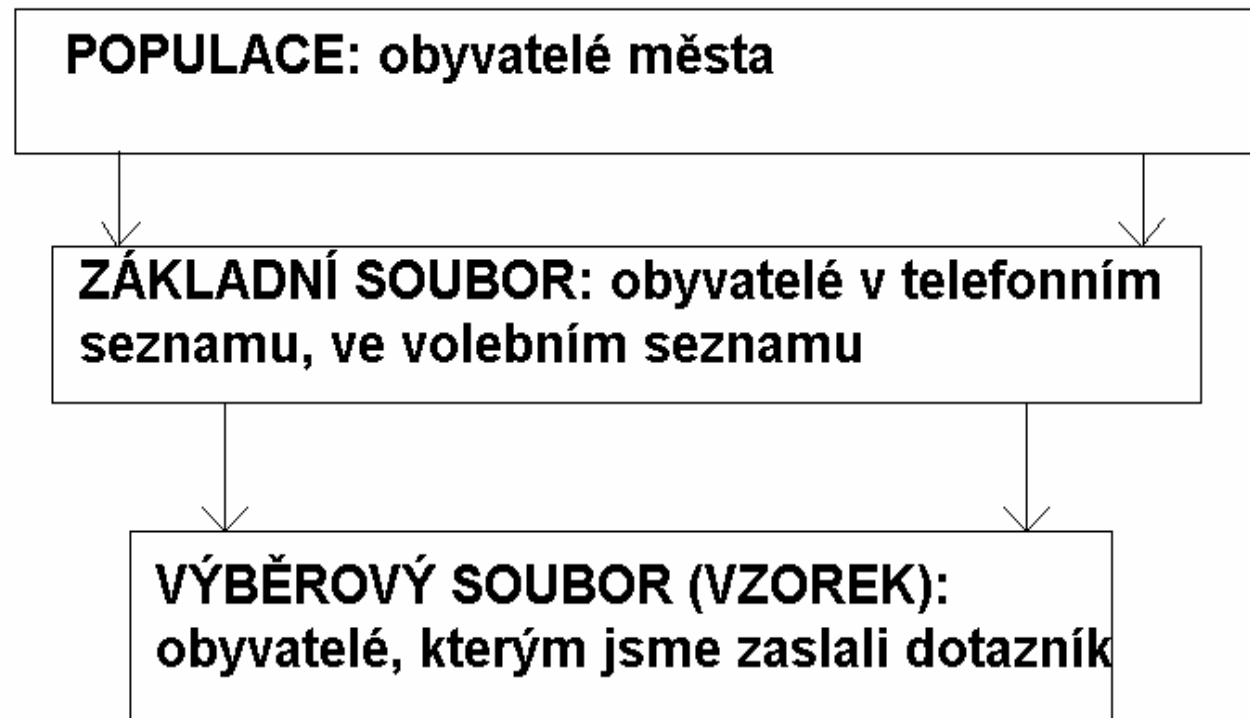


# Základy sociologického výzkumu

Podzimní škola NSZM ČR Pelhřimov 3. 11. 2006

**Mgr. Tereza Pospíšilová, Ph.D.**  
**Fakulta humanitních studií, Univerzita Karlova**

# Výběr vzorku



# Výběr vzorku – pojmy

**Populace** je soubor lidí, o kterých se chceme výzkumem něco dovědět.

**Základní soubor** je soubor lidí, kteří jsou pro nás dostupní a z nichž proto vybíráme výzkumný vzorek.

**Výběrový soubor (vzorek)** je soubor lidí, které chceme skutečně zkoumat.

# Výběr vzorku – pojmy

Informace, které jsme se dověděli o lidech ve výzkumném vzorku, chceme **zobecnit** na celou populaci (např. město).

Zobecnění lze učinit, jen pokud byl vzorek vůči populaci **reprezentativní**.

Reprezentativní vzorek je **podobný populaci ve všech jejích podstatných rysech**.

# Jak získat reprezentativní výzkumný vzorek?

- Záleží na způsobu výběru
- Musíme znát podstatné rysy populace
- Záleží na různorodosti populace
- Na velikosti vzorku záleží – do určité míry
- Na velikosti populace přímo nezáleží

# Způsoby výběru

- Náhodný výběr
- Kvótní výběr
- Účelový výběr

# Metody sběru dat

- Dotazník
- Rozhovor
- Skupinový rozhovor (focus group)
- Studium již existujících dokumentů
- Pozorování

# Postup při přípravě výzkumu

- Dobře si ujasnit cíl výzkumu!
- Kolik máme financí?
- Kolik máme času?
- Budeme výzkum realizovat sami nebo najmeme agenturu?



# Způsoby jak vyplnit dotazník

Dotazník může vyplnit respondent sám, např.  
když obdrží dotazník poštou

*nebo*

dotazník vyplní tazatel při rozhovoru.

# Dotazník a rozhovor – srovnání

- **Výhody dotazníku:** levnější, rychlejší, není třeba školení tazatelů, přesvědčivá anonymita, respondent neovlivňuje tazatel
- **Výhody rozhovoru s tazatelem:** pro respondentu snadnější vyplnit, nepřeskakuje otázky, vyšší návratnost

# Návratnost dotazníků

- Nízká návratnost snižuje hodnotu výsledků, protože vychyluje výzkumný vzorek.
- V minulých letech došlo ke snížení návratnosti. Současné „dobré“ výzkumy dosahují návratnosti kolem 60 %.

(Zdroj: „Ke kvalitě výzkumných šetření“ (2004) Jindřich Krejčí, Sociologický ústav AV ČR, krejci@soc.cas.cz)

# Co může zvýšit návratnost?

- Téma dotazníku je pro respondenty **zajímavé**.
- Dotazník není příliš **dlouhý**.
- Dotazník je **přehledně strukturovaný**, není natěsnaný do malého prostoru či malým písmem.

# Co může zvýšit návratnost?

- **Otázky** nejsou příliš složité, nesrozumitelné nebo nepříjemné.
- Dotazník zaštlila **důvěryhodná instituce**.
- **Není zpochybněna anonymita**.
- K vyplnění dotazníku lze motivovat **odměnou**.

# Formulace otázek

- Uzavřené a otevřené otázky
- Škály odpovědí
- Tendence k volbě střední hodnoty
- Role odpovědi „nevím“
- Tendence k souhlasu

# Formulace otázek

- Sugestivní otázky
- Dvoubavňové otázky
- Otázky vyžadující použití „filtru“
- Příliš obecné otázky

# Struktura a vzhled dotazníku

- Dramaturgie dotazníku: některé otázky patří na začátek, jiné do středu či na konec
- Délka dotazníku
- Další náležitosti: průvodní dopis, hlavička instituce, papír, odpovědní obálka
- Anonymita a důvěrnost



# Co obsahuje výzkumná zpráva?

- Jasně stanovený cíl výzkumu
- Kdo výzkum **financoval**
- Kdo výzkum **vedl**, případně kdo se na něm **podílel**

# Co obsahuje výzkumná zpráva?

- **Shrnutí** nejdůležitějších zjištění na začátku zprávy
- Prezentace vybraných výsledků formou **grafů a tabulek**
- Text výsledky **komentuje** a dává je do **širšího kontextu**

# Co obsahuje výzkumná zpráva?

- **Technické údaje:** kdy byl proveden sběr dat, počet respondentů, jakým způsobem byl proveden výběr, metoda dotazování
- **Příloha:** kompletní výsledky v tabulkách a formulář dotazníku

Děkuji Vám za pozornost.

Mgr. Tereza Pospíšilová, Ph.D.  
Fakulta humanitních studií UK  
U Kříže 10, 158 00 Praha 5 – Jinonice  
[tereza.pospisilova@fhs.cuni.cz](mailto:tereza.pospisilova@fhs.cuni.cz)