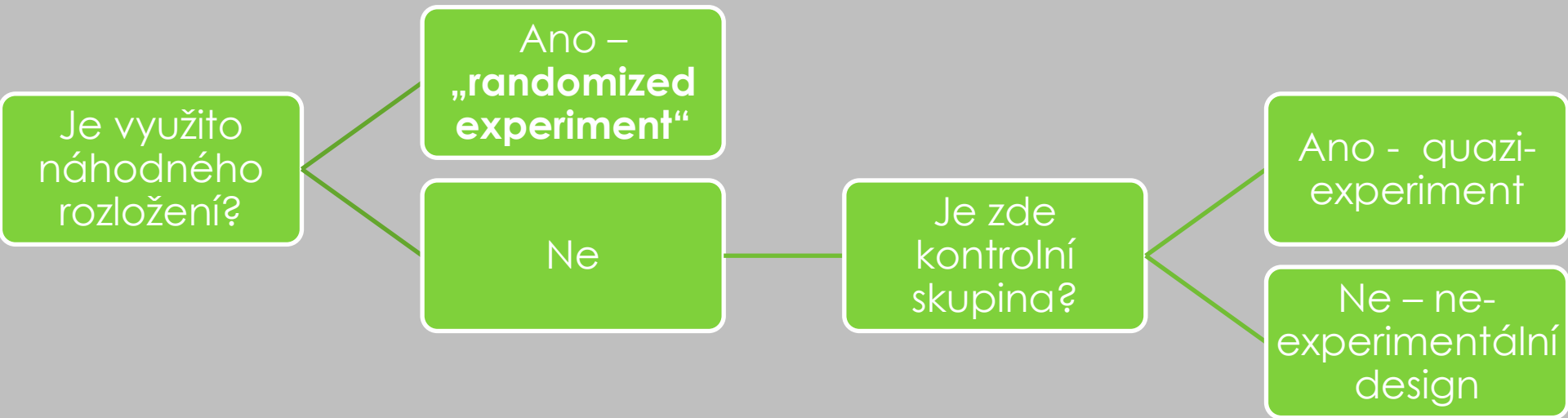
Design výzkumů - metody

Kvantitativní výzkum	Kvalitativní výzkum
Matematické, statistické zpracování	Kódování
Generalizace je možná	Generalizace je nemožná
Vysoká reliabilita	Reliabilita je nízká
Nízká validita	Vysoká validita

Jiné dělení

- Experiment
- Pozorování
- Studium dokumentů
- Rozhovory

Experimentální vs. ne-experimentální design



Experimentální design

- „nejrigidnější“ výzkumný design – „zlatý standard“
- Laboratorní metoda, obtížně proveditelný v kontextu „normálního života“
- Velice vysoká **interní validita**

Experiment a etika

Zimbardo – Stanfordský vězeňský experiment 1971

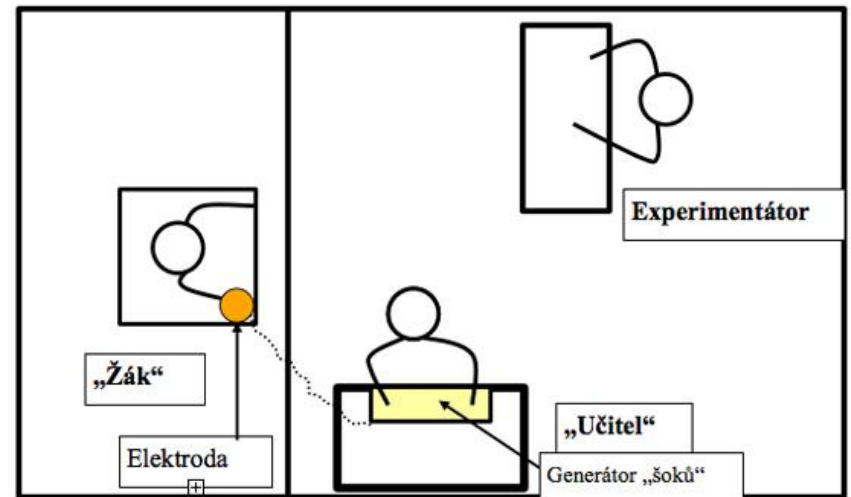


Experiment a etika

Milgram – „učení a paměť“



Schema uspořádání Milgramova pokusu



Speciální případy výzkumných designů - slovníček

- **Longitudunální studie**
- Kohortová studie
- Panelová studie
- **Průřezová studie**
- **Případová studie**
 - $n=1$, zkoumáme případ do hloubky

Panelové studie



- Typ longitudinálního výzkumu
- Výzkum na mikroúrovni
- V sociálních vědách i marketingu od 30.-40. let
- **Paul Felix Lazarsfeld**

Panelové studie

3 klíčové otázky:

- Jací lidé jsou náchylní ke změně?
- Následkem jakých jevů změna nastává?
- Jakým směrem jsou změny uskutečňovány?

- **Výhody:** ekonomická stránka, kumulativní sběr informací, možnost pochopit změnu
- **Nevýhody:** udržování panelu – zájmu respondentů, reprezentativnost vzorku, úmrtnost, efekt účasti v panelu

Omnibusová šetření



- Marketingový výzkum
- Dotazníkové šetření – varianta panelu
- Efektivita: multi-client koncept

Kohortová studie



Kohorta

- Část obyvatelstva, která prožila v tomtéž časovém úseku tytéž významné životní nebo společenské události (Sociologický slovník, Jandourek 2001)
- „Efekt kohorty“

Průřezová studie

- Studie konaná v jeden časový moment
- Sledování zkoumaných znaků

Případová studie

- Kvalitativní výzkum
- Detailní studium jednoho případu
- Výzkum se odehrává v terénu
- Jednotkou výzkumu mohou být osoby, rodiny, instituce, skupiny, komunity...

Typy případové studie podle Yin:

- Explanatorní
- Testovací
- Případová

Rozhovory



- Volný x polostrukturovaný x strukturovaný

Dotazníky



- Volný x polostrukturovaný x strukturovaný *Pauline K.*

Focus group

- Paul Lazarsfeld, Robert Merton (40. léta)
- V ISK od 80. let
- Kvalitativní výzkum
- 8-12 (3-15) participantů
- 1-3 hodiny
- Moderovaná diskuze
- Skupinová dynamika, skryté vazby

Focus group

Použití

- Studium komplexních témat
- Potřebujeme interakci účastníků
- Testování řešení, nových nápadů, inovací
- V rámci triangulace metod
- Marketingový výzkum

Focus group



Focus group

Pravidla

- Hovoří 1 osoba / 1 moment
- Nепrobíhají vedlejší rozhovory
- Všichni se účastní
- Srozumitelný jazyk
- Nikdo by neměl být dominantní

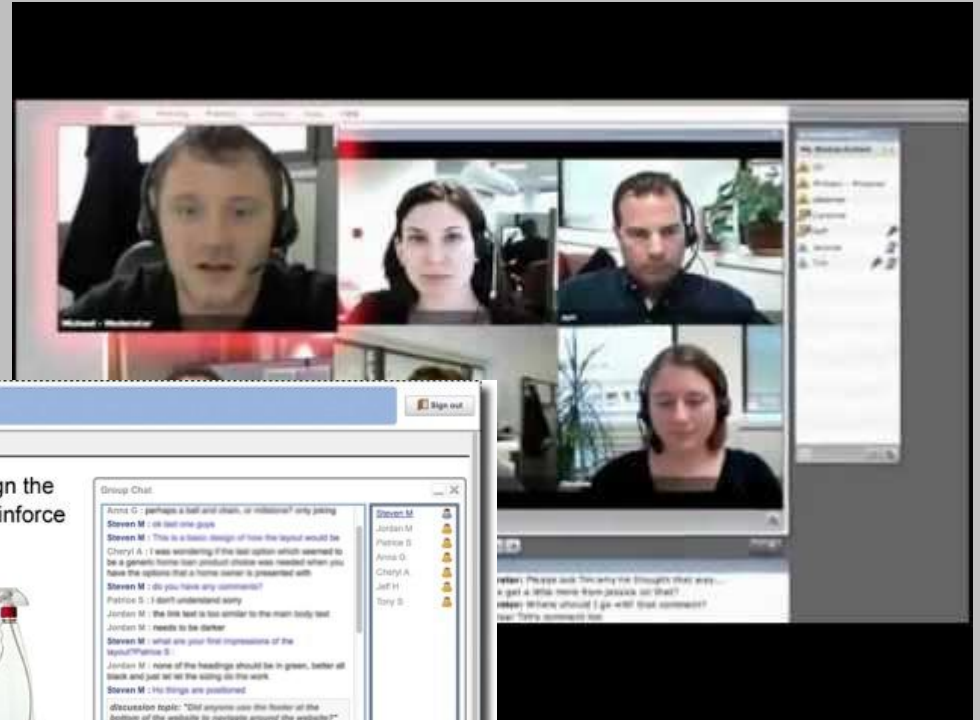
Online focus group

- Od poloviny 90. let (chatovací software)

Nové role účastníků:

- Moderátor
- Participant
- Pozorovatel
- Administrátor
- Projektový manager

Online focus group



GroupQuality HTML Page What is a winframe Sign out

Push to talk | Handraise

Stop recording 5:34

Details: Introduction to a winframe

Which of these container shapes would you assign the 'Cleanaway Cleaning' product if you wanted to reinforce an environmentally responsible brand?"

Bill S

a b c d e f g

h i j k l m n

Group Chat

Anna G : perhaps a ball and chain, or military? only joking

Steven M : ok just one grain

Steven M : This is a basic design of how the layout would be

Cheryl A : I was wondering if the last option which seemed to be a generic home care product shape was presented when you have the options that a home center is presented with

Steven M : do you have any comments?

Patrice S : I don't understand why

Jordan M : the link text is too similar to the main body text

Jordan M : needs to be darker

Steven M : what are your first impressions of the layout?

Patrice S : none of the headings should be in green, better all black and just let the sizing do the work

Steven M : no things are positioned

discussion topic: "Did anyone use the footer at the bottom of the website to navigate around the website?"

Cheryl A : Maybe the top heading in green and then in black

Patrice S : I find the green writing on the LHM rather too hard to read or maybe too small a font

Jordan M : overall I find the layout to be great

Jeff H : I think the layout is good, maintains grip on the site, up top, clear distinction between headings, and someone has got headline albums

Jordan M : very well spaced and easy to read

Jeff H : light green text is perhaps too light

Cheryl A : I looked at it when searching for corporate

Type your message here... Send

Select a chat prompt...

Members

Group Start Bar | Group Chat | Moderator Panel | Observer Chat

Time: 30:00:01

Online focus group

Výhody:

- Geografické pokrytí participantů
- Recruitment
- Efektivita
- Kontrola skupiny
- Přepis/záznam

Online focus group

Nevýhody:

- Často nutní dva moderátory
- Horší interakce
- Neproveditelné pro participanty mimo online komunitu
- Hloubka redukce non-verbálních elementů

Online focus group

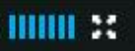
Nástroje:

- Itrack.com
- Artafact.com
- Myvff.com

Online virtuální světy



03:47



Pozorování



- Zúčastněné x nezúčastněné
- Standardizované x nestandardizované
- Zjevné x skryté

Pozorování

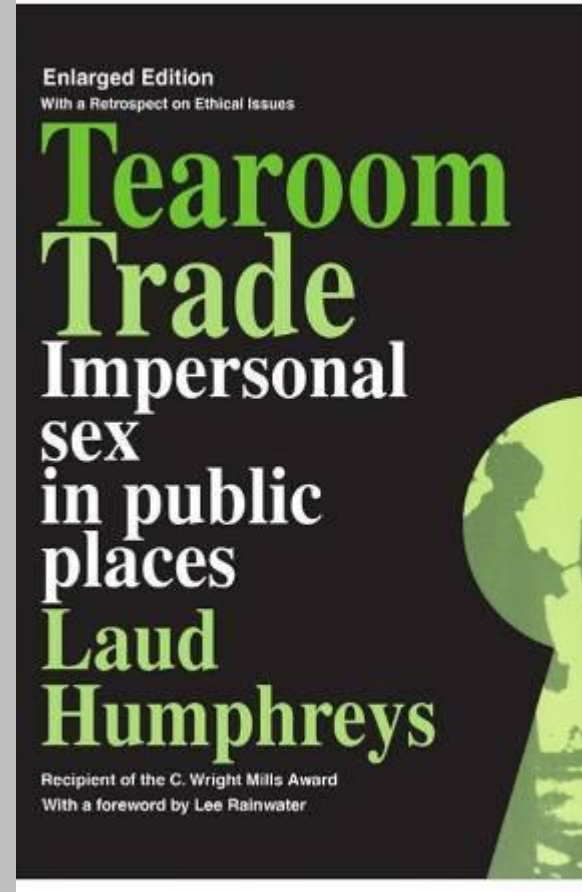
- Ve skutečnosti celá řada metod
- Hluboké porozumění zkoumanému problému
- Zejména skryté a zúčastněné pozorování v sobě nese řadu rizik a obtíží
- Velké nároky na výzkumníka

Pozorování

1. Výběr prostředí a navázání kontaktu
2. Pozorování + zaznamenávání
3. Analýza
4. Ukončení pozorování

Pozorování a etika

Humphreys 1970



Mobilní etnografie

Nástroje:

- www.idealbaker.cz
- www.ethosapp.com
- <http://ethnocorder.com/>
- <http://overtheshoulder.com/>
- <http://www.revelationglobal.com/>

Mystery shopping



http://www.youtube.com/watch?feature=player_embedded&v=QQkfVgPGMLk

Safari službou

- Procházení služby
- Kontaktní místa – hodnocení
- Pohled uživatele

- Variantně: „cesta službou“ – na papíře

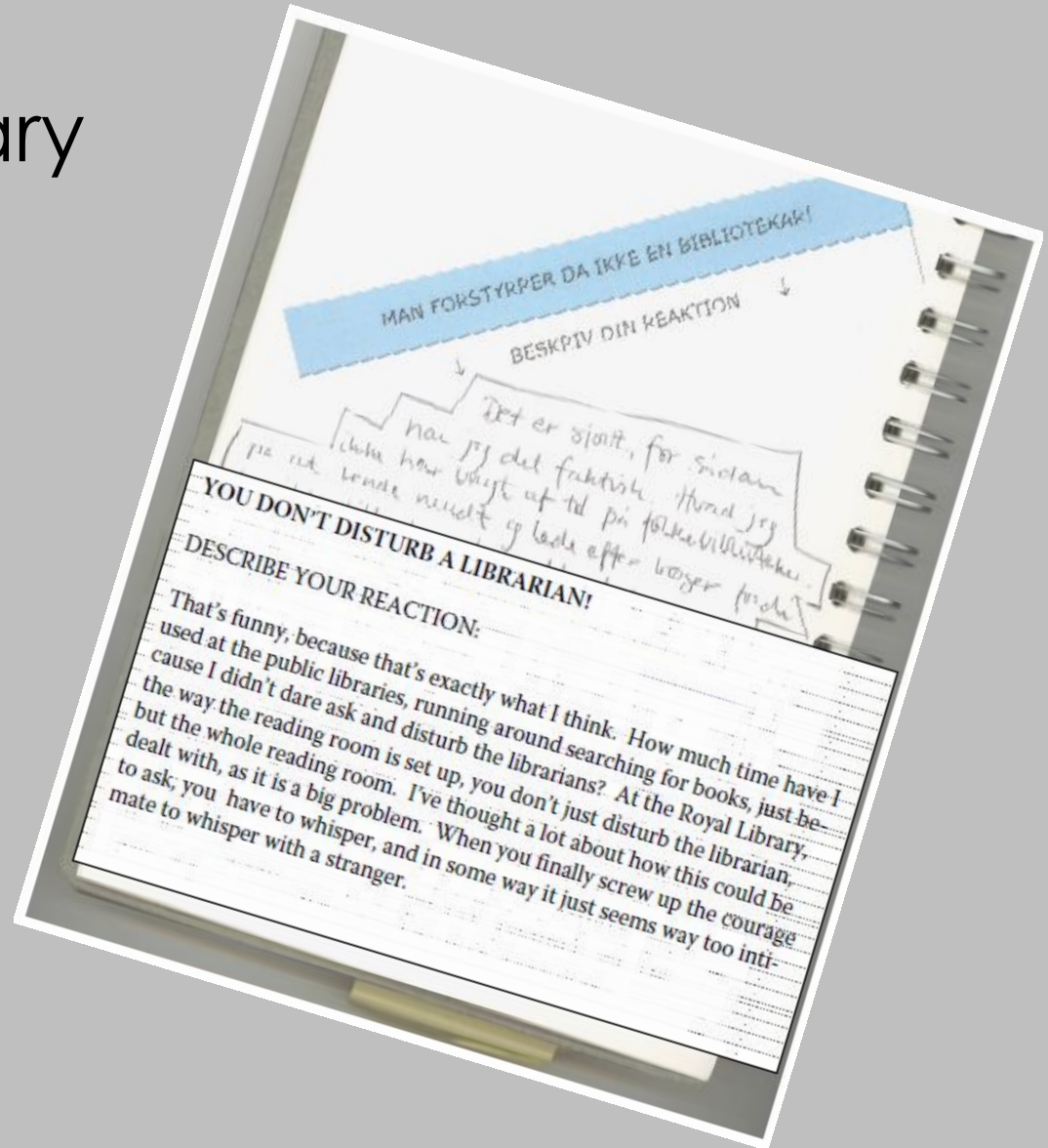
Výzkumné deníky



- Strukturované x nestrukturované
- Vyžádáné x nevyžádáné
- Intervalové x signální x událostní

Výzkumné deníky

- CPH UNI Library



Výzkumné deníky

- Vybrat účastníky a jejich motivaci
- Stanovit způsob komunikace
- Stanovit strukturu deníků
- Kdy je spouštěč?
- Zvolit technologii, médium

Analýza dokumentů a artefaktů

- Kdo je autorem?
- Co je obsahem?
- Z jaké doby dokument pochází?
- Co dokument představuje?
- S jakými souvislostmi se pojí?
- ...

Analýza blogů a sociálních sítí

- Google, Klábosení
- Social Insider
- Buzzboot
- MSS Buzz
- Wlip

Delphi metoda

- Kombinace kvali a kvanti přístupu
- Několik kol
- Anonymní odpovědi

Další metody...

100metod.cz