

# 1. OBJEKT, PREDMET A CIEĽ SOCIOLOGICKÉHO VÝSKUMU

**Objekt sociologického výskumu** možno stručne vymedziť ako *historicky (vývojovo) a priestorovo vymedzenú spoločenskú skutočnosť*. Medzi jej základné prvky patria predovšetkým:

1) *spoločenské zoskupenia* ako národy, triedy, vrstvy, spoločenské kategórie, spolky, zväzy, územné zoskupenia, spoločenské okruhy a iné druhy spoločenských skupín;

2) *spoločenské inštitúcie alebo zariadenia*, vytvorené jednotlivými sociálnymi skupinami k plneniu určitých funkcií - existujú inštitúcie politické (vláda, parlament, politické strany a iné), hospodárske (podniky, firmy, súkromníci), vojenské (armáda), náboženské (cirkev), zábavné, športové,...

3) *hromadné procesy a javy*, ktoré vyplývajú buď z uspokojovania hmotných potrieb alebo zo spoločného spoluzitia a zo vzájomného pôsobenia ľudí v rámci určitých foriem zoskupení. Príkladom sú mnohé občianske hnutia, rôzne typy migrácie, konflikty, javy spoločenského rozkladu (ako napríklad zločinnosť, prostitúcia, užívanie drog, alkoholizmus atď.).

Vo výskumnej akcii je nevyhnutné vymedziť aj **predmet sociologického výskumu**, ktorý môže skúmať napríklad proces tvorby medziľudských vzťahov v sociálnych skupinách, proces sociálnej mobility, mienku človeka, jeho vlastnosti apod. Predmetom výskumu nikdy nie sú všetky vlastnosti človeka (iba v tom prípade sú, ak robím tzv. monografickú procedúru). Predmet sociologického výskumu je vždy užší ako objekt výskumu.

**Cieľ sociologického výskumu** orientuje analýzu sociálneho problému na dva základné smery: *teoretický* a *aplikovaný*. V prípade, že je cieľ formulovaný ako **teoretický (resp. základný, bádateľský)**, pri zostavovaní programu výskumu je venovaná pozornosť najmä teoreticko-metodologickým problémom: štúdiu vedeckej literatúry k danému problému, vybudovaniu hypotetickej všeobecnej konštrukcie objektu výskumu a podobne. Konkrétny predmet výskumu sa určuje až po vykonaní tejto predbežnej výskumnej práce na úrovni teoretického prieskumu. Tento výskum je zameraný na ďalší rozvoj vedy.

Pri zostavovaní programu **aplikovaného (praktického, vedeckého)** cieľa sa vychádza zo špecifickosti daného sociálneho objektu (to znamená z toho, čím sa končí predbežná teoretická analýza v predchádzajúcom prípade) a z ujasnenia praktických úloh, ktoré má výskum riešiť. Výsledkom výskumu sú spravidla nazhromaždené fakty o predmete výskumu a konkrétne sociotechnické odporúčania (čo môžem urobiť lepšie, stanovím opatrenia - stredno alebo dlhodobé; čo môžem urobiť ihneď resp. systémovo - napr. vysokoškolský zákon apod.).

Určenie cieľa výskumu umožňuje ďalšie triedenie jednotlivých **úloh sociologického**

**výskumu** na *hlavné* a *doplnkové*. **Hlavné úlohy** zodpovedajú cieľovému zameraniu výskumu, ich správne vytyčenie zaisťuje maximálnu odôvodnenosť, spoľahlivosť a stálosť informácií, relevantných pre riešenie výskumných cieľov. **Doplnkové úlohy** sú vytyčované na prípravu nasledujúcich výskumov, na overovanie ďalších hypotéz, ktoré momentálne nesúvisia s riešeným problémom, na riešenie parciálnych metodických alebo organizačných otázok a podobne.

## 2. VÝBER OBJEKTOV SKÚMANIA V SOCIOLOGICKOM VÝSKUME

**Základný súbor** predstavuje súbor všetkých jednotiek, ktoré vykazujú určité, z hľadiska výskumného zámeru podstatné, znaky (napr. vekové kategórie ľudí, zamestnanci podniku, študenti jednotlivých druhov škôl, členovia rôznych organizácií, sociálnych skupín...) Pokiaľ nejde o príliš veľký základný súbor, dá sa sociologický výskum uskutočniť na celom základnom súbore.

Ak je však základný súbor tvorený veľkým počtom jednotiek, ktoré nemožno z mnohých dôvodov všetky zahrnúť do výskumu, realizuje sa výskum na **výberovom súbore**, ktorý predstavuje **časť základného súboru, a z neho sa aj vyberá**. Výberový súbor môže byť voči základnému súbore *štatisticky vyčerpávajúci, reprezentatívny, kvázi reprezentatívny a nereprezentatívny*.

**a) vyčerpávajúci výber** je tvorený súborom základným, kedy sú všetky jednotky základného súboru podrobované sociologickému skúmaniu;

**b) pri stanovení veľkosti reprezentatívneho výberového súboru** ide o stanovenie optimálnej veľkosti súboru tak, aby každá jednotka mala rovnakú pravdepodobnosť výberu. Túto podmienku najvhodnejšie spĺňa **náhodný výber** (v zmysle matematickej teórie pravdepodobnosti). Pritom sa rozlišuje:

1. náhodný výber s vracaním - pri ktorom sa každá vybraná jednotka, symbolizovaná napr. číslom v osudí, vždy znovu do osudia vracia. Je to vhodný postup najmä pri výskume malých základných súborov;

2. náhodný výber bez vracania - vybrané jednotky sa nevracajú do osudia a prakticky ho možno uskutočniť aj systematickým výberom alebo výberom náhodných čísiel podľa tabuľky pri predpoklade, že jednotky základného súboru sú určitým spôsobom usporiadané (zoznam pracovníkov podľa abecedy, kartotéka obyvateľstva, volebný zoznam);

3. viacstupňový pravdepodobnostný výber - uplatňuje sa pri rozsiahlych základných súboroch. Možno ho uskutočniť v rozmanitých modifikáciách;

4. oblastný (stratifikovaný) výber - spočíva v tom, že výber meraných jednotiek sa uskutočňuje náhodne, ale nie v rámci celého základného súboru. Robí sa vo vnútri jeho určitých častí,

nazývaných oblasti (alebo straty). Rozčlenenie na straty prebieha podľa vybraných znakov.

**c) pri kvázi reprezentatívnom výbere (zámernom)** sa uplatňujú hlavne tieto druhy výberu:

1. kvótny výber - spočíva v stanovení vlastností, ktoré má každá jednotka objektu výskumu, ku ktorým sa pridelia určité štatistické znaky pre ich popis (znak vzdelania, veku, pohlavia...)

2. výber typov - predpokladá určitú znalosť štruktúry základného súboru. Typy sa vytvárajú na báze krátkej a výstižnej charakteristiky, ktorá je relevantná výskumnému zámeru a ostatné jednotky základného súboru sú porovnávané s týmto typom (napr. vlastnosti riadiaceho pracovníka);

3. anketový výber - objekty merania sa prihlasujú do výberu samé na základe záujmu o skúmanú problematiku.

**d) nereprezentatívne výbery** sa uskutočňujú vtedy, keď výskumná akcia nie je zahájená s cieľom získať poznatky použiteľné pre zovšeobecnenie na širšiu populáciu. Ide spravidla o predbežné šetrenia, sondy, ale aj o šetrenia, ktoré sú zamerané na intenzívnu analýzu sociálnych javov, ako sú napr. monografia a experiment. Pri nereprezentatívnych výberoch rozlišujeme **výber zámerný a kumulatívny**.

Závažným problémom, na ktorý majú vplyv všetky uvedené spôsoby výberu skúmaného súboru, je v ďalších krokoch interpretácia získaných poznatkov - najmä z hľadiska ich generalizácie na celý základný súbor (prípadne na určitú časť alebo celú populáciu). Preto je neprípustné výrazné "zaokrúhľovanie" kvantitatívnych údajov alebo ich interpretácia na základe zjednodušeného úsudku výskumníkov. Inak nie je sociologický výskum totožný s kvalifikovaným odhadom.

## **2.1 Základné druhy sociologických výskumov**

**1. Podľa povahy skúmaného predmetu** alebo časti sociálnej reality, na ktorú je výskum zameraný, možno rozoznávať druhy sociologických výskumov, ako napríklad výskum priemyslu, práce, dediny, mesta, sociálnej štruktúry, politického systému, medzinárodných vzťahov, poznania a vedy, medicíny, kultúry, rodiny a manželstva, mládeže, výchovy, náboženstva a iné.

**2. Podľa vedeckých cieľov výskumu** respektíve intenzity, s akou sa sociálne javy študujú, je možné deliť sociologický výskum na *základný*, *aplikovaný* a na *prieskum*.

➤ **Základný (teoretický, bádateľský) výskum** je zameraný predovšetkým na ciele objavné, heuristic-ké. Ide najmä o objavenie nových všeobecných princípov, o poznanie podstaty sociálnych javov a procesov. Sleduje vyriešenie dôležitých vedeckých problémov a získanie

nových poznatkov, ktoré majú širšiu a všeobecnejšiu platnosť v rovine teoretickej i praktickej.

- **Aplikovaný výskum** má za cieľ hľadanie ciest, spôsobov, ako využiť najnovšie vedecké poznatky, princípy a zákonitosti, ktoré boli odhalené základným výskumom v rôznych oblastiach sociálnej reality. Spravidla rieši bezprostredné požiadavky sociálnej praxe, ktoré súvisia so zdokonaľovaním a zefektívňovaním rôznorodej ľudskej činnosti, s fungovaním spoločenských organizácií a inštitúcií a podobne. Zdokonalenú formu aplikovaného výskumu predstavuje tzv. **operatívny výskum** (uplatňovaný pre interdisciplinárne riešenie predovšetkým aktuálnych ekonomických problémov fungovania hospodárskych štruktúr, s využitím matematických i štatistických metód a postupov, lineárneho i kvadratického programovania, ako aj matematického modelovania).
- **Prieskum** predstavuje osobitný druh sociologickej výskumnej akcie, pri ktorej nie je dôraz kladený na hĺbku, ale skôr na šírku získavania poznatkov. Často býva zaradený ako súčasť zložitých výskumov pre získanie základných, vstupných údajov o objekte a predmete výskumu. Inou podobou prieskumu, hlbšie zameranú na skúmanú problematiku, je **pilotáž alebo sondáž**, používané v rámci prípravy výskumov, hlavne pri predbežnej analýze problému, ktorý má byť skúmaný.

Súčasne môžu mať uvedené druhy výskumu charakter *orientačný, popisný* (diagnostický) alebo *vysvetľujúci* (explikatívny). Ich povaha je daná objemom a kvalitou vstupných informácií, ktoré sú výskumníkom k dispozícii. Podľa toho môže byť výskumná akcia zameraná iba na orientáciu o probléme, prípadne na jeho špecifické prejavy v určitom sociálnom prostredí.

**3. Podľa rozsahu výskumnej vzorky**, na ktorej je realizované výskumné šetrenie, je možné deliť výskumy na *vyčerpávajúce, reprezentatívne, kvázi reprezentatívne a nereprezentatívne* (táto klasifikácia bola popísaná v prvej kapitole).

**4. Podľa stupňa komplexnosti** sa dajú výskumy rozdeliť na *komplexné* (celkové) a *parciálne* (čiastočné).

- **Komplexný výskum** je zameraný na poznanie určitej časti sociálnej reality v čo najväčšej úplnosti poznania všetkých jej podstatných zložiek, ich vzájomných vzťahov, vzájomného pôsobenia a ovplyvňovania. Komplexný výskum nemusí byť (a obvykle ani byť nemôže) reprezentatívny. Zvláštnym prípadom komplexného výskumu je **monografický výskum**. V takomto prípade je predmetom komplexného výskumného šetrenia iba jeden vybraný objekt, ktorý je skúmaný všestranne a za účasti špecialistov rôznych vedných odborov.
- **Parciálny výskum**, na rozdiel od komplexného výskumu, je zameraný na skúmanie jednej alebo

niekoľkých zložiek parciálnej časti sociálnej skutočnosti, s cieľom spoznať ich pokiaľ možno „do hĺbky“. Orientuje sa spravidla na jednu vybranú stránku problému.

**5. Podľa časovej dimenzie** môže ísť o výskumy *jednorazové, opakované (replikačné) a dlhodobé (longitudinálne)*.

- **Jednorazový výskum** je zameraný obvykle na aktuálne sociálne problémy, na zisťovanie postojov, názorov, verejnej mienky a podobne. Spravidla je v ňom uplatňovaná dotazníková a anketová technika, interviu, ktorými sú získané aktuálne informácie od ľudí na pálčivé sociálne problémy.
- **Opakovaný (replikačný) výskum** je založený na princípe použitia tej istej výskumnej techniky (napr. toho istého dotazníka) v odlišných časových intervaloch. Dajú sa tak získavať napríklad názory a postoje vysokoškolských študentov pri nástupe na vysokú školu, v priebehu štúdia a na konci štúdia.
- **Dlhodobý (longitudinálny) výskum** je založený na princípe dlhodobých kontaktov s výskumným objektom a umožňuje (vynucuje si) kombináciu rôznych výskumných techník a postupov a má zvyčajne charakter výskumu komplexného a interdisciplinárneho.
- Zvláštnym prípadom výskumu tohto typu je tzv. **panelový výskum**. Používa sa bežne pri skúmaní verejnej mienky, pôsobenia hromadných oznamovacích prostriedkov a výskumoch trhu (marketingu). Charakteristické preň je to, že je výskumom *reprezentatívnym* pre celú skúmanú populáciu; výskumy sa pravidelne *opakujú* na tej istej populácii, pričom povaha dotazu musí byť jednoduchá a respondenti musia byť ochotní odpovedať kedykoľvek; nejde pritom o longitudinálny výskum, ale o *celý rad opakovaných výskumov*, v ktorých sa používa vždy len jedna štandardná výskumná technika (jednoduchý dotazník). **Panelom** je súbor respondentov, ktorí sú vybraní tak, aby reprezentovali skúmanú populáciu a vykazovali základné zhodné charakteristiky so základným súborom. V týchto súboroch dochádza po čase k tzv. profesionalizácii (respondenti očakávajú, že sa ich budú pýtať a preto sa na to pripravujú) a z toho dôvodu je nevyhnutné panel po určitom čase (pol roka až rok) vymeniť najprv z jednej desatiny, neskôr z jednej štvrtiny, prirodzene stále pri zachovaní reprezentatívnosti.

### 3. ORGANIZÁCIA SOCIOLOGICKÉHO VÝSKUMU

Uskutočnenie sociologického výskumu predstavuje cieľavedomý proces a každý akt uskutočnenia sociologického výskumu sa riadi určitými pravidlami, ktoré by mali výskumníci dodržať. Pri plánovaní výskumnej akcie možno rozlíšiť tri jej základné fázy: **prípravnú, realizačnú**

(zber empirického materiálu) a **záverečnú** (spracovanie a zovšeobecnenie získaných údajov).

### 3.1 Prípravná fáza sociologického výskumu

Táto fáza predstavuje najnáročnejšiu časť celej výskumnej akcie, pretože na jej kvalite závisí kvalita celého výskumu. Pri príprave výskumu je totiž veľmi **dôležitá analýza výskumného problému, štúdium jeho vzniku a vývinu, jeho podstatných súvislostí v objektívnej realite, zhromažďovanie dostupných poznatkov a literatúry, predchádzajúcich výskumov a podobne.** V náväznosti na to sú vytyčované pracovné hypotézy, uskutočňuje sa operacionalizácia pojmov a premýšľa sa celá organizácia výskumu, vrátane personálneho a materiálneho zabezpečenia. Napokon sú upresnené ciele výskumu a učené korektúry priebehu celej výskumnej akcie. Vyústením zberu informácií o výskumnom probléme je spracovanie tzv. **úvodnej štúdie.** Táto väčšinou zahrňuje úvodné hypotézy a poskytuje základnú predstavu o tom, čo bude vo výskume šetrené - formulácia výskumnej úlohy, hlavných cieľov výskumu, miesto (objekty), prostriedky (základné výskumné techniky), základný pojmový aparát a jeho čiastočná operacionalizácia.

---

\* *Operacionalizácia* predstavuje proces prechodu od teórie a pojmu k empiricky zisiteľným údajom, ukazovateľom a znakom. Operacionalizovaná úloha je vyjadrená v otázkach rozhovoru, v elementárnych javoch určených pre pozorovanie, v merateľných ukazovateľoch sociálnej štatistiky a podobne. Úzko súvisí s kategóriami validity a reliability.

### Organizácia sociologického výskumu

#### 1. PRÍPRAVNÁ FÁZA    A) ÚVODNÉ ŠTÚDIÁ

- x deskripcia, popis danej situácie
- x teoretická analýza problému, základný pojmový aparát
- x zdôvodnenie a praktická užitočnosť problému
- x adekvátnosť a dosiahnuteľnosť cieľov
- x vhodnosť zvolených metód a techník
- x ekonomická (finančná), personálna, technická, materiálna náročnosť
- x možné riziká, ohrozenia, bariéry, splnenia cieľov
- x oponentúra projektu

#### B) PROJEKT VÝSKUMU

- x úvodná, metodická, organizačná časť
- x ciele, úlohy, hypotézy, metódy zberu údajov
- x vytýčenie hypotéz výskumu - východiskových, pracovných,

- štatistických, prognostických
- x techniky, metódy zberu údajov
- x techniky a spôsoby výberu objektu skúmania
- x určenie výberového súboru
- x forma interpretácie výsledkov (uvádzaná v záverečnej fáze)
- x finančný rozpočet
- x časový harmonogram (priebežne sa zasielajú aj správy, napr. ministerstvu - ako sa plní projekt)

### C) PREDVÝSKUM

- x overenie získaných vedomostí a techník
- x organizačná náročnosť terénnych prác
- x vychytanie múch projektu, spresnenie organizácie výskumu

## **2. REALIZAČNÁ FÁZA** A) ZBER PRIMÁRNEJ INFORMÁCIE

- x zber údajov v teréne

### B) VÝPOČTOVÁ FÁZA

- x transformácia údajov do súhrnnej podoby

*Počas realizačnej fázy sa pravidelne kontroluje napĺňanie harmonogramu prác, finančného rozpočtu; kontrolujú sa normohodiny (počet hodín, ktoré daný pracovník na projekte odpracoval).*

## **3. ZÁVEREČNÁ FÁZA** A) KVALITATÍVNA DESKRIPCIA

- x interpretácia získaných údajov

### B) EMPIRICKÁ GENERALIZÁCIA

- x vyjadrenie závislostí platných pre triedu rovnorodých objektov

### C) SOCIOTECHNICKÉ ODPORÚČANIA

- x návody pre ďalšiu činnosť

### D) VYHOTOVENIE ZÁVEREČNEJ SPRÁVY - ČASTI:

- x gnozeologická (charakteristika objektu a predmetu výskumu)
- x interpretačná (hodnotí sa platnosť a spoľahlivosť údajov)
- x návrhová (odporúčania pre prax a ďalší rozvoj teórie)
- x prílohová (dotazníky, záznamy z pozorovania apod.)

Neoddeliteľnou súčasťou prípravnej fázy sociologického výskumu je **voľba metódy zhromažďovania empirického materiálu**. Techniky zberu empirických údajov sú pripravované v súlade so

zámerom výskumu a s povahou zvoleného výskumného problému. Rozhodnutie o tom, aký druh výskumu, aká procedúra a technika zberu dát bude použitá, sú závislé na celom rade okolností vecného, ekonomického, organizačného, časového a iného charakteru.

#### 4. POZOROVANIE

Pri pozorovaní musíme rozlišovať bežné (naivné) pozorovanie, ktoré je vlastné každému človeku, pričom človek si nie vždy dokáže uvedomiť, že ide o pozorovanie. Na druhej strane, **vedecké pozorovanie** predstavuje v podstate *zámernou činnosť* a predpokladá vymedzenie *objektu a cieľa*, na ktorý sa orientuje. *Cieľom* vedeckého pozorovania je zachytiť čo najpresnejšie určité momenty objektívnej skutočnosti ako východiskový materiál pre zistenie všeobecných súvislostí prostredníctvom celého radu analytických operácií. *Vedecké pozorovanie sa prevažne uskutočňuje ako zameraný, systematický a maximálne objektivizovaný proces.*

Pri organizovaní pozorovania ide najmä o :

- ✓ stanovenie presného výskumného cieľa a konkrétnych výskumných úloh a postupov;
- ✓ výber jednotiek pozorovania - jednotlivcov, sociálnych zoskupení, sociálnych javov či procesov;
- ✓ voľbu prvkov pozorovania (kvalitatívnych i kvantitatívnych vlastností vybraných jednotiek);
- ✓ voľbu času pozorovania;
- ✓ fixáciu údajov z pozorovania v rôznych protokoloch alebo denníkoch;
- ✓ voľbu miesta a spôsobu pozorovania;
- ✓ kontrolu pozorovania.

**Sociologické pozorovanie** je pozorovaním vedeckým a preto musí byť v praxi realizované ako plánovitý, cieľavedomý proces poznávania, ktorého výsledky sú neustále preverované ďalšími postupmi. Základným predpokladom pre takéto pozorovanie je ovládanie pojmov a poznanie súvislostí medzi týmito pojmi zo strany výskumníka k tomu, aby bolo možné pozorované poznatky usporiadať, vyhodnotiť a zovšeobecniť. Okrem toho sa musí sociologické pozorovanie chrániť určitým kontrolným systémom, aby boli skresľujúce momenty obmedzené na minimum.

Túto funkciu má plniť tzv. **konštatačný princíp**, ktorý spočíva v :

- dôslednej príprave pozorovania, štandardizácii prístupu a metód fixácie pojmov;
- opakovaní pozorovania na rovnakom objekte rôznymi pozorovateľmi;
- opakovaní pozorovania rovnakého objektu s určitým časovým posunom;
- porovnaní výsledkov pozorovania prostredníctvom písomne spracovaných poznatkov o podobných pozorovaniach.



Sociologické pozorovanie možno uskutočniť rozličnými spôsobmi. **Podľa spôsobu získavania informácií** možno hovoriť o **priamom a nepriamom** pozorovaní.

**Priame pozorovanie** je založené na priamom styku pozorovateľa so skúmaným objektom. Pozoruje ho svojimi zmyslami. Takéto pozorovanie je zamerané na určitý priestorový okruh - má tzv. *zorné (pozorovacie) pole*, ktoré obsahuje spravidla tri základné prvky :

a) *konkrétny predmet (obsah) pozorovania* - to znamená čo pozorovať, ktoré javy a procesy, aké ich stránky a vlastnosti, v akých sociálnych situáciách a podobne;

b) *priestorový rozsah* - je závislý na vecnej náplni pozorovania;

c) *jednotka pozorovania* - jej výber je závislý na charaktere objektu a predmetu pozorovania a tvorí najmenšiu rozoznateľnú časť slovného či mimo slovného správania, ktorú môže pozorovateľ (po príslušnom výcviku) zatriediť v rámci súvislého záznamu.

**Existuje len obmedzený okruh pozorovacích situácií, v ktorých sa uplatňuje priame pozorovanie. Medzi ne patria najmä nasledujúce :**

- ♦ pozorovanie interakcie dvoch osôb ako súčasť sociometrického pozorovania a pozorovanie komunikácie, pričom sa zachytáva aj obsah interakcie (jej zameranie, verbálne prejavy, kadencia viet apod.);
- ♦ pozorovanie interakcií v malých skupinách;
- ♦ pozorovanie väčších sociálnych skupín;
- ♦ pozorovanie ekologických útvarov (pozorovanie života ľudí na dedine, v meste atď.).

Priame pozorovanie je spôsobom pozorovania skúmaného sociálneho javu **priamo v teréne** a môže mať podobu buď *extenzívneho* (napr. reprezentatívny výskum) alebo *intenzívneho* (napr. výskum jednej rodiny) výskumného šetrenia. Okrem toho je možné uskutočniť aj **laboratórne pozorovanie**, ktoré sa najčastejšie používa pri výskumoch experimentálneho typu s využitím ďalších technických prostriedkov (film, video, fotografie, magnetofónové záznamy atď.).

V závislosti na stupni účasti pozorovateľa v skúmanej sociálnej situácii možno rozlíšiť **zúčastnené** a **nezúčastnené** pozorovanie.

Pri **zúčastnenom pozorovaní** je výskumník (pozorovateľ) do určitej miery začlenený do skúmaného sociálneho procesu, je v úzkom kontakte s pozorovanými a spravidla sa zúčastňuje na ich činnostiach. Na základe toho umožňuje zúčastnené pozorovanie získavať ináč nedostupné informácie. Pozorovateľ pritom môže v skúmanom prostredí vystupovať ako výskumník - v tom prípade ide o *neutajené zúčastnené pozorovanie* alebo pozorovaným nie je známa osobnosť ani ciele pozorovateľa, takže jeho činnosť má charakter *utajeného priameho pozorovania*.

**Nezúčastnené pozorovanie** je charakteristické oddelením pozorovateľa od skúmanej sociálnej situácie (nie je jej bezprostredným aktérom) a zachytáva ju na základe vopred pripravených znakov, do ktorých zaraďuje tzv. manifestné správanie - jednotlivé výroky alebo konanie. Ako človek „stojaci bokom“ nemôže vedieť, čo sa za jednotlivými aktmi správania skrýva, takže k interpretácii získaných poznatkov potrebuje ďalšiu objektivizáciu či prostredníctvom ďalších pozorovateľov alebo doplnením ďalšími technikami výskumu (najčastejšie rozhovorom). Tento typ pozorovania sa uplatňuje vo výskumoch deskriptívneho charakteru, pri experimentoch a pri sociometrických výskumoch.

Podľa stupňa formalizácie výskumnej akcie možno rozoznať **štruktúrované (štandardizované)** a **neštruktúrované (neštandardizované)** pozorovanie. Najväčšie využitie má vo výskumoch spravidla v malých sociálnych skupinách.

**Štruktúrované (štandardizované) pozorovanie** predstavuje taký typ pozorovania, pri ktorom sú vopred určené a v pláne zachytené jednotlivé prvky skúmaného sociálneho procesu alebo sociálnej situácie a presne sú stanovené i jednotlivé znaky a ich kategórie. Pripravený „Plán pozorovania“ by mal obsahovať:

- *predmet pozorovania* - to znamená čo bude pozorované,
- *spôsob pozorovania* - akým spôsobom bude zvolený predmet pozorovania skúmaný,
- *kódovanie pozorovaných javov* - do akých kategórií budú pozorované javy zaraďované,
- *záznam pozorovania* - obsahujúci podrobné zachytenie pozorovaných javov a udalostí.

**Neštruktúrované (neštandardizované) pozorovanie** je najmenej formalizovaným typom pozorovania, pri ktorom nie sú vopred určené prvky skúmaného sociálneho procesu alebo sociálnej situácie. Určuje sa len objekt pozorovania v určitej sociálnej situácii a konkrétne prvky pozorovania sú volené v jeho priebehu. Najčastejšie použitie má v monografických štúdiách, vo výskumoch orientačného typu a v počiatočnej fáze výskumu (pri prvej orientácii v neznámej problematike).

Použitie metódy pozorovania v sociologickom výskume má svoje výhody aj nevýhody. Medzi nesporné výhody patrí skutočnosť, že spoločenské javy (ľudské správanie, konanie, interakcie a podobne) sú skúmané v ich prirodzenej podobe, čo poskytuje výskumníkovi možnosť priblížiť sa k objektu a predmetu výskumu a získať tak aj inak nedostupné poznatky. Na druhej strane je nevýhodou možnosť subjektívneho skreslenia získaných poznatkov (najmä na báze zúčastneného pozorovania), nevyhnutnosť dôkladného vyškolenia pozorovateľa alebo viacerých pozorovateľov a možnosť vzniku tzv. „haló efektu“, kedy pozorovateľ hodnotí a zaraďuje poznatky na základe predchádzajúceho poznania ním skúmaných sociálnych javov.

## 5. ŠTÚDIUM DOKUMENTOV

### 5.1 Dokumenty a ich klasifikácia

**Dokumentom** je v sociológii nazývaný **človekom vytvorený predmet pre zachovanie a prenos informácie**. V podstate každý empirický sociologický výskum spravidla začína analýzou dokumentov o probléme, ktorý výskumný tím zaujíma. Z tohoto hľadiska nie sú považované za dokumenty predmety materiálnej kultúry (domy, továrne, mosty, nábytok atď.), ktorých štúdium má odlišné metódy od postupov v sociologickom výskume.

Z **gnozeologického hľadiska** sú rozlišované:

**primárne dokumenty** - ide o *priame* záznamy o faktoch, mienkach a postojoch ľudí v matričných záznamoch (o narodení, svadbách, úmrtí), v rôznych cestopisoch, v štatistických údajoch a podobne;

**sekundárne dokumenty** - sú založené na dokumentoch primárnych - spravidla sú určitou formou interpretácie primárnych dokumentov (informácií). Konkrétne možno uviesť rôzne bibliografie, kompilácie prvotných informácií v rôznych druhoch spravodajských údajov, a podobne.

**Podľa formy fixovania určitej informácie**, sa dokumenty rozdeľujú na:

**A) Písomné dokumenty** - sú najrozšírenejším druhom výskumnej dokumentácie. Možno ich rozdeliť podľa ich statusu na:

**a) verejné (oficiálne) dokumenty**, ktoré sa týkajú väčších spoločenských celkov, ako napríklad obcí, miest, administratívnych celkov, organizácií, štátov atd. Ide o dokumenty, ktoré sú vyhľadávané a študované v prípravnej fáze sociologického výskumu a slúžia na zistenie existujúcich informácií o skúmanom objekte. Medzi takéto dokumenty sú spravidla zaradované vládne materiály, komuniké, vyhlásenia, štátne a úradné archívy, archívy organizácií a podnikov, rôzne druhy tlače.

Verejné dokumenty sa môžu rozdeliť aj podľa charakteru údajov, ktoré sú v nich obsiahnuté v prevažujúcej miere. Na základe toho sa dá hovoriť o dokumentoch ekonomických, politických, organizačných, demografických, kultúrnych, zdravotníckych a podobne.

**b) osobné (neoficiálne) dokumenty** - sú zostavené súkromnou osobou z jej vlastnej iniciatívy. Dajú sa rozdeliť na tie, ktoré vznikajú spontánne a na tie, ktoré sú vyvolané (navodené) z vonkajšieho popudu. Poskytujú informácie najmä o intímnych, verejnosti nedostupných motívoch konania ľudí, o názoroch a hodnoteniach rôznych udalostí, postojoch k nim a podobne. Sú to predovšetkým:

x **autobiografie** - na základe vnútorných psychických prežitkov pisateľa vysvetľujú jeho život v kontinuite individuálnych a sociálnych väzieb na spoločenské udalosti, na iných ľuďoch či sociálne zoskupenia. Použiť sa môžu hlavne pri intenzívnych výskumoch sociálnych rolí človeka, jeho životného cyklu, sociálnej integrácie malých skupín (napr. manželstiev a rodín) a podobne.

- x **biografie** - autor ju píše o inej, spravidla známej osobnosti;
- x **biogramy** - predstavujú redigované životopisy, často získavané aj na základe oficiálnych súťaží podľa zadanej osnovy;
- x **listy ľudí** - oproti biografiám či biogramom sa získavajú ľahšie. Podľa vzniku sa delia na listy odosielané spontánne (vznikajú tak súbory samo výberom) a listy vyžiadané priamo výskumníkmi alebo nejakou inštitúciou (vybrané súbory).

**B) Štatistické údaje** - sú cenným zdrojom pre sociologický výskum, lebo sa dodržiava metodická prísnosť i presnosť pri ich zbere a spracovávaní, sú dostupné pre všestrannú analýzu a vytvárajú predpoklady pre hodnovernosť a odôvodnenosť záverov, ktoré sú z nich vyvodzované. Patria sem rôzne grafy, tabuľky, porovnávaná apod.

**C) Ikonografické dokumenty** - sú produktom filmového a výtvarného umenia (filmy, fotografické dokumenty, obrazový materiál, rytiny, sochy). Tieto materiály môžu byť analyzované v dobovom kontexte sociálneho života v jeho materiálnej i duchovnej podobe, ale aj ako dokumentácia o výtvarnom umení ako sociálnom jave či osobné dokumenty o živote a diele ich tvorcov - umelcov.

**D) Fonetické dokumenty** - sú najčastejšie využívané ako zdroj lingvistickej informácie. Sociológ môže zaujímať štruktúra jazyka pri výskume určitej kultúry, rozdiely medzi literárnym a hovorovým jazykom, zvláštnosti jazyka miestnych sociálnych skupín a ďalšie.

Inou klasifikáciou dokumentov je ich rozdelenie na **originály** a **kópie**. Pretože mnohé dokumenty existujú iba v jednom exemplári, pracovať s originálmi je prakticky nemožné. Keď sa však vo výskume pracuje s kópiami týchto originálov, dôležité je, aby hodnovernosť a presnosť kópií bola overená a potvrdená. V literatúre sa možno stretnúť aj s vymedzením **špeciálnych dokumentov**, ktoré sú účelovo zostavené pre výskumné ciele: dotazníky, záznamové archy rozhovorov, rôzne testy, denníky, pozorovacie protokoly a ďalšie.

## 5.2 Metódy analýzy dokumentov

**1. Tradičná (klasická) analýza** - predstavuje v podstate výklad, interpretáciu pôvodného dokumentu do takej podoby, aby bol využiteľný pre potreby sociologického výskumu. Ide o celý komplex myšlienkových operácií, smerujúcich k odhaleniu podstaty analyzovaného dokumentu a k jeho využitiu pre naplnenie cieľov a úloh výskumu. Je to **intenzívny typ analýzy**, ktorá môže byť:

- ◆ **Vnútoraná analýza** - je analýzou obsahu dokumentu, objasňuje rozdiely medzi literárnym a

faktickým obsahom v dokumente, subjektívny vzťah autora k údajom a faktom, ktoré sú popisované v dokumente, apod.

- ♦ **Vonkajšia analýza** - predstavuje analýzu historických súvislostí vzniku dokumentu. Jej cieľom je určiť druh dokumentu, jeho formu, dobu a miesto vzniku, jeho iniciátora a autora, ako aj ciele, ktoré boli stanovené pri jeho tvorbe, do akej miery je dokument vierohodný, aký je jeho dobový a súčasný kontext a iné. Túto analýzu realizuje spravidla výskumný tím.

Okrem toho si niektoré dokumenty vyžadujú aj uplatnenie špecifických postupov a účasť špecialistov pri ich aplikácii. Na základe toho možno hovoriť o **právnej analýze** (kde sú rozpracované špecifické právnické termíny), o **psychologickej analýze** (zameranej buď na osobnosť autora dokumentu alebo na jeho vzťah k určitému sociálnemu javu), o **ekonomickej analýze** (rozbor pojmov, údajov, situácie vzniku dokumentu atď.) a podobne.

**2. Formalizovaná (kvantitatívna - obsahová) analýza** - jej podstata spočíva v tom, že sa hľadajú ľahko spočítateľné znaky, črty alebo vlastnosti dokumentu (napríklad frekvencia používania určitých pojmov), ktoré vyjadrujú určité podstatné stránky dokumentu. Ide o *extenzívny typ analýzy*, pomocou ktorej nemožno analyzovať obsah celého dokumentu, a preto je vhodné dopĺňať ju analýzou klasickou. Obsahová analýza sa najčastejšie využíva, ak je:

- požadovaná vysoká úroveň presnosti či objektívnosti analýzy;
- k dispozícii rozsiahly, ale nesystematizovaný materiál, ktorého priame využitie je preto obtiažne;
- v dokumente obsiahnuté väčšie množstvo kategórií, ktoré majú určitú frekvenciu a sú dôležité pre naplnenie výskumných cieľov (napríklad pri práci s otvorenými otázkami v dotazníku alebo pri hĺbkovom interview);
- významný samotný jazyk skúmaného dokumentu, jeho zvláštne črty a znaky.

K tomu, aby uskutočňovaná obsahová analýza spĺňala kritériá objektívnosti, vyžaduje prevedenie skúmaného dokumentu do jazyka kategórií a pojmov, ktorými je možné presne vyjadriť charakter skúmaného textu. Preto je dôležité rozpracovať jednotlivé *analytické kategórie*, ďalej vymedziť *jednotky analýzy* a vydeliť *jednotky výpočtu*.

**3. Sekundárna analýza** - je založená na skúmaní a vyhodnocovaní už existujúcich údajov, informácií alebo expertných hodnotení (v už realizovaných výskumoch a výstupoch z nich) pre uskutočňovaný sociologický výskum. V jej priebehu dochádza k formulácii nových hypotéz (alebo k spresňovaniu už existujúcich), k spresňovaniu modelov sociálnej reality, ktoré následne slúžia pre potreby predvýskumu. Hlavnými zdrojmi pre realizáciu sekundárnej analýzy sú predovšetkým rôzne

archívne údaje a informácie, oficiálne štatistické údaje a ich databanky, publikácie z výstupov sociologických a iných výskumov, využiteľných pre verifikáciu hypotéz, ako aj fakty obsiahnuté vo verejných dokumentoch (vládných, stranických, ekonomických atď.).

### 5.3 Výber dokumentov

Výber dokumentov závisí predovšetkým na zameraní a cieľoch organizovaného výskumu. Základnou požiadavkou je, aby informácie a údaje v nich obsiahnuté, boli hodnoverné a umožnili verifikáciu vytýčených hypotéz výskumu.

**Výber zdroja informácie** vychádza hlavne z požiadavky reprezentatívnosti skúmaných charakteristík objektu a predmetu výskumu. Pri predpoklade rovnakej dôležitosti dokumentárnych zdrojov informácií možno uskutočniť ich *náhodný výber*, pri konkrétnych výskumoch ich možno sledovať *stratifikovaným výberom*, *expertným hodnotením* a podobne.

**Výber konkrétnych dokumentov** sa musí riadiť najmä cieľmi výskumu a charakterom údajov, ktoré sú v nich obsiahnuté. Dôležité je určiť, aký rozsah výberového súboru dokumentov dovoľuje prijímať získané výsledky pre základný súbor so stanovenou (požadovanou) presnosťou. Nech je obsah výberového súboru akýkoľvek, je potrebné presvedčiť sa, či nie je ovplyvnený výkyvmi základného súboru v určitom časovom úseku.

Pri výbere dokumentov je dôležitou operáciou overenie **hodnovernosti informácií**, ktoré obsahuje. Táto je závislá predovšetkým na zdroji dostupného dokumentu. Preto **platí, že v každom prípade sú primárne údaje spoľahlivejšie než údaje sekundárne**. Stupeň hodnovernosti údajov možno preveriť niekoľkými spôsobmi:

- *porovnanie obsah dokumentov, ktoré vychádzajú z toho istého zdroja* (porovnanie údajov v rôznych časových intervaloch, v rôznych situáciách a sociálnych okruhoch);
- *použitie od seba nezávislých zdrojov*;
- *metóda porovnania údajov so štandardom* - môžu ich predstavovať teoretické závery, expertné hodnotenia alebo normatívne vytvorené predstavy o sociálnych javoch, predmetoch, situáciách...

### 5.4 Prednosti a nevýhody techniky štúdia dokumentov

**Medzi výhody (prednosti) techniky štúdia dokumentov patria nasledujúce:**

- prostredníctvom štúdia dokumentov sa možno zoznámiť s dávno minulými udalosťami aj s výpoveďami ľudí, ktorí už dlho nie sú medzi živými,
- umožňuje uskutočnenie longitudinálneho výskumu v dlhodobej perspektíve (napríklad analýzu tlače v období aj niekoľkých desiatok rokov),
- veľkosť výberu (počet študovaných dokumentov) môže byť väčší ako pri pozorovaní alebo

- experimente a môže sa tak priblížiť k dotazníkovému šetreniu alebo k rozhovoru,
- ide o relatívne lacnejšiu techniku ako je terénny výskum (rozhovor alebo dotazníková technika),
  - profesionálnymi pracovníkmi vytvorené dokumenty (verejné i osobné) sa vyznačujú spravidla vysokou kvalitou záznamu informácií,
  - výpovede nie sú subjektívne ovplyvnené výskumníkmi či respondentmi.

### **Medzi nevýhody (nedostatky) techniky štúdia dokumentov patria nasledujúce:**

- x nie všetky dokumenty, hoci významné pre výskum, sú rovnako dostupné pre štúdium (niektoré sú nedostupné - napríklad z hľadiska ich utajovania),
- x v dokumentoch dochádza k modifikácii záznamu informácií podľa účelu, za akým boli vyhotovené; vzniká tak odchýlka oproti žiadúcemu stavu zisťovania,
- x dokumenty nemajú rovnakú životnosť a úplnosť - niektoré sa strácajú a niektoré neobsahujú komplexné údaje, zodpovedajúce zameraniu výskumu,
- x najmä osobné dokumenty nie sú reprezentatívne a môžu sa vyznačovať nepresnosťami, subjektivismom autora alebo byť obyčajnou literárnou fikciou,
- x štúdium dokumentov neumožňuje sledovať významný rozmer výskumu - neverbálne správanie "respondentov" - autorov autobiografií, biografíi apod.
- x vznikajú určité problémy s kódovaním informácií v dokumente a preto bola vyvinutá metóda obsahovej analýzy...

## **6. TECHNIKA ROZHOVORU A JEHO DRUHY<sup>1</sup>**

**Rozhovor** (v zmysle techniky sociologického výskumu) možno definovať ako **špecifický prípad interakcie medzi výskumníkom a respondentom, s cieľom získať od neho určité informácie**. Pomocou rozhovoru sa zisťujú názory a mienka ľudí o vybraných sociálnych problémoch. Ide teda aj o nepriame pozorovanie vybraných sociálnych faktov, ktoré sú vyjadrované prostredníctvom mienky, názorov, motivácie, postojov opytovaných. Jeho dôležitou súčasťou je i priame pozorovanie verbálneho správania sa respondentov (gestikulácia, mimika, začervenanie tváre, potenie, pohľad očí a podobne), ktorým možno do určitej miery overovať validitu odpovede - signalizujú buď zosilnenú podporu odpovede alebo naopak, určitú pochybnosť či nesúlad v obsahu odpovede.

**Technika rozhovoru sa v sociologickom výskume najčastejšie používa:**

- a) v prípravnej fáze sociologického výskumu, kedy výskumníci získavajú základný prehľad o

---

<sup>1</sup>Rozhovor patrí medzi základné a často používané techniky v sociologickom výskume. Ide o náročnú techniku zberu a registrovania informácií, ktorá vyžaduje dôkladnú prípravu výskumníkov.

objekte a predmete výskumu, formulujú jednotlivé premenné veličiny výskumu a získavajú prvotné informácie od respondentov (aj pomocou pilotáže). V tejto fáze sa najčastejšie uplatňuje neštandardizovaný rozhovor;

- b) pre spresnenie a prehĺbeniu poznatkov v priebehu organizácie sociologického výskumu inými technikami - najmä v prípade dotazníka alebo ankety;
- c) ako sprostredkujúci článok medzi dotazníkom a priamym pozorovaním najmä pri uplatnení experimentálnej alebo monografickej procedúry. Napríklad štandardizovaný rozhovor sa blíži so záznamovým listom k dotazníku a neštandardizovaný rozhovor k priamemu pozorovaniu.

## 6.1 Funkcia výskumníka v rozhovore

Pri uplatňovaní techniky rozhovoru je kľúčovou osobnosťou **výskumník** (v interakcii výskumník - respondent), na ktorého činnosti sú v rozhodujúcej miere závislé výsledky výskumu a ich praktická použiteľnosť. Okrem toho je dôležitým faktorom, ktorý môže ovplyvniť (priaznivo i nepriaznivo) hodnovernosť získaných údajov, samotné prostredie, v ktorom rozhovor prebieha.

Z hľadiska **osobnosti výskumníka** zohrávajú pri uskutočňovaní rozhovoru význam také skutočnosti, akými sú jeho **pohlavie** (medzi mužmi sa vytvárajú spravidla neformálnejšie vzťahy ako medzi ženami, výskumníci - muži dávajú prednosť vedeniu rozhovoru s mužmi, ale ženy sú ochotné uskutočniť rozhovor s obidvomi pohlaviami; muži sú voči svojim spolubesedníkom kritickejší ako ženy; rozdiel v pohlaví výskumníka a respondenta môže vyvolať u opytovaných určitú uzavretosť), **vek** (veľký vekový rozdiel medzi výskumníkom a respondentom sa nepriaznivo odráža vo výsledkoch rozhovoru, najlepší vek výskumníka je 25 - 45 rokov), **vonkajší vzhľad** (dôležitý je prvý dojem, ktorý respondent nadobudne, a preto aj oblečenie výskumníka by malo zodpovedať najmä sociálnej pozícii a rolám respondentov), **osobnostné vlastnosti** (poctivosť, svedomitosť, záujem o prácu, schopnosť presne dodržiavať stanovené pokyny a inštrukcie, komunikatívnosť, vnímavosť, empatia - schopnosť sa vcítiť do roly opytovaného, mal by mať určité rétorické vlastnosti, nemal by byť veľmi sebavedomý, necitlivý, panovačný a príliš striktný, pretože to môže odradiť respondentov od rozhovoru, prípadne ich znervózniť a tak vyvolať neúplné či skreslené odpovede), **tempo vedenia rozhovoru** (v prípade zložitých problémov by malo byť tempo pomalšie, aby bol čas na premyslenie odpovede; ak ide o otázky jednoduché, kde by premýšľanie mohlo viesť ku skresleniu informácie, volí sa rýchlejšie tempo diskusie), **záznam získaných odpovedí** (výskumník môže zaznamenávať odpovede respondenta v priebehu rozhovoru, čo však odpútava pozornosť respondenta a často ho znepokojuje - najmä keď má možnosť sledovať záznam s rôznymi značkami a poznámkami výskumníka; ďalšou možnosťou je uskutočniť záznam po rozhovore, s rizikom nižšej presnosti záznamu a strate niektorých



závažných informácií; veľmi presným, ale aj náročným na vyhodnotenie je zvukový záznam, ktorý môže vyvolať určitú stiesnenosť a nedôveru respondentov, pričom sa neodporúča uskutočniť utajený záznam a hazardovať tak s dôverou respondentov, ako aj s jeho možnými právnymi dôsledkami).

Jednou z najväčších chýb, ktorej sa môže výskumník dopustiť, je **falzifikácia protokolu o rozhovore**. Proti tomu sa musia výskumníci brániť dôslednou kontrolou - buď tak, že sa informujú u respondentov, či bol s nimi uskutočnený rozhovor, alebo sa im vopred rozošlú upozornenia, že ich navštívi výskumník kvôli rozhovoru s určitým zameraním. Respondenti, ktorých potom výskumník nenavštívil, sa často sami prihlásia a tým umožňujú kontrolovať činnosť výskumníkov. Veľmi aktuálne je to v súčasnosti napríklad v oblasti marketingového prieskumu.

Z uvedeného vyplýva, že rozhovor nepatrí medzi jednoduché a nenáročné výskumné techniky. Prebieha ako opakujúca sa interakcia a interkomunikácia medzi výskumníkom a respondentom, v ktorých dochádza nielen k zisťovaniu názorov a mienky respondenta, ale sprevádzajú ho všetky atribúty sociálneho vzťahu.

## 6.2 Druhy a typy rozhovorov<sup>2</sup>

### A) Podľa konštrukčných kritérií:

1. **Štandardizovaný (kategorizovaný) rozhovor** - je uskutočňovaný výskumníkom prísne podľa textu vopred stanovených otázok s vytypovanými osobami (podľa veku, vzdelania, pohlavia, miesta bydliska). Výskumník nesmie zmeniť ani jedno slovo v otázke, musí zachovať ich poradie, dodržať prísny poriadok štandardnej situácie, ako aj spôsobu kladenia otázok. Tento typ rozhovoru sa uskutočňuje spravidla v extenzívnych výskumoch, s cieľom maximálne vylúčiť všetky odklony od štandardu. Otázky sú presne štruktúrované a preto sa tento typ rozhovoru veľmi podobá dotazníkovej technike (v literatúre je často označovaný ako *štruktúrovaný rozhovor*). Najvhodnejšie využitie má pri skúmaní veľkého počtu osôb. Nevyhnutnou pomôckou výskumníka je tzv. *záznamový protokol*, čo je obdoba dotazníka. Pre výskumníka je to výhoda, lebo má presne sformulované otázky a uskutočňuje len záznam odpovedí do pripravených kolóniek.

2. **Neštandardizovaný (neštruktúrovaný) rozhovor** predstavuje taký typ rozhovoru, v ktorom sú kladené viac menej voľné otázky v smere cieľov sociologického výskumu; väčšinou sa uskutočňuje v počiatočných fázach, keď kritérium reprezentatívnosti a štandardnosti nemá rozhodujúci význam. Výskumník môže mať k dispozícii zoznam otázok, ktoré môže upravovať a klásť ich v ľubovoľnom poradí. Tak isto záznam z takéhoto rozhovoru je voľnejší. Tieto rozhovory môžu mať rôzne formy. Rozhovor by sa však nemal viesť bez vytýčených cieľov

---

<sup>2</sup>V literatúre sa okrem spomenutých možno stretnúť s ďalšími typmi rozhovorov - telefonický rozhovor, rozhovor s dotazníkom a podobne.

alebo zreteľného zámeru.

3. **Pološstandardizovaný rozhovor** zahŕňa otázky obsiahnuté v štandardizovaných, ako aj neštandardizovaných rozhovoroch. Ich poradie volí výskumník podľa sociálnej klímy a úrovne komunikácie (ak začína voľnými otázkami, hovorí sa o tzv. **lieviku**, v opačnom prípade o **otočenom lieviku**).

#### **B) Podľa hľadiska spoločenskej úlohy, ktorú predstavuje výskumník:**

1. **Zjavný protokolovaný rozhovor** sa často uskutočňuje v priebehu zúčastneného pozorovania, kedy pozorovateľ dopĺňa pozorované javy podrobným rozhovorom s vybranými osobami v pozorovanom sociálnom prostredí. Respondent je presne informovaný o sociálnej role, charaktere, obsahu a cieľoch výskumu, ktorého je rozhovor organickou súčasťou. Výskumník spracováva z rozhovoru podrobný záznam.

2. **Zjavný neprotokolovaný rozhovor** - je taký, keď respondent vie o tom, že je s ním uskutočňovaný rozhovor, ale nie je informovaný (alebo je informovaný mylne) o vlastnej sociálnej role výskumníka a o cieľoch vlastného rozhovoru. Tento typ rozhovoru sa najčastejšie uskutočňuje súčasne so zúčastneným utajeným pozorovaním, kedy sa výskumník dostal do skúmaného prostredia, ale neprezradil svoju identitu a poslanie.

3. **Tajný rozhovor** vo svojej klasickej forme predstavuje voľný rozhovor dvoch ľudí. Respondent pritom nie je informovaný o sociálnej role výskumníka, o cieľoch rozhovoru, ba ani o tom, že je s ním uskutočňovaný výskumný rozhovor. Výskumník v jeho priebehu neuskutočňuje žiadny záznam (čo znamená riziko, že si nezapamätá niektoré podstatné poznatky).

#### **C) Podľa počtu účastníkov rozhovoru:**

1. **Individuálny rozhovor** je najčastejším typom rozhovoru v sociologickom výskume. Spočíva v získavaní názorov jednotlivých príslušníkov sociálnych skupín a k ich vzájomnému porovnávaniu alebo ku konfrontácii.

2. **Hromadný rozhovor** sa najčastejšie používa vo výskume malých sociálnych skupín. Mal by prebiehať **v prirodzenom prostredí** (na pracovisku, v športovom klube a podobne) **a v rovnorodej skupine**. Na jednej strane povzbudzuje jednotlivcov k spontánnym prejavom, ale na druhej strane hierarchické usporiadanie sociálnej skupiny môže viesť k odmietnutiu vyjadriť individuálny názor. Problematická je aj reprezentatívnosť hromadných besied, štandardizácia dát a ich spracovanie.

Jednými z typov hromadného rozhovoru sú **súhlasný** (výskumník najprv uskutoční rozhovor v skupine a potom si získané údaje overuje u jednotlivcov) a **nesúhlasný** (výskumník najprv

uskutoční rozhovor u jednotlivcov a potom si získané údaje overuje v skupine) rozhovor.

#### **D) Podľa naliehania výskumníka na respondenta:**

1. **Tvrдый rozhovor** sa svojim charakterom podobá výsluchu. V jeho priebehu sa výskumník správa autoritatívne, pričom vyjadruje pomerne veľkú mieru nedôvery voči respondentovi, pochybuje o pravdivosti jeho odpovedí a vynucuje si odpovede na každú položenú otázku.
2. **Neutrálny rozhovor** je v sociologickom výskume najčastejšie využívaný. Výskumník zachováva k respondentovi indiferentný vzťah a navodzuje voči nemu len tému rozhovoru postupným kladením jednotlivých otázok. Pritom odpovede respondenta nehodnotí a tak isto nevyžaduje striktne názor respondenta na každý problém. Môže ho však poprosiť, aby si o niektorých chúlостivých otázkach pohovorili po ukončení oficiálneho rozhovoru.
3. **Mäkký rozhovor** prebieha spravidla po navodení vzťahu osobnej sympatie výskumníka a respondenta. Výskumník môže v jeho priebehu vyslovovať svoje názory na diskutované témy, prejavovať svoju spoluúčasť respondentovi v danej sociálnej situácii a tak isto vyslovovať hodnotiace súdy (pozitívne alebo kritické). Vytvára si tak predpoklady pre vedenie neštruktúrneho rozhovoru a zistiť široké spektrum záujmovej i hodnotovej orientácie respondenta (prípadne i námety pre ďalšie rozhovory v rámci skúmanej problematiky).

#### **6.3 Priebeh rozhovoru**

1. **Príprava výskumníka** spočíva najmä v zvládnutí problematiky rozhovoru a v tom, aby zvolil vhodnú formu jeho uskutočnenia. **Vyžaduje sa od neho predovšetkým** dôsledné teoretické zvládnutie skúmanej problematiky a poznanie sociálnych podmienok, v ktorých bude výskum prebiehať, schopnosť nadviazať styk s respondentom, získať ho pre rozhovor a udržiavať kontakt v priebehu rozhovoru, trepezlivé vypočutie odpovedí na položené otázky (bez náznakov nudy alebo nezájmu), schopnosť správne zaznamenávať výsledky rozhovoru.
2. **Samotný rozhovor** spočíva v niekoľkých fázach:
  - ✓ **príprava rozhovoru** - je zameraná na čo najlepšie zoznámenie sa s výskumným problémom a s konkrétnymi otázkami. Súčasťou jeho prípravy je znalosť prostredia, v ktorom sa rozhovor uskutoční a vytypovanie konzultanta, ktorý môže pomôcť s vytypovaním vhodných respondentov;
  - ✓ **zahájenie rozhovoru** - je závislé na schopnostiach výskumníka „prelomiť ľady“ pri nadviazaní konverzácie. Vhodné je, keď sa výskumník na úvod osobne predstaví a zoznámi respondenta s cieľmi a úlohami výskumu, s tým, prečo bol práve onen respondent vybraný pre rozhovor. Ochota respondentov poskytovať rozhovor spravidla vyplýva z osobného záujmu o prezentované

ciele výskumu, ochoty prispieť k poznaniu skúmaných sociálnych javov a podobne;

- ✓ **priebeh rozhovoru** je závislý na zvolenom type rozhovoru. Výskumník by si mal udržiavať určitý odstup od respondenta, pričom sa musí správať zdvorilo, neprovokovať ho a nepoužívať obmedzujúce prostriedky (napr. odobratie slova);
- ✓ **klíma rozhovoru** je veľmi dôležitá pre získanie relevantných poznatkov. Pre vytvorenie priaznivej klímy je rozhodujúce správanie výskumníka - nemôže vyjadrovať úplný súhlas alebo nesúhlas s respondentom atď.;
- ✓ **rozvíjanie témy a dĺžka rozhovoru** vyplývajú z typu rozhovoru a z cieľov, ktoré sú ním sledované. Rozhovor by spravidla nemal trvať dlhšie než jednu hodinu. Štandardizovaný rozhovor môže mať niekoľko samostatných tematických okruhov, pretože otázky sú presne formulované a nevyžadujú obsiahlejšie odpovede. Naproti tomu neštandardizovaný rozhovor by nemal riešiť viac ako dva až tri tematické okruhy;
- ✓ **záznam z rozhovoru** musí byť hlavne presný a verne zachytiť odpovede a čiastočne aj sociálnu klímu rozhovoru. Písomný záznam do určitej miery spomaľuje vedenie rozhovoru, ale je nevyhnutný pre presnú interpretáciu výpovede respondenta, ktorú možno požiadať zopakovať;
- ✓ **ukončenie rozhovoru** by malo mať charakter ukončenia návštevy u známeho (poďakovať za rozhovor, pokračovať v neformálnej diskusii, prípadne prijať i pohostenie). Výskumník by sa mal správať tak, aby sa mohol na respondenta obrátiť znovu so žiadosťou o jeho zapojenie do sociologického výskumu;
- ✓ **spracovanie záznamov z rozhovoru** závisí na type rozhovoru. Pri štandardizovanom rozhovore sa uskutočnia príslušné štatistické výpočty; v prípade neštandardizovaného rozhovoru sa roztriedia jednotlivé problémy, oddelí sa charakteristika správania respondentov, úvahy alebo pochybnosti o odpovediach, vlastné nápady a poznámky a podobne.

### 6.3.1 Chyby v priebehu rozhovoru

**situačné chyby** - nevhodne zvolené miesto, čas a sociálna situácia rozhovoru. Úroveň rozhovoru je znižovaná, keď sa respondent ponáhľa, keď sa cudzí ľudia pletú do neho, keď je respondent zaujatý inou udalosťou alebo činnosťou a podobne;

**sociologické zdroje chýb** - osobnosť výskumníka, jeho vek, pohlavie, apod;

**psychologické zdroje chýb** - názory výskumníka na respondenta, negatívna mienka respondenta o výskumníkovi a cieľoch sociologického výskumu;

## 7. DOTAZNÍK A JEHO POUŽITIE V SOCIOLOGICKOM VÝSKUME<sup>3</sup>

**Technika dotazníka** je najpoužívanejším spôsobom získavania relevantných informácií v priebehu sociologických výskumov, lebo má obrovskú gnozeologickú (poznávaciu) hodnotu. Jeho podstata spočíva v tom, že údaje sú získavané prostredníctvom písomne formulovaných otázok, ktoré majú zväčša deskriptívny charakter a obyčajne je spojený so štatistickou procedúrou (dotazníkové šetrenia). Najviac sa používa pri výskumoch individuálneho, skupinového i spoločenského vedomia a za účelom získania faktov pre kvalitatívnu analýzu - hlavne v prípade reprezentatívnych výskumov alebo poštových ankiet. Napriek rozšírenosti dotazníkovej techniky ju nemožno absolutizovať na výhradný zdroj získavania poznatkov v sociologických výskumoch, ale je nevyhnutné dopĺňovať ich ďalšími technikami, ktoré umožňujú získavať hlbšie informácie.

Úlohy, ktoré plní dotazník v sociologickom výskume, vyplývajú z jeho celkového zamerania. Požiadavkou je, aby zahrňoval všetky podstatné problémy, ktoré nie je možné (alebo len s omnoho väčšou námahou, časovými a finančnými nárokmi) efektívnejšie získať inými technikami. Jeho obsah by mal byť usporiadaný a skonštruovaný tak, aby motivoval respondentov k odpovediam na otázky a neznechucoval ich. Tak isto by nemal byť príliš dlhý a komplikovane zostavený.

**Príprava dotazníka** spočíva zo **správnej formulácie problému**, ktorá je zameraná na premenu pracovných hypotéz na konkrétne otázky, ktoré musia byť jednoznačné pre obe strany (výskumníka aj respondenta); ďalej zo **znalosti sociálneho prostredia a skúmaného problému a účelnosti otázok v dotazníku**.

### 7.1 Usporiadanie dotazníka

Prakticky neexistuje ideálny vzor správneho dotazníka. Jeho štruktúra vychádza zo zamerania a úloh sociologického výskumu, na základe čoho každý dotazník predstavuje individuálny prípad, ktorý tak isto vyžaduje individuálny prístup k jeho spracovaniu. V tejto súvislosti je dôležité mať na pamäti, že **dotazník nie je len súhrnom otázok, hoci vedecky sa tváriacich, ale že je presne zostavenou logickou kompozíciou, ktorá by mala odhaliť skúmaný vedecký problém**. Preto majú v ňom všetky otázky určitý vzťah k riešenej problematike a musia byť formulované tak, aby tvorili premyslený celok.

Na základe skúseností z tvorby dotazníkov možno akceptovať **nasledujúci postup prípravy dotazníka**:

---

<sup>3</sup>Technika dotazníka tiež vyžaduje dôkladnú prípravu výskumníkov, spojenú so znalosťou sociálneho prostredia, v ktorom sa výskum pripravuje. Údaje, zistené dotazníkovým šetrením, je potrebné konfrontovať aj s ďalšími výskumnými technikami - buď so štúdiom dokumentov, s rozhovorom a podobne.

- ◆ v prípravnej fáze sociologického výskumu vytvoriť inventár tých vedeckých faktov, ktoré majú byť výskumom spoznané, a čo o nich chce výskumný tím vedieť;
- ◆ k vytypovaným okruhom problémov pracovne naformulovať otázky (praktické je využitie kartičiek, ktoré je možné rozličným spôsobom kombinovať bez neustáleho prepisovania otázok, prípadne využiť výpočtovú techniku);
- ◆ jednotlivé otázky sa usporiadajú do tematických okruhov, ktoré zodpovedajú vytypovaným problémom;
- ◆ postupne sa upravujú prechody medzi tematickými okruhmi otázok tak, aby sa nevyskytovali logické skoky;
- ◆ spracuje sa úvodné oslovenie respondenta a identifikačné otázky;
- ◆ uskutoční sa pilotáž dotazníka, ktorou sa overuje formulácia otázok.

Dôležitým problémom je **relevancia výskumu** (jeho zmysluplnosť - vysvetlenie dotazníka, jeho významu, cieľov, využitia dát a podobne); relevancia otázok voči cieľu (presvedčenie respondenta o potrebnosti otázok); relevancia otázok voči individualite respondenta. V nadväznosti na vyriešenie uvedeného problému možno pristúpiť k formulácii otázok, pri ktorej je potrebné doceniť aj ich jazykovú stránku (formálnosť jazyka, vhodnosť slov a výrazov atď.).

Z hľadiska formulácie otázok je vhodné rešpektovať nasledujúce požiadavky:

- otázka musí mať analytický charakter, to znamená že musí smerovať čo najjednoduchším spôsobom k podstate skúmaného problému - nie sú vhodné otázky všeobecného charakteru,
- otázky musia byť štylizované zrozumiteľne, aby respondent chápal jej zmysel a bol schopný vyjadriť svoj názor,
- otázka musí byť jednoduchá a nesmie pripúšťať niekoľkonásobný výklad,
- nie je vhodné klásť sugestívne otázky, ktoré by mohli navádzať respondenta na určitú (žiaducu pre výskumníka) odpoveď.

Najčastejšie sa vyskytujúce bežné **nedostatky pri formulácii otázok**:

- x **dvojitá otázka** (Ste spokojný v manželstve a vo svojej práci?);
- x **chybná ponuka odpovede** (Vaše vlasy sú modré, zelené, žlté alebo fialové?);
- x **zistuje sa všetko naraz** (Vymenujte všetky miesta, kde ste v posledných piatich rokoch pracovali, vykonávané profesie a funkcie v nich, Váš plat a prečo ste odišli);
- x **zahmlená (nejasná) otázka** (Chodíte sa často zabávať?);
- x **všetko obsahujúca otázka** (Aký je Váš názor na Irán?);
- x **otázka v žargóne** (Ako často používate ešus?);

- x **hypotetická otázka** (Aký plat by ste chceli mať, keby Vám niekto ponúkol funkciu vedúceho pracovníka?);
- x **zavádzajúca otázka** (Prečo ste šťastný ako vojak v základnej službe?);
- x **otázka o názore niekoho iného** (Domnievate sa, že Vašich rodičov potešili výsledky volieb?).

## 7.2 Pravidlá pri tvorení formálnej konštrukcie dotazníka

**Prvá stránka dotazníka** obsahuje spravidla údaje, ktoré majú administratívny charakter - číslo dotazníka, ktoré zodpovedá menu v zozname kvôli anonymite; pokyny respondentovi pre vyplnenie dotazníka; meno a adresa, kde sa môžu respondenti obrátiť s pripomienkami a iné.

**Na úvod sa zaraďujú spravidla otázky neosobného charakteru**, ktoré by mali vzbudiť záujem respondenta o skúmanú problematiku a prehľbiť jeho ochotu k spolupráci.

**V strednej časti dotazníka možno prejsť k zložitejším otázkam**, ktoré vyžadujú aj hlbšiu úvahu. Po nich by mali znovu nasledovať ľahšie a jednoduchšie otázky (spravidla po 15 až 25 minútach jeho vyplňovania).

**Ak výskum vyžaduje položiť aj otázky osobného, chúlостivého či delikátneho charakteru**, mali by nasledovať po určitej príprave, založenej na otázkach všeobecnej alebo neutrálnej povahy (výhodné je zaradiť ich aj na koniec dotazníka, čím sa neriskuje vynechanie odpovedí na otázky, ktoré nasledujú za nimi).

Respondentovi by nemali byť kladené otázky, ktoré mu činia veľké problémy a nemá možnosť vysvetliť ich. Prechod od jedného okruhu otázok má mať logickú náväznosť, aby myšlienkové skoky nedezorientovali respondenta.

**Pri štylizácii otázky je dôležité zhodnotiť:**

- a) čoho sa otázka konkrétne týka ( správ, postojov, mienky a podobne),
- b) aká je poznávací hodnota otázky pre skúmanú problematiku (či sa týka zásadných alebo vedľajších faktov),
- c) aká je očakávaná vierohodnosť odpovede (na základe toho možno otázku preformulovať alebo ju vypustiť a nahradiť inou),
- d) aký charakter má analýza odpovede (kvalitatívny alebo kvantitatívny).

## 7.3 Typy otázok v dotazníku

### 1. Podľa vyvolávaných odpovedí

1. **Zatvorené otázky** tvoria spravidla väčšiu časť predkladaného dotazníka, sú štandardizované s orientáciou na možnosť štatistického spracovania. Ich výhodou je aj pomerne rýchle vyplnenie (môže však viesť k náhodnému označovaniu typu športky), respondent nemusí uvažovať nad

štruktúrou odpovede (na druhej strane ho môže mrziť, že nemá možnosť iným spôsobom vyjadriť svoj názor) a rozličné varianty odpovedí sú dopredu kategorizované. Ide o také otázky, v ktorých sa respondentovi ponúka jedna alebo niekoľko odpovedí, z ktorých tú vhodnú označuje. Možno sa stretnúť s niekoľkými typmi odpovedí na zatvorené otázky.

Najjednoduchším a najznámejším typom odpovedí je **pravá dichotomická odpoveď** v podobe ÁNO-NIE. Iným prípadom je **nepravá dichotomická odpoveď**, pri ktorej existujú síce dve varianty odpovedí, ale navzájom sa nevyklučujú a dá sa odpovedať aj iným spôsobom.

V prípade **polytomických otázok** je respondentovi ponúknutý celý rad možných odpovedí (spravidla tých, ktoré získali v pilotáži najviac percent), ktoré sú predtlačené v dotazníku. Tieto môžu mať tak isto podobu *zatvorenú* (niekoľko pripravených možností, pričom nemôže zaradiť vlastný variant odpovede), *polootvorenú* (niekoľko pripravených možností, pričom respondent môže zaradiť aj vlastný variant odpovede), *vylučovaciu alebo spojovaciu* (dovoľuje viac možností výberu, podľa úvahy respondenta).

Ďalším typom odpovedí na zatvorené otázky sú tzv. **stupnicové odpovede**. Používajú sa najmä v tých prípadoch, keď je výskum zameraný aj na zistenie intenzity a stálosti názorov respondenta. Každéj odpovedi je priradená určitá číselná hodnota na základe ktorej je vypracovaný systém hodnotenia (meradlo pre skúmaný problém) a kontroly podľa predpísaných pravidiel. Použitá stupnica môže byť **jednostranná (troj- alebo viacstupňová) a dvojstranná**.

**2. Otvorené otázky** sú zamerané na voľné odpovede respondentov. Poskytujú omnoho pesterjši a rozmanitejší obraz o skúmanom probléme ako odpovede na otázky zatvorené a súčasne kladú vyššie nároky na respondenta aj na výskumníka. Respondent vyjadruje svoj názor, postoj, mienku vlastnými slovami, pričom hľadá vhodné formulácie a na druhej strane sú takéto výpovede ťažšie spracovateľné a vyhodnotiteľné. Preto sa pri rozsiahlejších výskumoch spravidla nepoužívajú, ale svoje miesto majú v predvýskumoch pri orientácii vo výskumnom probléme. Tak isto prispievajú k oživeniu záverečnej správy z výskumu.

**3. Polootvorené (polozatvorené) otázky** sú typom medzi zatvorenými a otvorenými otázkami. Poskytujú respondentovi niektoré možné záchytné body pre formuláciu odpovede, ináč ponechávajú možnosť pre jeho voľné vyjadrenie (napr. Aký typ vysokej školy by chcel respondent navštevovať - univerzitného typu, technickú školu, iný typ školy podľa vlastnej formulácie).

## **2. Podľa funkcie, ktoré otázky plnia v dotazníku**

- ✓ **úvodné otázky** - ich zmyslom je prebudiť záujem respondenta o skúmanú problematiku, musia byť položené pútavým spôsobom a pokiaľ možno čo najjednoduchšie a zrozumiteľne;



### ✓ **obsahové otázky:**

- otázky o faktoch sa zvyčajne konštruujú vo forme **batérie otázok**. Často plnia aj funkciu kontroly vierohodnosti odpovedí na iné otázky a tvoria jadro demografických otázok, ktoré sú zaradované na záver dotazníka;
  - otázky o vedomostiach či informovanosti respondenta je vhodné formulovať z problémových hľadísk, nie priamo sa pýtať, či niečo vie alebo nie. Tak isto ich možno použiť na selekciu „kompetentných a nekompetentných“ respondentov v určitej oblasti, do ktorej smerujú otázky;
  - otázky o mienkach, postojoch, motívoch a správaní sú pomerne náročné na formuláciu a nie každý respondent je schopný formulovať odpovede na ne adekvátnym spôsobom.
- ✓ **filtračné otázky** sú zamerané na rozdelenie respondentov medzi tých, ktorí sú informovaní a tých, ktorí sú neinformovaní vo vzťahu k určitej otázke, ktorá má vzťah k cieľu výskumu, pričom tieto otázky musia byť vždy zatvorené;
  - ✓ **funkčne psychologické otázky** sú určené na prechod od jedného tematického okruhu k druhému, môžu vliť nový elán a motivovať respondenta k práci na ďalších otázkach (zaradia sa napr. otázky o priateľoch, o domácnosti);
  - ✓ **kontrolné otázky** slúžia na preverenie vierohodnosti získavaných poznatkov. Umiestňujú sa spravidla vo väčšej vzdialenosti od kontrolovanej otázky. Ak sú medzi odpoveďami rozpor, výsledky sa buď vyradia, alebo sa uskutoční doplňujúci výskum s cieľom získať adekvátne informácie. Dotazník by však nemal obsahovať príliš veľké množstvo kontrolných otázok;
  - ✓ **projekčné otázky** nesmerujú priamo na respondenta, ale je zisťovaný názor jeho referenčnej (členskej či nečlenskej) skupiny prípadne ľudí z blízkeho sociálneho prostredia (rodičia, priatelia, spolupracovníci atď.). Najčastejšie sa využívajú v predvýskumoch, v sondách a ich interpretácia vyžaduje skúsených výskumníkov;

### **Technika štádiového rozvíjania opytovania sa skladá z piatich otázok:**

1. **Filtračná otázka**, určená k tomu, aby sme si ujasnili, či je respondent zoznámený všeobecne s problémom a či o tomto probléme premýšľal.
2. **Otvorená otázka** zameraná na zistenie, ako sa respondent stavia k danému problému.
3. Na základe otvorenej otázky máme získať odpovede na konkrétne čiastkové prvky skúmaného problému (**zatvorená otázka**).
4. V **polootvorenej otázke** zistiť príčiny názoru respondenta.
5. **Otázkou v zatvorenej podobe** zistiť intenzitu týchto názorov, ich silu a váhu.

#### 7.4. Hodnotenie dotazníkovej techniky

##### Výhody:

- ✓ možnosť získania informácií a údajov od pomerne veľkého počtu ľudí a na veľkom priestore (ak sú dotazníky rozosielené poštou),
- ✓ usporiadanosť údajov okolo vytýčených hlavných problémových okruhov, na ktoré je sociologický výskum zameraný,
- ✓ malá časová náročnosť na uskutočnenie výskumu, pričom vyžaduje menej spolupracovníkov, nízke finančné náklady pri pomerne veľkom poznávacom efekte (napríklad v porovnaní s rozhovorom),
- ✓ kratšia a menej rozsiahla organizačná príprava výskumu,
- ✓ respondentom dáva možnosť lepšie v klúde premyslieť odpovede, dokonca sa môžu poradiť (pri zaslaní poštou) alebo si prečítať nejaký dokument, ktorý ho lepšie zorientuje v problematike,
- ✓ väčšia ekvivalencia údajov nielen na základe štandardných otázok, ale i štandardných situácií, v ktorých odpadá rola výskumníka v komunikačnej situácii a možnosť skreslenia odpovedí (napríklad v rozhovore),
- ✓ pomerne jednoduché spracovanie údajov z dotazníka (oproti formulárom z rozhovorov).

##### Nevýhody:

nepružnosť dotazníkovej techniky pri meniacich sa sociálnych situáciách, čo možno predvídať pri pilotáži, kde sa môže odhaliť variabilita situácií, neumožňuje vniknúť hlbšie do skúmanej problematiky a preto sa musí jej uplatnenie doplniť inými technikami sociologického výskumu (najmä rozhovorom, expertnými hodnoteniami a podobne), neosobný charakter uplatnenia dotazníka vedie k problémom s overovaním platnosti zistených údajov a informácií.

## 8. ANKETA V SOCIOLOGICKOM VÝSKUME

Anketa predstavuje techniku zberu empirických údajov, pomocou ktorej sú získavané základné (vstupné) informácie o skúmanom probléme. Ide o pomerne rýchly typ opytovania, pričom je možné využiť rôzne zhromaždenia ľudí (konferencie, semináre, porady).

Efektívnosť ankety je závislá na interpretácii zmyslu a obsahu kladených otázok, pretože v priebehu ankety dochádza k tomu, že **opytovaný si pre seba interpretuje zmysel a obsah kladených otázok**, a až potom formuluje vlastnú odpoveď na položenú otázku.

## 8.1 Typy a znaky ankety

V zásade možno rozlíšiť tri základné typy ankiet techniky „papieru a ceruzky“, to znamená písomného vyplňovania. Ide o:

- (a) **poštovú anketu** - spočíva v rozosielaní anketových hárkov. Výber osôb, ktorým sú zasielané hárky, závisí na zámeroch ankety. Uskutočňuje sa buď na základe losovania z adresára alebo z volebných listín. V prípade skúmania určitej inštitúcie (napríklad knižnice, kultúrneho strediska a podobne) sú anketové hárky zasielané všetkým užívateľom ich služieb;
- (b) **novinová anketu** - je vlastne anketou čitateľov periodík, prípadne denníkov, prostredníctvom ktorej sú títo vyzývaní k zaslaniu odpovedí redakcii. Môže byť adresovaná aj zúženému okruhu čitateľov (napríklad podľa obľuby jednotlivých rubriek a podobne);
- (c) **anketu z prostredia (rozdávanú)** - ide o priamy zber odpovedí v určitom sociálnom prostredí (napríklad v obchode, po filmovom alebo divadelnom predstavení, na výstavisku atď.).

Okrem techniky „papieru a ceruzky“ rozlišujeme ešte tieto typy ankiet:

- (d) **telefonická anketa** – je orientovaná spravidla na rýchle získavanie informácií. Nejde o samovýber respondentov a môže mať aj nereprezentatívnu formu;
- (e) **televízna a rozhlasová anketa** – sú zamerané hlavne na zisťovanie sledovanosti (počúvanosti) jednotlivých televíznych (rozhlasových) staníc a rôznych druhov vysielaných programov. Odpovede môžu mať telefonickú alebo písomnú podobu.
- (f) **internetová anketa** – je zúžená na užívateľov internetu.

Anketa, ako každá iná technika sociologického výskumu, má svoj charakteristický znak, ktorý ju odlišujú od iných techník a tým je **tempo skúmania**. Pokiaľ ide o rozdávanú anketu, údaje možno získať prakticky v priebehu niekoľkých hodín a môže sa zahájiť ich spracovávanie. Tempo sa spomaľuje v prípade novinovej a poštovej ankety, no aj napriek určitému časovému posunu možno výsledky obdržať v relatívne krátkom časovom úseku (napríklad dvoch týždňov od jej zverejnenia).

Charakteristickou črtou ankety je aj jej pomerne nízka **materiálna náročnosť a finančná nákladnosť**. Konceptná a technická činnosť (tlač anketových hárkov, technické spracovanie výsledkov) je rovnaké ako pri príprave dotazníka a batérie otázok pre štandardizovaný rozhovor.

Dôležitou črtou, ba podmienkou úspešnosti (návratnosti) uplatnenia techniky ankety, je **silný záujem prebúdajúci podnet**, ktorý podnieti opytovaného zapojiť sa do ankety. Druhou podmienkou je potom **kompetencia skúmaného spoločenstva ľudí** pre odpovede na položené otázky. Ak uvedené podmienky nie sú splnené, môže sa prejaviť nevôľa opýtaných odpovedať na

otázky v dôsledku týchto príčin :

- x anketu považujú za stratu času,
- x položené otázky sa im zdajú príliš ťažké,
- x odpovede vyžadujú veľkú námahu,
- x široko rozvinutá problematika, ktorá znechucuje,
- x otázky smerujú k chúlостivým oblastiam ich osobného života,
- x formulácia úvodného slova je nezdvorilá...

## 8.2 Chyby pri formulácii otázok

Druhú skupinu faktorov, ktoré ovplyvňujú efektívnosť ankety, tvorí **správna formulácia otázok**, predkladaných respondentom. Pritom môže prirodzene dôjsť k určitým chybám, ktoré sa dajú rozdeliť na štyri základné typy:

**1. Interpretačné chyby** - spôsobujú nejednoznačnú interpretáciu anketových otázok zo strany respondentov. Vyskytujú sa vtedy, ak otázka obsahuje viac významových jednotiek (dvoj- a mnohoznačné otázky); nejednoznačné a neurčité pojmy, zložité gramatické väzby apod. To všetko vedie k tomu, že rôzni respondenti tú istú otázku nechápu rovnako, čo znižuje validitu odpovedí a neplní funkciu objektívnej techniky merania.

**2. Motivačné chyby** - znižujú motiváciu respondenta pre poskytnutie objektívnej (podľa jeho mienky) informácie na predmet výskumu. Najčastejšie to spôsobujú sugestívne formulované otázky, ktoré sa nepríjemne dotýkajú prestíže opytovaného, nesprávne usporiadanie zatvorených odpovedí alebo neexistujúca otvorená alternatíva, zložité otázky, ktorým nerozumie apod. Respondent sa buď snaží uhádnuť, čo sa po ňom chcelo alebo sa vedome ukazuje v tom lepšom svetle.

**3. Informačné chyby** sú spojené s nesprávnym ohodnotením miery informovanosti opytovaných ľudí o objekte a predmete výskumu (faktické otázky).

**4. Štruktúrne chyby** sú spôsobované nesprávnym použitím zatvorených otázok najmä v prípade menej pripravených respondentov. Vyvolávajú aj chyby motivačné a informačné, pretože v prípade nesprávne položených alebo zatvorených otázok si respondent vyberá len približne zodpovedajúcu odpoveď. Narušuje sa tým objektívnosť i hodnovernosť uskutočňovanej ankety.

**Pri rozširovaní ankety je dôležité dbať na jej obsahovú stránku, ktorej je nevyhnutné venovať patričnú pozornosť najmä v týchto bodoch:**

- a) vysvetliť, kto uskutočňuje výskum, v koho mene (zadávateľ) a kto má nad ním patronát (kto ho financuje) - presné názvy inštitúcií. Vhodné je uviesť aj odborné odporúčanie (z akadémie vied, od známeho vedca, predstaviteľa významnej inštitúcie a podobne);

- b) objasniť cieľ skúmania;
- c) poukázať na to, prečo je dôležitá odpoveď respondenta (vedecký a spoločenský význam výskumu);
- d) uviesť všeobecné pokyny pre vyplnenie anketového hárku;
- e) potvrdiť záruku anonymity - prečo výskumníkom nezáleží na totožnosti respondentov;
- f) podľa cieľa ankety zaradiť stručnú demografickú charakteristiku respondenta;
- g) požiadať o navrátenie anketových hárkov.

Na záver možno hodnotiť, že **anketa patrí medzi efektívne a rýchle techniky zberu informácií o veľkých ľudských zoskupeniach**. Rozdielna je však miera návratnosti anketových hárkov podľa typu použitej ankety a preto je dôležitým problémom aj ujasnenie spôsobu „urgencie“ (upomienok), aby respondenti zaslali výskumníkom vyplnené anketové hárky. Jedným z možných spôsobov je nové zverejnenie alebo zaslanie hárkov, pretože anonymný charakter ankety neumožňuje verifikovať, kto sa jej zúčastnil a kto nie.