

3.7A STRATEGIE VÝZKUMU V KOMUNITĚ

Povídání a naslouchání

Tímto nástrojem nasloucháme a snažíme se zachytit otázky, kterým lidé přikládají nejvíce emocí, neboť u těchto záležitostí je nejpravděpodobnější, že se v jejich řešení budou lidé osobně angažovat. Tým lidí (např. ve zdravotnictví, lidé v územním plánování nebo řadoví členové obce) položí obci, komunitě nebo skupině otázky, aby mohli vyjádřit své pocity. Otázky by se měly týkat toho, čím se lidé trápí, co se jim líbí, z čeho mají strach, v co doufají a na co mají zlost. Otázky musí být otevřené, avšak zároveň dobře mířené, aby bylo možné odpovědi efektivně využít.

Polostrukturované rozhovory

Tento nástroj nabízí hlubší pochopení daných záležitostí. Jedná se o plánované rozhovory s klíčovými aktéry komunity za účelem zjištění jejich znalostí, zkušeností a chápání s ohledem na příslušné problémy v dané komunitě. Tito lidé mohou pocházet ze zdravotnického, podnikatelského, náboženského, samosprávného a pedagogického prostředí. Možná se bude jednat o lidi, kteří se již snaží něco změnit, jsou to ti, na které se komunita i jednotlivci obracejí v dobách krize, nebo ti, kteří jsou vnímáni jako „jádro“ komunity. V této fázi není smyslem mluvit se všemi či dosáhnout shody, ale snažte se získat lepší obrázek o místních potřebách. Používejte otevřené otázky; příklady viz níže.

- Na jaké problémy nejvíce narážíte při své práci?
- Jaké jsou nejčastější nemoci (v případě zdravotnictví), důvody absence žáků (učitelé) apod.?
- Jakým tlakům lidé v komunitě nejvíce čelí?
- Jakými jednoduchými opatřeními by bylo možné dosáhnout zlepšení?

Focus group (Ohnisková skupina)

Tento nástroj se používá ve skupině lidí, které pomáhá pochopit některé potřeby ostatních a problémy, jimž čelí. Focus group je v podstatě skupina respondentů, kteří diskutují a odpovídají na otázky položené výzkumníkem či facilitátorem skupiny. Tato metoda umožňuje lidem s různými názory diskutovat o odlišnostech, změnit přesvědčení a snažit se dosáhnout kolektivního chápání potřeb dané komunity. Výhodou také je, že komunita od samého začátku řeší dané otázky společně. Příklady otázek jsou uvedeny níže.

- Jakým tlakům lidé v komunitě nejvíce čelí?
- Jakými jednoduchými opatřeními by bylo možné dosáhnout zlepšení?
- Kdybyste mohli změnit jednu věc v komunitě, co by to bylo? Proč?

FÁZE

1

FÁZE

2

FÁZE

3



FÁZE

4

FÁZE

5

3.7 B KROK ZA KROKEM K TERÉNNÍMU ZKOUMÁNÍ

(PAVLA BURGOS-TEJROVSKÁ)

Aby se vám lépe pracovalo v terénu, připravili pro vás výzkumníci ze studia Anthropictures jednoduchý manuál. Základním mottem pro terénní výzkum by mohlo být: „Úsměv vás nic nestojí a jde s ním všechno mnohem líp.“

I. Formulace cílů monitoringu - co chcete zjistit?

- Pokud máte už nějaký nápad (např. v našem městě chybí multifunkční hřiště), zkuste si ověřit, zda to tak vidí i ostatní spoluobčané napříč generacemi. Otevřené dotazování vám pomůže také k pochopení celkové situace ve vašem městě. I jeden výzkumník se může propracovat k velmi reprezentativním datům a dobrému pochopení situace.
- V případě ověřování byste se měli ptát co nejrozmanitější skupiny obyvatel a nejen těch, o kterých si myslíte, že se jich nápad týká. Například v případě multifunkčního hřiště je možné se zeptat dětí, mládeže, dospělých, ale také seniorů, a to obou pohlaví, Čechů i cizinců a tak dále. Je vhodné nezačínat dotazování rovnou na téma, které se týká vašeho nápadu, ale začít stejně, jako byste nápad neměli žádný, to znamená představením a obecnými otázkami – viz osnova. Až poté je možné zakomponovat otázky týkající se přímo vašeho nápadu.
- Je vhodné nespojovat otázky nutně s vaší osobou, ale zapříst diskuzi skrze vaši otázku spíše v obecnější rovině. Např.: Je počet hřišť v Jičíně a péče o ně dostatečná? Jak by podle vás mělo vypadat hřiště, na které byste rád chodil/ráda chodila se svými dětmi/vnoučaty?
- Pokud žádný nápad nemáte, potom si jasně formulujte cíl vašeho zjišťování. Např.: Chceme zjistit, jak se žije lidem v našem městě, co na něm mají rádi a co naopak neradi a proč.

2. Vytvořte si osnovu rozhovoru

- Jde o systematické promyšlení celé tematiky a cílů, které jste si zvolili.

OSNOVA:

- **Oslovení** – představení studenta „výzkumníka“ a samotného projektu. Pokud jde o oslovení instituce, pak např.: „Dobrý den. Já jsem student z gymnázia tady v Jičíně. Naše škola se účastní programu Active Citizens a rád bych se vás zeptal na několik otázek týkajících se života v Jičíně.“ Pokud jde o náhodného kolemjdoucího, např.: „Dobrý den, poradil byste mi, prosím vás? Já jsem student z gymnázia tady v Jičíně. Naše škola se účastní programu Active Citizens a já mám za úkol zjistit od místních lidí, jak se jim v Jičíně žije.“
- **Konkrétní zjištění** – otázky typu: Co pro Vás osobně znamená Jičín? Jaké jsou první asociace spojené s tímto místem? Zkuste mi vyjmenovat první tři, které vás napadnou. Zkuste mi, co nejpodrobněji popsat, co se daří, či nedaří v Jičíně. Co se vám tu líbí/nelíbí? Co tu máte rádi/neradi a proč?
- **Závěr** – zde má dostat prostor respondent – např.: Napadá vás ještě něco, co by mohlo být ve vztahu k tomu, o čem jsme mluvili, důležité? Zapomněli jsme na něco podstatného? Je naopak něco, na co byste se chtěl/a zeptat vy mě?
- **Poděkování** a ukončení rozhovoru.

fáze

1

fáze

2

fáze

3

fáze

4

fáze

5



3.7 B KROK ZA KROKEM K TERÉNNÍMU ZKOUMÁNÍ

(PAVLA BURGOS-TEJROVSKÁ)

3. Tipy k rozhovoru

- Výzkumník by neměl otázky číst. Osnova slouží jen k nahlížení pro kontrolu a inspiraci.
- Výzkumník by neměl přerušovat respondenta, ale také by se neměl bát zakročit tehdy, když se příliš vzdálí od tématu (např. oslovený si bude jen stěžovat, ale nebude říkat nic pozitivního – vaše reakce může být: Tak teď jsme se bavili o těch negativních věcech v Jičíně a co pozitiva, co máte rád na Jičíně? Jaké je vaše oblíbené místo a proč?).
- Je-li to možné, použijte otevřenou otázku spíše než uzavřenou – např.: Je péče o městskou zeleň dostačující k tomu, abyste se v Jičíně cítila dobře? Možnost odpovědi ano/ne. To je uzavřená otázka. Jak by podle vás vypadal ideální způsob péče o městskou zeleň? To je otevřená otázka.
 - Zvolte otázky tak, aby...
 - a) nenaváděly k jednomu konkrétnímu stanovisku;
 - b) otázky musí být jednoduché;
 - c) formulujte otázky tak, aby byly relevantní a inspirující;
 - d) vyvarujte se zjišťovacích otázek (odpověď ano/ne).

Příklad: Otázka „Proč se mladí lidé nikdy neúčastní společenského života?“ předpokládá, že mladí lidé se skutečně nezapojují. Lepší by bylo formulovat otázku tak, aby nebyla založena na předpokladech, tj. např.: „Uved'te příklady, kdy se mladí lidé pravidelně zapojují do veřejného života“. „Jakým způsobem se zapojují?“, „Domníváte se, že existují oblasti, kde se mladí lidé zapojují méně?“ „Jaké mají podle vašeho názoru mladí lidé příležitosti a překážky zapojení?“ Slovní spojení „účastnit se společenského života“ je v našem příkladu nejasné. Vymyslete jiné znění nebo vysvětlete, co míníte pojmem „účastnit se“. Podobně bychom měli specifikovat i pojem „zapojují se“.

- Respondent mnoho otázek zodpoví sám, aniž by je bylo nutné vůbec pokládat, neptejte se na ně znovu. Dle kontextu měňte pořadí otázek a pokládejte nové, vyplývající z průběhu rozhovoru.
- Vždy respondenta ujistěte, že neexistují dobré nebo špatné odpovědi, ale pouze odpovědi.
- Prokazujte zájem, pochopení, ale nebojte se říct vlastní názor, vyžaduje-li to situace.
- Ved'te respondenta k rozvíjení odpovědi – např.: Můžete to rozvést? Tomu nerozumím, co jste tím chtěl/a říct? Apod.

Hlavním zdrojem této metodologie je publikace Laco Touška Vybrané aspekty metodologie aplikované antropologie z roku 2012.

fáze

1

fáze

2

fáze

3



fáze

4

fáze

5