

**vybrané
kapitoly
z aplikované
sociální
antropologie**

vybrané aspekty metodologie aplikované antropologie

LACO TOUŠEK

ÚVOD

Sociální a kulturní antropologie, dále jen antropologie, stojí jako každá empirická věda na provázaném vztahu mezi teorií a metodologií. Díky metodologickému arzenálu antropologové vytváří data², která v rámci analýzy interpretují skrze již existující koncepty a teorie, respektive na jejichž základě formulují koncepty a teorie nové. Takto naznačený lineární vztah je však spíše hypotetický, jakkoli to často metodologické učebnice zamlčují, neboť v rámci výzkumu reálně dochází k neustálému křížení mezi dedukcí a indukci, teorií a daty, jejich vytvářením a teoretickou interpretací. Thomas H. Eriksen (2008:44–45) s odkazem na Godfreyho Lienhardta (1985) přirovnává vztah mezi teorií a empirií k dušené směsi králíka a slona, kdy k uvaření této směsi je zapotřebí jeden slon etnografie a jeden králík teorie, přičemž vtip je v tom, aby výsledný pokrm chutnal po králíkovi.

Specifický metodologický přístup v podobě dlouhodobého *terénního* výzkumu za využití primární metody *zúčastněného pozorování* (souhrnně v anglosaské tradici etnografie) je tradičně chápán jako to, co odlišuje antropologii od ostatních sociálně-vědních disciplín. V duchu této tradice můžeme s notnou dávkou jízlivé nadsázky říct, že zatímco sociolog měří od svého pracovního stolu abstraktní souvislosti mezi *kvantitativními daty* (trochu nepatřičně též nazývanými „tvrdá data“), jejichž „sběr“ sám neprováděl, a vytváří závěry o lidech či sociálních jevech, které nikdy neviděl či nezažil, antropolog resp. *etnograf* provádí převážně *interpretace* kva-

2 „Vytváření dat“ je bezesporu vhodnější obrat než častěji používaný „sběr dat.“ Data, alespoň v antropologii, nerostou na stromech, aby mohla být sbírána, ale je to výzkumník, jeho teoretické pozadí, subjektivní názory a postoje, zvolený metodologický přístup a vzájemný vztah mezi zkoumaným subjektem/objektem, co data vytváří (srv. Bernard et al. 1986:383).

ÚVOD

Sociální a kulturní antropologie, dále jen antropologie, stojí jako každá empirická věda na provázaném vztahu mezi teorií a metodologií. Díky metodologickému arzenálu antropologové vytváří data², která v rámci analýzy interpretují skrze již existující koncepty a teorie, respektive na jejichž základě formulují koncepty a teorie nové. Takto naznačený lineární vztah je však spíše hypotetický, jakkoli to často metodologické učebnice zamlčují, neboť v rámci výzkumu reálně dochází k neustálému křížení mezi dedukcí a indukcí, teorií a daty, jejich vytvářením a teoretickou interpretací. Thomas H. Eriksen (2008:44–45) s odkazem na Godfreyho Lienhardta (1985) přirovnává vztah mezi teorií a empirií k dušené směsi králíka a slona, kdy k uvaření této směsi je zapotřebí jeden slon etnografie a jeden králík teorie, přičemž vtíp je v tom, aby výsledný pokrm chutnal po králíkovi.

Specifický metodologický přístup v podobě dlouhodobého terénního výzkumu za využití primární metody zúčastněného pozorování (souhrnně v anglosaské tradici etnografie) je tradičně chápán jako to, co odlišuje antropologii od ostatních sociálně-vědních disciplín. V duchu této tradice můžeme s notnou dávkou jízlivé nadsázky říct, že zatímco sociolog měří od svého pracovního stolu abstraktní souvislosti mezi kvantitativními daty (trochu nepatřičně též nazývanými „tvrda data“), jejichž „sběr“ sám neprováděl, a vytváří závěry o lidech či sociálních jevech, které nikdy neviděl či nezažil, antropolog resp. etnograf provádí převážně interpretace kva-

2 „Vytváření dat“ je bezesporu vhodnější obrat než častěji používaný „sběr dat.“ Data, alespoň v antropologii, nerostou na stromech, aby mohla být sbírána, ale je to výzkumník, jeho teoretické pozadí, subjektivní názory a postoje, zvolený metodologický přístup a vzájemný vztah mezi zkoumaným subjektem/objektem, co data vytváří (srv. Bernard et al. 1986:383).

litativních dat (velmi nepatříčně též nazývaných „měkká data“) o lidech, se kterými byl dlouhodobě v přímé a blízké interakci, a jevech, které sám zažil či se stal jejich svědkem. Tolik k rozdílu mezi abstraktním empirickým pozitivismem a etnografií.³

Ačkoli je dlouhodobý stacionární terénní výzkum od dob Bronislawy Malinowského dodnes považován za základní kámen antropologického výzkumu, rozuměj etnografie, v kontextu studia moderních (komplexních) společností, ke kterým antropologové obrací pozornost ve vzrůstající míře od druhé poloviny minulého století, se stává spíše ideálem než normativem. S rozvojem antropologie komplexních společností a urbánní antropologie v rámci tzv. manchesterské školy, pominu-li např. chicagskou školu a antropology s ní spojené, došlo k výrazným metodologickým (a samozřejmě i teoretickým) změnám v etnografii a jejím pojetí: místo ročních či delších pobytů v terénu jsou připouštěny krátkodobé opakované pobyty, při výzkumu vlastní kultury dochází k splynutí zkoumaného terénu a vlastního prostředí života výzkumníka, baterie technik vytváření dat je rozšiřována o sofistikované přístupy (*analýza sociálních sítí, analýza kulturních domén* apod.) a výzkumný rámec podléhá vyšší míře strukturační změny se zvýšením efektivity a intenzitě vytváření dat. Zároveň s těmito změnami se otevírá pole pro širší uplatnění aplikované antropologie, v rámci které je dlouhodobý etnografický výzkum z důvodu časové a finanční náročnosti velmi často obtížný, či dokonce nemožný, a jejíž motivací je právě sociokulturní změna.

V této kapitole se zaměřím na vybrané aspekty metodologie aplikované antropologie, přičemž mým cílem bude vymezit rozdíly a popsat specifické kvalitativní přístupy k vytváření dat, která mohou být v jejím rámci uplatňována. Dále upřu pozornost na ty praktické stránky výzkumu, které považuji

3 Slavný kriminolog a sociolog Jock Young (2011:15) posměšně označuje abstraktní empirii jako *datasaur*: „*Datasaurus, Empiricus abstractus, je tvor s velmi malou hlavou, dlouhým krkem, obrovským břichem a malým ocasem. V jeho hlavě je jen trocha teorie - ví, že se musí neustále pohybovat, ale není si jist, kam jde. Jen zřídka si prohlédne detail terénu, ve kterém se aktuálně nachází, ale zato jeho krk se vytahuje do výše, jak se pohybuje od grantu ke grantu, od databáze k databázi. Jeho břicho je obrovské, natouklé spleťmi síťevy regresní analýzy. Je pořádkem hladový, ale málokdy přemýšlí o skutečném procesu statistického trávení...*“

ve výuce a v některých metodologických učebnicích za podceňované, nevýčenné, případně odtržené od reality (aplikované) výzkumné praxe. Téma této stati se samozřejmě v důsledku neomezuje pouze na aplikovaný výzkum, ale je - alespoň doufám - platné i pro výzkum základní, ze kterého aplikovaná metodologie čerpá a vychází.

Moje snažení si nenárokují vyčerpání dané téma a být alternativou klasickým učebnicím metodologie výzkumu, ani to na daném prostoru pochopitelně není možné, ale spíše je skromným pokusem o jejich dílčí doplnění. Záměrně se zde proto nebudu zabývat řadou důležitých témat, mezi něž patří například problematika epistemologie sociálních věd či etika výzkumu, jakkoli (a právě proto) tato témata považuji za podstatná. Stejně tak se vyhnu klasickým etnografickým metodám a postupům (zúštěněné pozorování, genealogie) či kvantitativním přístupům k vytváření dat. Kromě omezeného prostoru mě k tomu vede prostá skutečnost, že ačkoli mám s těmito metodami své zkušenosti, nejsou natolik rozsáhlé a hluboké, abych se mohl cítit být kompetentní je předávat dál. Z tohoto důvodu se zaměřím prakticky jen na dvě kvalitativní metody, kterými jsou polostrukturovaný rozhovor, bezpochyby nejpoužívanější a nejuniverzálnější přístup k získávání kvalitativních dat v sociálních vědách, a zaměřované (skupinové) diskuse. Blížímu představení těchto metod předchází krátká charakteristika povahy dat v aplikované antropologii a výzkumného rámce, na které navážu problematikou vymezení zkoumané populace a výběrem vzorku. Po zmiňované části věnující se technikám vytváření dat uzavřu tuto kapitolu stručným nástinem následného zpracování a analýzy kvalitativních dat.

APLIKOVANÝ VERSUS ZÁKLADNÍ VÝZKUM

Dříve než však přistoupím k výše uvedeným problémům, je třeba zodpovědět otázku, jaké jsou rozdíly mezi tzv. výzkumem „základním“ a „aplikovaným“, jež určují v některých podstatných rysech odlišný výzkumný rámec. Odpověď, jak to obvykle bývá, je poněkud komplikovanější, než by se na první pohled mohlo zdát. Nicméně základní poučka, se kterou si pro účely tohoto textu vystačím, jakkoli ji budu následně problematizovat, zní, že zatímco v základním výzkumu jde o rozvoj lidského vědění jako takového, aplikovaný výzkum je založen na využití vědecké metodologie k řešení

praktických problémů (Bickman and Rog 2009). Jinak řečeno, primárním motivem aplikovaného výzkumu je sociokulturní změna, kdežto motivem základního výzkumu je touha po poznání.

Hranice mezi praktickým řešením problému na jedné straně a rozvojem poznání na straně druhé je však v antropologii, stejně jako v jiných vědách včetně těch „přírodních“, velmi neostrá. Je třeba si uvědomit, jak upozorňují některé kritické hlasy (např. Asad 1974), že antropologie se jako vědní disciplína zrodila z potřeby praxe koloniální politiky. Jak říká klasik, „každá věda [...], jejímž objektem jsou lidské kulturní instance a kulturní procesy, historicky vycházela nejprve z praktických hledisek“ (Weber 1998:8). V posledních dvou desetiletích je navíc vytyčena hranice mezi „ryze“ akademickou a aplikovanou antropologií záměrně překonávána a nabourávána z pozic tzv. „angažované antropologie“ (Eriksen 2005), „veřejné antropologie“ (Borofsky 2000, 2007), „kritické veřejné aplikované antropologie“ (Bourgois and Schonberg 2009) či „militantní antropologie“ (Scheper-Hughes 1995).

Dle zástupců těchto přístupů, kteří volají po politické a morální angažovanosti ve prospěch studovaných populací, nemůže antropologie „na počátku 21. století fyzicky, morálně či emocionálně uniknout strádání v životě těch, které [...] zkoumá“ (Bourgois and Schonberg 2009:320), neboť „kulturní relativismus, chápaný jako morální relativismus, není už nadále přiměřený pro svět, ve kterém žijeme“, a jako antropologové a morální lidé máme povinnost aktivně zasáhnout v případě nespravedlnosti a utrpění, jsme-li jejich svědky (Scheper-Hughes 1995:410). Jednoduše řečeno, v kontextu těchto přístupů je a musí být antropologie z etických důvodů vždy antropologií aplikovanou. V opačném případě je pouhým a zavrženíhodným intelektuálním voyeurismem.

Další skutečností, která se podílí na oslabení dichotomie mezi základním a aplikovaným výzkumem, byť z naprosto odlišných pozic a důvodů, je silná tendence zavádět myšlenky a postupy aplikovaného výzkumu do výzkumu základního, a to nejen v přírodních vědách, ale i ve vědách sociálních a humanitních. Čím dál častěji jsou zvyšovány a vyžadovány výstupy, které budou aplikovatelné v praxi, bez ohledu na vědní disciplínu a zkoumané téma. Do řídících struktur univerzit mají být dosazováni manažeři podniků, oslabuje se autonomie akademické sféry a je dávána přednost „vědeckým“ projektům, které slibují implementaci výstupů do praxe. Děje

se tak formálně ve jménu reformy univerzitního vzdělávání a akademického výzkumu, zvýšení jejich efektivity, užítosti a zavádění inovací do praxe, což má údajně vést ke zvýšení konkurenceschopnosti národních ekonomik na globálním trhu (kriticky viz Liessmann 2008).

Základní odlišnosti (vyjma uvedených motivů), které určují celkový přístup ke zkoumanému problému, mezi těmito dvěma typy výzkumů nicméně přetrvávají a jejich rozlišování je jistě užitečné. Mezi tyto základní odlišnosti patří především *role zadavatele výzkumného projektu*. V případě základního výzkumu je to sám výzkumník, který si volí zkoumané téma a formuluje výzkumný projekt, se kterým eventuálně soutěží v grantovém řízení. U aplikovaných projektů tomu tak není, pomineme-li veřejné grantové soutěže zaměřené obecně na podporu aplikovaného výzkumu nebo situace, kdy výzkumník formuluje vlastní aplikovaný projekt a následně jej financuje z dostupných (veřejných či soukromých) zdrojů, nýbrž je to zpravidla třetí strana, právníká osoba, veřejnoprávní organizace či mezinárodní organizace, která z vlastního zájmu výzkumný projekt iniciuje, financuje a v různé míře ovlivňuje a kontroluje.

Role zadavatele je zde klíčová, neboť vstupuje mezi badatele a zkoumané téma, které vymezuje a politizuje, čímž zásadním způsobem ovlivňuje pozici badatele ve vztahu ke zkoumané populaci, způsobu vedení výzkumu a jeho metodologii. V neposlední řadě zadavatel problematizuje etické aspekty výzkumu, jelikož jeho zájmy se nemusí kryt se zájmy těch, kteří jsou zkoumáni, a výstupy z výzkumu mohou být potencionálně zneužity v jejich neprospěch. To ovšem bezesbytku platí i pro základní výzkum těch antropologů, kteří se ostentativně vymezují vůči aplikované antropologii ve jménu vědecké aspirace, čímž se marně snaží smýt z rukou vlastní morální zodpovědnost vůči zkoumané populaci. Z etického hlediska může být určitou výhodou situace, nutno podotknout, že nepříliš častá, kdy zadavatelem výzkumného projektu není třetí osoba, ale samotná zkoumaná populace resp. ji zastupující subjekt. V takovém případě nejsou etické a politické aspekty výzkumu natolik citlivé, neboť se dá předpokládat - nikoliv však nezbytně nutně -, že tento subjekt jedná v jejím zájmu.

Mezi další odlišnosti, jak bylo zmíněno, patří časová dotace na realizaci výzkumu nebo charakter, zpracování a diseminace výstupů z projektu. Obecně tedy můžeme říct, že ačkoli aplikovaný výzkum vychází ze své podstaty z výzkumu základního a přebírá z něj techniky vytváření a analý-

zy dat, jeho *výzkumný rámec* (design) se v praxi velmi odlišuje. K některým těmito základním odlišnostem, které se pokouší shrnout níže uvedená tabulka, se ještě vrátím v průběhu tohoto textu.

ROZDÍLY MEZI ZÁKLADNÍM, APLIKOVANÝM A „TRŽNÍM“ VÝZKUMEM

MOTIVACE	ZÁKLADNÍ VÝZKUM	APLIKOVANÝ VÝZKUM	TRŽNÍ VÝZKUM
VÝZKUMNÉ TÉMA	Poznání	Změna	Zisk
ETICKÉ NÁROKY	Volné	Volné/dané	Dané zadavatelem
ČASOVÁ REALIZACE	Nízké	Vysoké	X
FINANČNÍ PROSTŘEDKY	Dlouhodobá	Střednědobá	Krátkodobá
VNĚJŠÍ ZÁSADY DO PROJEKTU	Vázané	Vázané/nevázané	Nevázané
CHARAKTER VÝSTUPŮ	Žádné	Nízké	Vysoké
DISEMINACE VÝSTUPU	Odborný	Odborný/laický	Kvazi odborný
	Veřejná	Veřejná/neveřejná	Neveřejná

Pro úplnost je od základního a aplikovaného výzkumu třeba odlišovat typ výzkumu, který lze pojmenovat jako „tržní“ či „komerční“, častěji označovaný jako „výzkum trhu“ či jako „marketingový výzkum“. Zatímco motivací základního výzkumu je (v ideální podobě) rozvoj lidského poznání a v aplikovaném výzkumu sociokulturní (normativní) změna, pak v tržním výzkumu je to zisk, který nemusí být nutné ekonomické (hospodářské) povahy, a to jak na straně toho, kdo konkrétní výzkum požaduje, tak na straně toho, kdo

výzkum provádí. Typicky se jedná o podnikatelský subjekt, který za účelem zvýšení svého zisku (např. zvýšením objemu prodeje svého výrobku či služeb) osloví jinou právnickou či fyzickou osobu – „výzkumnou“ agenturu, aby provedla výzkum, který by pomohl najít cesty k dosažení tohoto cíle. Nicméně v dnešní době je tržní „výzkum“ rozšířen i ve sféře veřejnoprávní, mezi politickými stranami, státní správou apod., a zároveň se stále častěji tyto agentury ucházejí i o aplikované výzkumné projekty z oblasti sociálních věd. A v neposlední řadě jsou to právě komerční výzkumné agentury, které jsou kabinetskými abstraktními empiriky požadovány, aby jim dodávaly data pro jejich vlastní projekty v oblasti základního výzkumu.

POVAHA DAT V (APLIKOVANÉ) ANTROPOLOGII

1 Primární a sekundární data

Antropologie - včetně té aplikované - je empirická věda, jejíž základní charakteristikou je, jak bylo již uvedeno v úvodu této statě, *terénní výzkum*, během něhož dochází prostřednictvím různých specifických metodologických nástrojů (technik) k *vytváření a analýze dat* (celkově *etnografie*). Antropologové tedy využívají pro formulování svých závěrů zejména, nikoli však výlučně, tzv. *primární data*, to znamená data vytvořená pro účely daného výzkumu. Oproti tomu například sociologové, demografové nebo ekonomové velmi často používají pro své analýzy a závěry *sekundární data*. Těmi jsou rozuměny údaje vytvořené pro jiné účely než pro samotný výzkum, například údaje z censů apod.

Není asi třeba zdůrazňovat, že žádný výzkum se neobejde, zejména ve svých počátcích, bez sekundárních dat. Avšak může být problematické, pokud se vychází pouze z nich, neboť mají řadu nevýhod, které mohou snižovat hodnotu každého výzkumu založeného výlučně na externích zdrojích dat. Za prvé, výzkumník nemá pod kontrolou jejich *validitu*, protože se nikterak nepodílel na jejich vytváření, může v ni pouze doufat. Za druhé, každá sekundární data je třeba upravit pro potřeby konkrétní analýzy, čímž může dojít k jejich zkreslení. Za třetí, výzkumník, který se sám aktivně nepodílí na vytváření dat pro účely vlastního výzkumného projektu, má z podstaty menší přehled o zkoumaném fenoménu a horší imaginaci než ten, který se pohybuje v terénu a účastní se procesu vytváření dat, za kterými vidí konkrétní lidi, nikoli jen případy a jednotky analýzy (srv. Andra-

novích and Riposa 1993:64–74; Bickman, Rog, and Hedrick 2009:32–33; Given 2008:803–804). Chce-li antropolog dosát své disciplíně, měl by být vždy *ethnografem* a používat především přímání data.

2 Kvalitativní a kvantitativní data

Kromě kritéria původu existují další různé způsoby, jak kategorizovat data, která jsou v sociálně vědním výzkumu vytvářena a analyzována. Nejčastěji se lze setkat s poněkud nepřesnou dichotomií *kvantitativní* („tvrdá“) data versus *kvalitativní* („měkká“) data, která má odpovídat dichotomii *kvantitativní* versus *kvalitativní* výzkum. Za tvrdá data jsou považována data v podobě čísel, přesněji data, která lze na čísla převést a měřit je. Například údaj o pohlaví respondenta, v rámci kvantitativní analýzy tzv. „nominální proměnná“, nemá sám o sobě povahu čísla, ale můžeme za něj arbitrární číslo dosadit (zvykové 1 = muž, 2 = žena), aniž bychom ztratili něco z jeho původní kvality. Někteří kvantitativní pozitivisté se dokonce domnívají, že vše lze vyjádřit pomocí čísel a žádná kvalitativní data neexistují.⁴ S tímto názorem lze jistě úspěšně polemizovat, připustíme-li jedinou možnou udržitelnou definici kvalitativních dat, která zní, že za kvalitativní data lze považovat cokoli, co má význam. Kvalitativní daty jsou zvuky, slova, věty, stejně jako fotografie nebo film, zkrátka jakýkoli znak nebo systém znaků. Tedy i čísla. A každý kvantitativní výzkum je i výzkumem kvalitativním, protože žádná kvantifikace, žádná operacionalizace, žádné indikátory a kódování proměnných se neobejde bez kvalitativních soudů. Stručně řečeno, kvantitativní data jsou vždy i daty kvalitativními, kdežto opačně tomu tak nutně není.

3 Atribuční, relační a kulturní data

Z uvedeného plyne, že zmiňovaná dichotomie je možná vědnou ilustrací, ale ne příliš užitečným analytickým nástrojem. Z pohledu volby designu výzkumu – od jeho epistemologického ukotvení přes volbu metodologie,

výběr vzorku až po analýzu dat – je dle mého osobního názoru vhodnější rozlišovat data na (a) *atribuční*⁵, (b) *relační* a (c) *kulturní*⁶. (K této trojici by bylo možné přidat ještě čtvrtou kategorii, prostorová data, která ovšem záměrně s ohledem na jejich specifické využití ponechávám stranou.⁷) Každá z těchto kategorií, jak ilustruje níže uvedená tabulka, vyžaduje odlišný přístup, a to na všech úrovních výzkumného rámce.

MOŽNÝ PŘÍSTUP KE KATEGORIZACI DAT⁸

	ATRIBUČNÍ DATA	RELAČNÍ DATA	KULTURNÍ DATA
PARADIGMA	Pozitivismus	Pozitivismus	Interpretativismus Konstruktivismus
OBECNÝ POSTUP	Dedukce	Indukce	Indukce
PŘÍSTUP K VYTVÁŘENÍ DAT	Strukturovaný	Strukturovaný	Nestrukturovaný Polostrukturovaný
METODOLOGICKÝ RÁMEC	Kvantitativní šetření	Síťová analýza	Etnografie

5 Někdy též „life-experience data“ (Handwerker and Borgatti 1998).

6 Též označované jako „Ideational data“ (Scott 2000).

7 Prostorová data jsou svým způsobem podobná atribučním datům, protože mohou mít povahu čísel vztahujících se k dílčím jednotkám analýzy, ovšem s tím rozdílem, že ačkoli s nimi mohou provádět běžné statistické operace, jejich statistická reprezentace je bezúcelná, protože neodpovídá jejich grafické resp. kartografické reprezentaci (např. dvě proměnné mohou mít naprosto stejné korelační koeficienty či jiné hodnoty, ale jejich prostorové vzorce mohou být naprosto odlišné). K prostorovým datům v etnografii přehledově viz Cromley 1999.

8 Jedná o zjednodušený ideální model, u kterého upozorňuji na hlavní charakteristiky, které ovšem nejsou pro jednotlivé kategorie výlučné. Záměrně zde ponechávám stranou kognitivní antropologii, jejíž metodologické postupy k vyváření a analýze kulturních dat jsou natolik specifické, že nejsou na tento model aplikovatelné.

4 „There's no such thing as qualitative data. Everything is either 1 or 0.“ (Kerlinger, F., citace dle Milles and Huberman 1994:40)

	ATRIBUČNÍ DATA	RELAČNÍ DATA	KULTURNÍ DATA
PŘÍKLAD TECHNIKY	Dotazník	Generátor jmen	Zúčastněné pozorování
VÝBĚR VZORKU	Nevýběrový Pravděpodobnostní	Nevýběrový Pravděpodobnostní	Nevýběrový Nepravděpodobnostní
ANALÝZA DAT	Měření proměnných	Měření vztahů	Interpretace významů
PŘÍSTUP K DATUM V RÁMCI ANALÝZY	Dekontextualizace	Kontextualizace a konkretizace	Kontextualizace a abstrakce
SPECIFICKÝ VÝSTUP ANALÝZY	Tabulka	Graf	Text

3.1 Atribuční data

Atribučními daty jsou rozuměny individuální charakteristiky sledovaných případů (*respondentů*), například v podobě věku, vzdělání, příjmu či volebních preferencí. Atribuční data jsou vytvářena jak v kvalitativním výzkumu, tak zejména v kvantitativním *šetření*, kde jsou charakteristiky *jednotek analýzy* chápány jako proměnné, u kterých lze měřit absolutní a relativní četnost, resp. jejich distribuci v sledované populaci, i kauzální vztahy mezi (některými) proměnnými a testovat předem konstruované hypotézy. Nevýhodou atribučních dat v rámci kvantitativní analýzy je, že jsou nahlížena izolovaně. Třebaže je možné uplatnit zdánlivě sofistikované vícerozměrné analýzy dat, kde jsou sledovány vztahy několika proměnných najednou, tyto proměnné jsou vždy vytrženy ze svého sociálního kontextu, bez vztahu k celé řadě jiných možných proměnných, ale i bez vztahu k ostatním sledovaným případům.

Další a hlavní nevýhodou je, že atribuční data zbavená svého kontextu nám nedávají příležitost k interpretaci výsledků jejich analýzy. Výsledky kvantitativní analýzy atribučních dat nám jen říkají, že platí určitá distribuce proměnných v rámci sledovaného vzorku případů nebo určitý konstruo-

vaný vztah mezi dvěma či více proměnnými, ale už nám neřekají proč. Dochází-li k interpretaci výsledků ze strany výzkumníka, děje se tak bez empirické opory – na základě jeho vědecké imaginace, teoretické znalosti či předchozí zkušenosti. V horším případě jde o čistou „dojmologii“ z naměřených veličin. Z tohoto důvodu je ideální kombinovat kvantitativní analýzu atribučních dat s kvalitativními přístupy, v rámci kterých dochází k vytváření *dat kulturních*, která lze využít pro interpretaci výsledků měření.⁹

Výše uvedené nelze chápat tak, že by atribuční data byla vytvářena pouze pro účely kvantitativní analýzy. Svou roli samozřejmě hrají i při analýze *sociálních sítí* či analýze kulturních dat, ale nehrají zde roli primární. V prvním případě jsou hlavním předmětem analýzy *data relační*, v druhém *kulturní*; v obou případech mohou atribuční data sloužit jako jejich více či méně nezbytný doplněk. Konkrétně tím mám na mysli, že i ve výzkumu, jehož předmětem není měření distribuce charakteristik sledovaných případů, je třeba získat základní atribuční data o těchto případech, ale není to jeho samotným cílem. Pokud například provádím kvalitativní výzkum prostřednictvím *zúčastněného pozorování* v romské osadě na Slovensku, je nezbytné znát atributy jednotlivých domácností resp. jedinců, které pozoruji, ale i sledované populace jako celku, avšak tato znalost nemusí být systematicky vytvářena prostřednictvím strukturovaných technik (např. dotazníku), může být čerpána ze *sekundárních dat* či zjišťována postupně během *terénního výzkumu*, a hlavně není samotným a konečným cílem takového výzkumu.

3.2 Relační data

Relační data, která nacházejí své uplatnění v rámci interdisciplinárního přístupu ke studiu sociální struktury označovaného jako *analýza sociálních sítí* (*social network analysis*), se liší od atribučních dat především v tom, že nejsou a nemohou být redukovány na individuální vlastnosti *jednotek analýzy*, ale jsou vždy vyjádřením vztahů mezi těmito jednotkami (Scott 2000:3). Jedná se o vazby, spojení či kontakty mezi aktéry (nebo jiný-

⁹ *Srovnej v současnosti velmi populární „smíšené metody“ (mixed methods), viz např. (Creswell and Clark 2010).*

mi jednotkami analýzy), které nejsou vlastnictvím žádného z aktérů, ale jsou hodnotou, která vyplývá z jejich vzájemného vztahu, jakkoli se nutně nemusí jednat o vztah reciproční. Souhrn těchto vztahů tvoří sociální síť (strukturu), v níž zkoumaní aktéři zaujímají různé (strukturní) pozice dle počtu a kvality vazeb, které mají s ostatními aktéry.

Analýza relačních dat má některé podobnosti s kvantitativními přístupy k atribučním datům. Oba přístupy sdílejí stejné pozitivistické paradigma, vytváří data (zejména) prostřednictvím strukturovaných technik a využívají matematické postupy při jejich analýze.¹⁰ Na druhou stranu je zde jeden podstatný rozdíl: v rámci analýzy sociálních sítí nedochází k vytrhávání dat z kontextu sociální struktury, ale naopak k hledání a měření konkrétních vztahů mezi jednotlivými případy (aktéry) zkoumané populace. Jinak řečeno, u kvantitativního šetření zaměřeného na atribuční data jsou jednotliví respondenti nahlíženi a analyzováni jako izolované jednotky, kdežto v případě analýzy sociálních sítí jsou chápáni a analyzováni jako vzájemně propojené části sociální struktury (srv. Wellman 1988).

3.3 Kulturní data

Poslední kategorií, a to kategorií, která nás s ohledem na zaměření tohoto textu zajímá nejvíce, jsou *kulturní data*. Stejně jako *relační data* nejsou ani kulturní data individuální charakteristikou konkrétního aktéra, ale je to „systém mentálních konstrukcí používaný lidmi k interpretaci sama sebe a světa okolo nich a [systém] chování, který je izomorfní s těmito systémy významů“ (Handwerker and Borgatti 1998:550). Obecněji a možná i srozumitelněji si dovolím vymezit kulturní data jako interpretace sociálního jednání a významů, které jsou více či méně sdílené v rámci kulturního systému, který studujeme. Řečeno slovy Clifforda Geertze, „to, co nazývá-

10 Zde je třeba upozornit, že základy analýzy sociálních sítí byly položeny na půdě sociální antropologie v rámci tzv. manchesterské školy a přístupy k vytváření relačních dat vycházely původně z klasické etnografie – zúčastněného pozorování (viz zakládající dílo Mitchell 1969).

me našimi daty, jsou ve skutečnosti naše vlastní interpretace interpretací jiných lidí týkajících se toho, co si myslí, že oni sami a jejich spoluobčané činí“ (2000:19).¹¹

Kulturní data jakožto interpretace interpretací existují vždy jen v určitém kontextu, bez něhož ztrácí svůj význam, a nejsou tedy dle mého názoru redukovatelná na čísla. Pro jednoduchou ilustraci můžeme použít jako příklad „věk“. Ten je v rámci kvantitativní analýzy pojímán jako informace, která má povahu čísla – intervalové proměnné, u níž lze změřit její absolutní a relativní četnost, průměrnou a střední hodnotu, vztah k jiným proměnným na úrovni jednotlivých případů apod. Nicméně žádná z těchto matematických operací nám neřká, co to věk vůbec je a jaký je význam toho, je-li někomu tolik, kolik mu je. Jinými slovy řečeno, samotné číslo nemá kromě své hodnoty (*kvantity*) v kvantitativní analýze žádnou *významovou kvalitu*. Této kvality (významu) je číslo zbaveno, je pouze implicitně, bez jakékoli reflexe zvnějšku vnášena výzkumníkem¹², tudíž nemá a nemůže mít podobu kulturních dat. Podobu kulturních dat může mít kategorie věku pouze tehdy, je-li v rámci analýzy významotvorný kontext zachován, resp. je-li naopak intencionálně reflektován a vytvářen, jak je tomu v rámci kvantitativní analýzy dat.

Kulturní data mají z podstaty své definice tu výhodu, že u nich můžeme předpokládat, že jsou více či méně sdílená v rámci sledované populace, zkoumané kultury či subkultury. To umožňuje antropologům vytvářet generalizace o zkoumaném fenoménu na základě menšího počtu sledovaných případů, aniž by museli aspirovat na reprezentativitu jako v případě kvantitativní analýzy *atribučních dat*. Samozřejmě za předpokladu, že jsou dodržena základní pravidla *validity* v kvalitativním výzkumu, je náležitě definována *zkoumaná populace*, aplikována adekvátní *konstrukce vzorku* u výběrových výzkumů a též dodrženy základní postupy *triangulace zdrojů* dat či metod jejich vytváření (viz rovněž dále).

11 Zde je třeba pro úplnost dodat, že jakkoli se Geertz v citovaném textu ostentativně vymezuje vůči kognitivní antropologii, ke které lze přiřadit dříve citované autory, v tomto případě nejsou jeho závěry ohledně povahy dat v rozporu.

12 Sarkasický by šlo na účet pozitivistického paradigmatu dodat, že takový postup není zrovna příliš „vědecký“.

VÝZKUMNÝ PROCES A VÝZKUMNÝ RÁMEC V APLIKOVANÉ ANTROPOLOGII

V následující části se budu věnovat *výzkumnému rámci* s důrazem na jeho odlišnosti v *aplikovaném výzkumu*. Dávám zde přednost termínu *rámec* nebo *design* před pojmem plán, se kterým se lze setkat v některých textech v českém jazyce (viz Hendl 2005:145–160), neboť se dle mého názoru nejedná pouze o *naplánování* projektu do podoby statického návrhu, jenž je předložen zadavateli (či grantové agentuře) na samém počátku, aniž by byl následně během realizace kriticky reflektován, ale jedná se o celkový průběh výzkumu – od jeho teoretického a konceptuálního ukotvení přes samotné vytváření a analýzu dat až po publikování výstupů, po- tažmo i implementaci závěrů. Jinými slovy řečeno, *výzkumný rámec* není statický přehled toho, „jak to bude“ nebo „jak by to mělo být“, ale dynamický rozvrh všech aktivit, který je podle aktuálního vývoje neustále reflektován a rozvíjen. To platí zejména pro výzkumný design kvalitativního výzkumu, který podléhá menší míře standardizace a který je zde hlavním předmětem mého zájmu. Řečeno slovy Hammersleyho a Atkinsona, „výzkumný design [v kvalitativním výzkumu] by měl být reflexivní proces uplatňovaný během každé fáze projektu“ (Hammersley and Atkinson 1995:24; citace dle Maxwell 2009:214).

Konkrétní *výzkumný rámec* je vždy závislý především na cílech výzkumu, *zkoumané populaci*, časové dotaci a objemu finančních zdrojů, které jsou k dispozici. To bezesporu platí jak pro *základní*, tak *aplikovaný výzkum*. Přesto je tu jeden, o to však podstatnější rozdíl. Zatímco v základním výzkumu je to sám badatel, který rámec projektu s ohledem na výše zmiňované faktory celkově stanovuje, v případě aplikovaného projektu je více či méně strukturován i subjektem, který jej poptává, tj. zadavatelem projektu (srv. Bickman et al. 2009). Můžeme tedy říct, že v případě *základního výzkumu* má badatel vyšší míru svobody než v tom aplikovaném. Avšak míra vnějšího vlivu na *výzkumný rámec* se liší od zadavatele k zadavateli, od projektu k projektu. Na jedné straně se lze setkat s aplikovanými projekty, jejichž výzkumný design je explicitně a detailně stanoven zadavatelem (včetně např. vymezení *zkoumané populace*, *konstrukce vzorku* a jeho velikosti, techniky vytváření dat, ale i konkrétní osnovy výstupů z projektu a způsobů jejich diseminace) a nelze do něj prakticky zasahovat (viz příklad uvedený v části věnující se *zaměřovaným skupinám*). Na druhé straně jsou projekty, kdy má zadavatel velmi mlhavou představu nejen

o podobě výzkumu, ale dokonce i o jeho cílech, a je na výzkumníkovi, jaké konkrétně budou a jak jich bude dosaženo. Jakkoli se tato situace může zdát neobvyklá, mohu z vlastní zkušenosti potvrdit, že v praxi dokonce převažuje. Zadavatelé aplikovaných sociálně-vědních projektů v České republice mají často z různých důvodů potřebu provést výzkum obecně na nějaké téma, aniž by věděli, co by konkrétně mělo být jeho cílem. Třebaže se to na první pohled může zdát z pozice výzkumníka jako ideální situace (má volné pole pro seberealizaci), ve svém důsledku to může být spíše negativem. Bez vzájemné spolupráce a diskuse o podobě výzkumu (zejména v otázce etiky) může aplikovaný projekt snadno skončit v lepším případě nezájmem a výstupy z projektu „v šuplíku“, v horším případě ne- spokojeností a konfliktem. I to se stává a není to vzácností.

V učebnicích je možné narazit na dva různé pohledy na výzkumný rámec: typologický a lineární (Maxwell 2009). První přístup prezentuje design výzkumu jako typologii výzkumných přístupů, která je u různých autorů za- ložena buď na výzkumném paradigmatu, obecném cíli výzkumu, způsobu jeho vedení nebo použité metodologii. Lze se tak setkat např. s explora- tivním a explanativním výzkumným designem (J. C. Johnson 1998), resp. ex- plorativním, explanativním a deskriptivním (Babbie 2009:90–94), případně s deskriptivním, experimentálním a kvazi-experimentálním (Bickman et al. 2009). Jindy dochází k odlišování mezi kvantitativním a kvalitativním desi- gnem a jejich dílčími kategoriemi. U kvantitativního může jít o šetření (*sur- vey*), experiment a kvazi-experiment, u kvalitativního o případovou studii, etnografii, narativní studii či akční výzkum (LeCompte and J. J. Schensul 1999:61–96). Jiná typologie obdobně rozlišuje kvantitativní výzkumný de- sign na šetření, experiment a kvazi-experiment, ale u kvalitativního vý- jmenovává etnografický, fenomenologický a narativní výzkumný design, k nimž přidává případovou studii a zakotvenou teorii (Creswell 2007, 2008) resp. akční výzkum (Creswell 2011), a jako samostatný typ jmenuje smí- šený design (Creswell 2008, 2011; Creswell and Clark 2010).

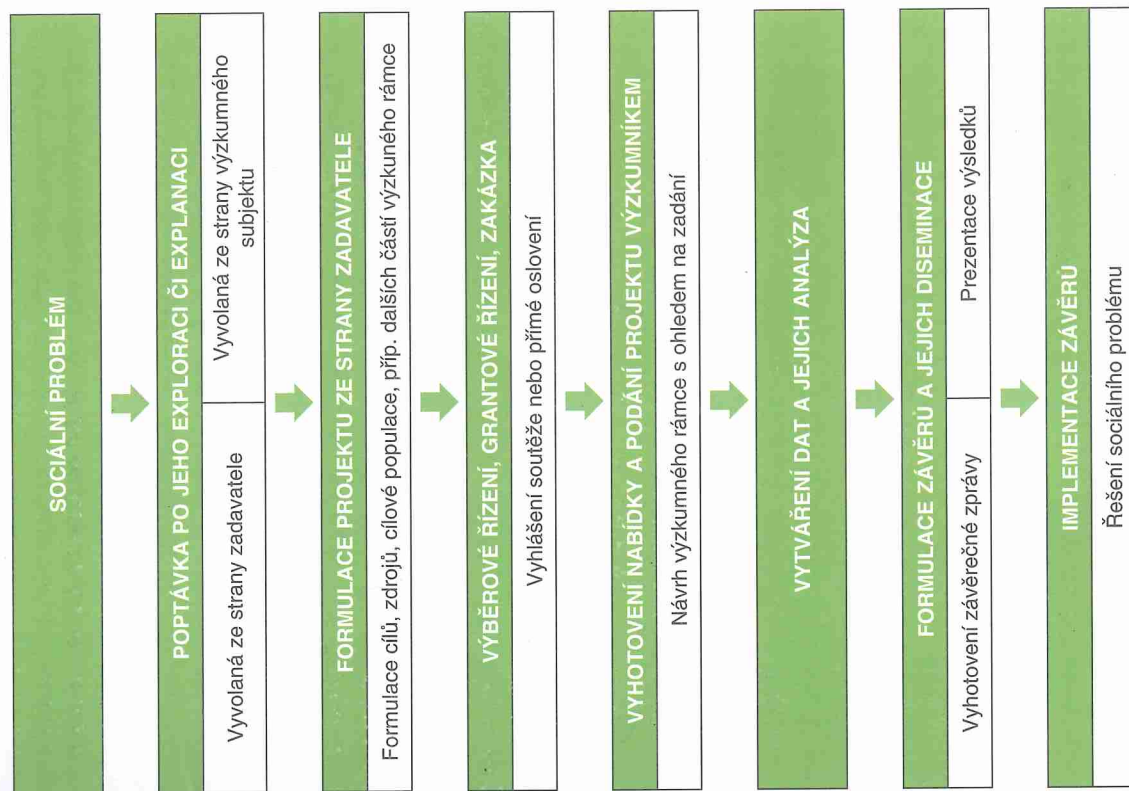
Z uvedeného výčtu je evidentní, že typologický přístup vnáší do problema- tiky výzkumného rámce více chaosu než užítka. Uvedené typy jsou vysta- věny buď na konfúzních kritériích, nebo na kritériích, která jsou založena pouze na dílčích znacích každého výzkumu a neřkají nic o tom, jaký je vztah mezi těmito znaky a ostatními charakteristikami výzkumu (Maxwell 1996, 2009). Druhý, lineární přístup, představuje *výzkumný rámec* naopak jako souhrn činností a dílčích kroků, které jsou v rámci výzkumu provádě-

děny, tedy jako zmiňovaný celkový proces výzkumu. Třebaže ani tento způsob není z níže uvedených důvodů ideální, je dle mého soudu méně problematický, a proto se budu držet právě jeho.

Při lineární konceptualizaci designu výzkumu je zvykem užívat různých grafických schémat. Otázkou je, zda se jedná o zvyk dobrý, nebo špatný. Základním problémem všech takových schémat (ta v tomto textu nevyjímá) je, že jsou ze své podstaty možná až příliš „schematická“ a prezentují výzkum jako více či méně přímocárý proces (proto „lineární“ přístup), jakkoli je praxe kvalitativního výzkumu křivolaká. I přes tyto nevýhody mají jistý edukační potenciál, a proto se jim při vědomí uvedeného nedostatku nevyhýbám. Následující schéma znázorňuje celkový obecný proces aplikovaného projektu. Jedná se samozřejmě o notnou dávku generalizace, při níž jsem ovšem vycházel, stejně jako u druhého následujícího schématu, z konkrétních zkušeností s projekty v lokálním kontextu České republiky, respektive Evropské unie.¹³ Myslím, že toto schéma je dostatečně vypovídající a obejde se bez dalšího komentáře.

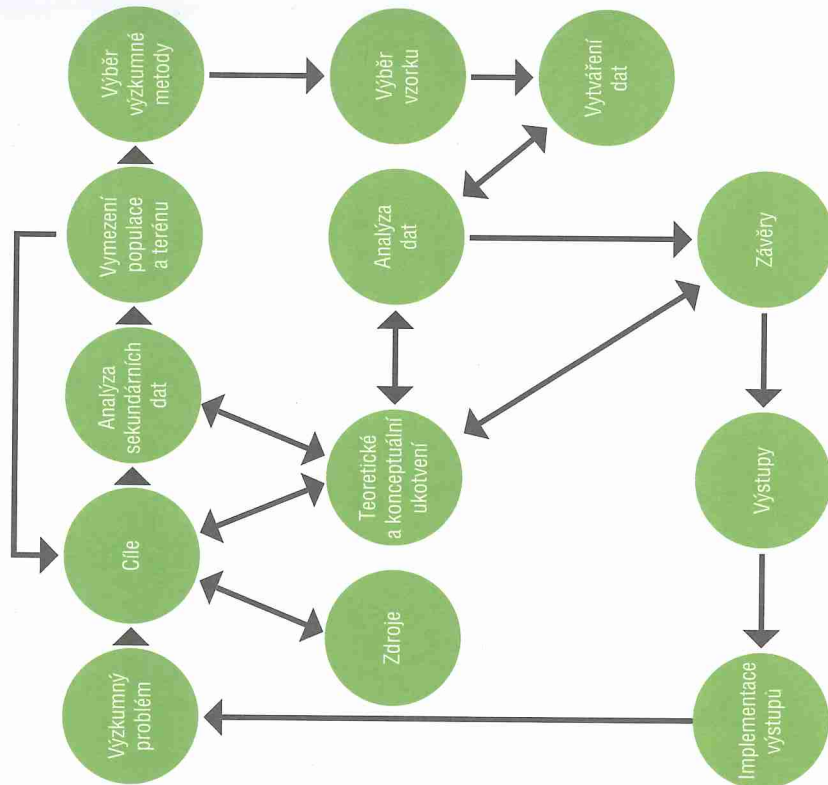
¹³ Z těchto důvodů se uvedená schémata liší od těch, se kterými se lze běžně setkat v zahraničních učebnicích angloamerické proveniencce (srv. Bickman, Rog, and Hedrick 2009:4–5; J. C. Johnson 1998:145; Maxwell 2009:217–18, 1996:5–7).

CELKOVÝ PROCES APLIKOVANÉHO PROJEKTU



Pokud se zaměříme přímo na jednotlivé kroky samotného výzkumného rámce, může nám k lepší orientaci posloužit druhé, níže uvedené schéma, které vyžaduje krátké rozvedení. K některým krokům výzkumného designu se vrátím detailněji v dalších částech textu. Je důležité upozornit na to, že se jedná o schéma, které nezobrazuje design *aplikovaného výzkumu* v celém jeho spektru, jelikož nezohledňuje, jakým způsobem do výzkumného rámce vstupuje zadavatel. Jak jsem uvedl, role a vlivy zadavatele jsou velmi různorodé, liší se od projektu k projektu, a proto je nelze včlenit do schématu, které si má nárokovat určitou obecnou platnost.

RÁMEC APLIKOVANÉHO VÝZKUMU



Na počátku každého aplikovaného projektu je výzkumný (sociální) problém. Ten je zpravidla formulován nikoli samotným výzkumníkem (na rozdíl od základního výzkumu), ale subjektem, který výzkum požadává. Obvykle se jedná o orgán státní správy nebo místní samosprávy, neziskovou organizaci či mezinárodní organizaci. V ideálním případě se zadavatel podílí na celkovém výzkumném designu, který s ním výzkumník konzultuje. Mezi prioritní otázky v tomto ohledu patří cíle výzkumu, které jsou determinované a limitované časovými, finančními, ale i lidskými zdroji. Cíle výzkumu jsou také *a priori* určovány teoretickými a konceptuálními východiskami, ze kterých vychází nejen výzkumník, ale rovněž – a to je třeba zdůraznit – i sám zadavatel formulující zadání projektu. Teoretická a konceptuální východiska by měla být jasně a explicitně formulována, protože ovlivňují celkovou podobu výzkumného rámce, zejména analýzu dat a závěry z výzkumu. Tento aspekt může být neuralgickým bodem vztahu mezi zadavatelem a výzkumníkem, neboť první jmenovaný (jakožto svým způsobem laik v dané problematice) může používat taková východiska, která jsou v akademickém prostředí považována za zastaralá, neužitečná či dokonce nepatřičná. Obvykle navíc vlastní teoretická východiska nereflektuje, ta jsou přítomná jen implicitně, a s koncepty zachází v lidovém pojetí, aniž by si uvědomoval jejich ideologický kontext. Jinými slovy řečeno, zadavatel, což je ovšem s ohledem na jeho roli vcelku pochopitelné, nezachází s koncepty jako s analytickými nástroji pro interpretaci sociální reality, ale jako s realitou samotnou.¹⁴

Teoretická a konceptuální východiska jsou v oboustranném vztahu se sekundárními daty dostupnými o zkoumaném problému resp. populaci. Jejich shromáždění a analýza je vždy nezbytnou součástí každého výzkumu, nejen toho aplikovaného. Analýza sekundárních dat předchází samotnému vytvoření konkrétního výzkumného designu (tuto skutečnost schéma graficky nezohledňuje) a dále s různou mírou intenzity kontinuálně pokračuje v dalších fázích výzkumu. Na základě dostupných sekundárních

14 Viz např. Agentura pro sociální začleňování v romských lokalitách (<http://www.sociální-zaclenovani.cz>), která je častým zadavatelem aplikovaných výzkumů v ČR. Za pozornost stojí to, jakým způsobem Agentura ve svých dokumentech používá klíčové koncepty etnicita, chudoba, kriminalita, sociální patologie, sociální vyloučení, sociální začleňování... stejně tak jako nevyřešený a/nebo neuvědomovaný ideologický kontext, v němž jsou tyto koncepty traktovány.

dat, tj. po získání základních informací o zkoumaném problému, je teprve možné jasně definovat *zkoumanou populaci* (viz následující subkapitola), jejíž vymezení zpětně zpřesňuje či redefinuje výzkumné cíle s ohledem na jejich proveditelnost. Teprve na základě toho, jaké jsou cíle výzkumu, jaké máme známé informace o zkoumaném problému resp. populaci a jak je tato populace definována, je možné zvolit konkrétní *metodu* či metody vytváření dat.¹⁵ Jednotlivé metody jsou vhodné či použitelné jen pro některé cíle, některé typy výzkumů a některé typy populací (viz dále). Na volbě konkrétní *metody*, respektive na základě toho, jaký typ dat bude primárně vytvářen, je závislý způsob *konstrukce vzorku*, což podrobněji rozvádím v další části textu.

Následuje samotné vytváření dat v terénu, kterému by měl v aplikovaném výzkumu s ohledem na jeho krátkodobější charakter a vyšší míru struktury *výzkumného rámce* předcházet detailní harmonogram činností v terénu. Tento krok je důležitý především u týmového výzkumu, při němž je nutná koordinace výzkumných prací v terénu tak, aby nedocházelo ke křížení činností jednotlivých výzkumníků či duplicitě získaných informací. Vytváření dat v terénu může být rozděleno do různých fází, závislých na použití konkrétních *metod* (nebo *metodologií* u smíšeného výzkumu), plnění dílčích cílů výzkumu nebo dotazování různých kategorií respondentů/informátorů. Například v první fázi lze vytvářet data prostřednictvím polostrukturovaných rozhovorů, které nám poskytnou základní poznatky o zkoumané problematice, a následně použít nestrukturované techniky (zúčastněné pozorování) k *triangulaci* získaných dat a jejich rozvedení do hloubky. Můžeme také - jak je v aplikovaném výzkumu časté - nejdříve dotazovat expertní *respondenty/informátory*, díky jejich znalostem se rychle zorientovat ve zkoumaném tématu a prostředím a až následně se zaměřit na cílové aktéry *zkoumané populace*. V uvedených příkladech by dané schéma mělo pochopitelně jiný, značně komplikovanější algoritmus.

15 V případě aplikovaného výzkumu, který by volil smíšené metody, tj. kombinaci kvantitativních a kvalitativních přístupů k vytváření dat, by se výzkumný design následně odlišoval od uvedeného schématu.

Jakkoli je v prezentovaném schématu analýza dat naznačena jako následný a samostatný krok, není to v *kvalitativním výzkumu* (na rozdíl od toho kvantitativního) nezbytným pravidlem. Záleží na konkrétním zvoleném přístupu a délce výzkumu. U výzkumných projektů využívajících nestrukturované metody či u projektů probíhajících v delším časovém horizontu jsou data analyzována průběžně s jejich vytvářením. Stejně je to i u projektů vycházejících ze *zakotvené teorie*, u níž je průběžná analýza dat jednou ze základních premis. Na druhou stranu, u krátkodobějších projektů nebo u týmových projektů, v rámci nichž jsou data vytvářena na základě polostrukturovaných rozhovorů nebo skupinových diskuzí, může docházet k jejich analýze *ex post*. Vedle výhody v podobě značné úspory času a možnosti analyzovat data v týmu však takový postup skrývá i rizika. Po skončení výzkumných prací v terénu se totiž může ukázat, že získaná data jsou nedostačující, neposkytují odpovědi na výzkumné cíle nebo mají problematickou validitu. Ne vždy je v takové situaci možné jít zpět do terénu a dodatečně získat další data. Analýza dat je samo sebou ovlivněna teoretickými a konceptuálními východisky projektu, která jsou zpětně rozvíjena a reformulována a na jejichž základě jsou vytvářeny nové koncepty a teorie do podoby výzkumných závěrů.

Výstupy z aplikovaného výzkumu, ve kterých jsou směrem k zadavateli formulovány výzkumné závěry, se zásadně odlišují od těch v základním výzkumu, jejichž příjemcem je primárně odborná veřejnost. V českém prostředí mají zpravidla podobu závěrečné zprávy z projektu a její prezentace. Tato zpráva může být veřejná i neveřejná, o čemž rozhoduje především zadavatel. Strukturu a stylem nemá a ani by ze zásady neměla mít charakter textu, který by aspiroval na text vědecký, ale svou povahou se blíží textu populárně naučnému, neboť musí brát v potaz, že příjemcem není odborná veřejnost, ale veřejnost laická. To samozřejmě nutně neznamená, že by se z podstaty muselo jednat o výstup méně kvalitní. Napsat závěrečnou zprávu, která je přístupná i neobornému publiku, může být mnohdy náročnější než napsat obtížně srozumitelný odborný text. Na druhou stranu je třeba připustit, že závěrečná zpráva z aplikovaného projektu nemusí splňovat přísná kritéria kladená na odborný článek, nevyžaduje hlubší analytické a teoretické ukotvení a neprochází žádným recenzním řízením. Samotná implementace výstupů z projektu za účelem řešení problému, který stál na začátku výzkumu, je povětšinou už v rukou toho, kdo daný výzkum poptával. Výzkumník se nicméně na tomto procesu může

podílet např. tím, že se účastní diseminace výstupů, jejich prezentace cílovým skupinám, případně se podílí na návrzích či připomínkování opatření, která mají daný problém řešit.

ZKOUMANÁ POPULACE A KONSTRUKCE VZORKU

Oswald Werner a Russell Bernard (1994:7) v textu věnovaném problematice výběru *zkoumaného vzorku* v *etnografii* s nadsázkou konstatují, že pro mnohé antropology může znít „etnografický výběr“ (*ethnographic sampling*) jako oxymoron. Konstrukci vzorku, kterým je rozuměn výběr *jednotek pozorování* z celkového zkoumaného souboru resp. populace pro účely výzkumu, je v antropologii, na rozdíl např. od sociologie, skutečně věnována pozornost spíše okrajově. Je to vcelku pochopitelné. Za prvé, antropologové tradičně zkoumali relativně „uzavřené“ a malé populace, a tudíž si logicky nelámali hlavu s tím, koho konkrétně mají zkoumat, koho se mají ptát, pozorovat. V lepším případě zkoumali celou populaci, dovolila-li to její velikost¹⁶, v horším případě její významnou část¹⁷, přičemž se spoléhali na to, že tato část se příliš neliší od svého celku a jejich (kulturní) data mají vypovídající schopnost o celé společnosti. Za druhé a v návaznosti na předchozí, kvalitativní metody vytváření dat, které jsou typicky hlavní výzbrojí antropologů, neaspírují na reprezentativní zobrazení (což ovšem vůbec neznamená, že by se antropologové nedopouštěli a nemohli dopouštět generalizací¹⁸) a z hlediska své logiky pracují s menším počtem *respondentů* resp. *informátorů*. Jejich primárním smyslem není vytváření individuálních *atribučních dat*, na základě kterých by mohlo být sledová-

16 Jako např. Raymond Firth (1936), který prováděl terénní výzkum na malém a relativně izolovaném ostrově Tikopia, jehož populace čítala v té době zhruba 1200 osob.

17 Viz např. proslulý terénní výzkum Evans-Pritcharda mezi Nuey (1940), jejichž počet byl tehdy odhadován na 200 000 osob. Evans-Pritchard prováděl výzkum v pár vesnicích, aniž by jakkoli zdůvodňoval výběr jak těchto vesnic, které patřily k různým „kmenům“, tak informátorů, které si nechal do svého stanu postaveného uprostřed vesnice vodit svými asistenty (tamtéž, 1940:7–15).

18 Klasický příklad generalizace na základě kulturních dat z etnografického výzkumu viz text Clifforda Geertze *Deep Play: Notes on the Balinese Cockfight* (1972) a jeho kritická reflexe (např. Jacobson 1991:52–54; Williams 2000).

no rozložení určitých znaků či jevů v sledované populaci, ale konstrukce *kulturních dat*, o kterých se předpokládá, jak jsem již uvedl, že jsou více či méně sdílená v rámci zkoumané populace resp. kultury (Bernard 2006:146).

Nicméně i v případě studia méně komplexních, relativně malých populací může být etnografický výzkum bez promyšleného a jasné stanoveného výběru vzorku, potažmo tedy i výzkumného rámce obecně problematický a vést k závěrům, které jsou založeny na interpretaci netypických, „deviantních“ či falešných případů, aniž by si toho byl výzkumník vědom a činil tak záměrně.¹⁹ V této souvislosti nelze nevzpomenout klasickou kritiku Margaret Meadové (1943) a její interpretace procesu dospívání na Samoa ze strany Dereka Freemana. Ten v knize *Margaret Mead and Samoa: The Making and Unmaking of an Anthropological Myth* (1983) ukazuje, že Meadová své závěry, které generalizovala na celou studovanou populaci, formulovala převážně na základě dat z rozhovorů se dvěma dívkami, bez jejich další *triangulace*. Dívky, jak se po letech jedna z nich Freemanovi dozнала, tehdy 24leté a nezkušené Meadové podávaly záměrně nepravdivé informace, neboť v tom shledávaly juvenilní zábavu.²⁰

V situaci, kdy provádíme výzkum v moderní komplexní společnosti a/nebo populaci, která je příliš rozsáhlá, je přístup bez jakéhokoli výběru vzorku problematický a těžko obhajitelný, neboť lze předpokládat, že v rámci takové populace nebudou kulturní významy a jednání jednotně sdílené, ale budou variovat například podle socioekonomického statusu, dílčí zkoumané lokality apod. Pokud v takové situaci neprovedeme výběr vzorku či použijeme výběr v podobě *sněhové koule* (tzv. *snowball*, viz dále), může se stát, že budeme zkoumat specifický typ jednání, které je např. praktikováno v rámci jedné širší příbuzenské sítě, profesního postavení atd. Naše

19 Na druhou stranu může být výběr „deviantních“ případů i záměrnou strategií, viz dále.

20 K dalším metodologickým nedostatkům výzkumu Meadové souhrnně viz J. C. Johnson 1998:153–155. Naopak k obhajobě metodologického postupu Meadové viz např. Scheper-Hughes 1984, nověji v širším kontextu kritické etnografie též Young 2011:131–150.

generalizace, stejně tak jako generalizace Margaret Meadové, založené na základě interpretaci smyšlených interpretací, budou nutné postrádat externí *validitu*.

Z hlediska toho, zda je či není v rámci výzkumu uplatněn *výběr vzorku*, lze výzkumné projekty rozdělit na výběrové a nevýběrové. Mezi nevýběrové patří typicky kvantitativní šetření celé populace neboli censy. Dále sem lze v kontextu výše uvedených příkladů zařadit i klasické etnografické výzkumy, v rámci kterých je zkoumána celá populace či její podstatná část. Mezi výběrové typy výzkumů patří všechny ty, v rámci nichž dochází k záměrnému výběru *jednotek analýzy* (viz níže), které nám zastupují celek zkoumané populace. V následující části se zaměřím na způsoby *konstrukce vzorku* v rámci výběrových (kvalitativních) výzkumů.

ZKOUMANÁ POPULACE A ZÁKLADNÍ JEDNOTKA ANALÝZY

Při jakémkoli sociálním výzkumu, výběrovém či nevýběrovém, základním nebo aplikovaném, je nezbytné nejprve co nejpřesněji nadefinovat zkoumanou populaci, v kvantitativním výzkumu technicky řečeno *základní soubor*, pro který budou naše závěry platné. Vyjádřeno lapidárně, je nutné zodpovědět otázku, koho chceme zkoumat. V některých případech to může být jednoduché, neboť zkoumaná populace tvoří zdánlivě „přirozeně“ ohraničený celek, jindy, zejména při studiu komplexních společností, to může být velmi obtížné. Každopádně je třeba mít na paměti, že vymezení studované populace je vždy *arbitrárním* krokem, jakkoli se nám její hranice můžou zdát sebevíce „přirozené“. Je to výzkumník, který vybírá kritéria, na základě kterých jsou tyto hranice vymezeny, ač třeba respektuje kritéria aktérská. Jinými slovy, zkoumaná populace je vymezena na základě vybraných charakteristik, které jsou pro lidi v rámci této skupiny chápány jako společné (srv. LeCompte and J. J. Schensul 1999:110, 115–118).

Nejběžnějším kritériem v antropologii jsou hranice prostorové a/nebo hranice vytvářené na základě sdílené či připsané identity. Tou může být etnicita, národnost, kmenová příslušnost atp. Tyto hranice jsou zpravidla chápány staticky i jako hranice kulturní a mají tendenci se jevit jako hranice „přirozené“ a „objektivní“. Zkoumanou populací jsou např. všichni obyvatelé ostrova Tikopia (Firth 1936) nebo Češi a Slováci z Vojvodova, krajaňské obci v Bulharsku (Jakoubek 2010). „Přirozené“ ohraničené populace

mají ze své podstaty obrovskou výhodu v tom, že u nich odpadá problém s identifikací jejich členů. Bud' není třeba vydělovat je v rámci širší populace, protože vymezený prostor se kryje se zkoumanou populací, nebo jsou jejich sdílené charakteristiky natolik zjevné, např. nemluví bulharsky, ale česky, že jejich prázmatem s ostatními populacemi nesplyvají.

V mnoha případech je ovšem konstrukce hranic a potažmo i identifikace členů populace mnohem obtížnější. Zkoumáme-li například bezdomovce v urbánním prostředí moderní společnosti, žádné „přirozené“ hranice k dispozici nemáme. Populace bezdomovců nesdílí žádnou společnou identitu, společné území či jazyk a je velmi heterogenní. Lze samozřejmě namítnout, že jejich sdílenou charakteristikou je - jak triviální - neexistence vlastního domova. Avšak zde je jádro problému, neboť pojem domov postrádá smysuplnou normativní definici (nelze říct, jaké parametry obecně domov má) a pro jakékoli praktické použití je neužitečný. Z tohoto důvodu je implicitně či explicitně populace bezdomovců obyčejně vymezena dle způsobů *bydlení* resp. ne-bydlení. Zkoumaná populace, potažmo získaná data, se tak nutně budou lišit dle toho, jakou normativní definici bydlení pro účely konkrétního výzkumu přijmeme. Můžeme například zkoumat pouze ty osoby, které nemají žádné bydlení, jsou bez střechy nad hlavou a spí tzv. „na ulici“, nebo do základního souboru zahrnout i klienty azylových domů, kteří nemají přístup k bydlení, jež je chápán jako standardní apod.

S vymezením zkoumané populace souvisí i stanovení *základní jednotky pozorování* resp. *jednotky analýzy*. Tou je rozuměna entita, z níž se skládá zkoumaná populace resp. základní soubor a která je nositelem konkrétních dat v rámci analýzy (v případě atribučních dat, viz dále). V sociálních vědách je *jednotkou pozorování* zpravidla jednotlivec nebo skupina osob, například rodina či domácnost, ale též to může být školní třída, město, citace, kniha, časový úsek apod. Stanovení *jednotky pozorování* je důležité zejména v případech, kdy hodláme vytvářet *atribuční* či *relační data* (nebo *prostorová data*), jelikož pro jejich analýzu musí být zřejmé, vůči komu či čemu jsou vztahována, či jsou charakteristikou. Je např. podstatný rozdíl, jestli v rámci dotazníkového šetření sledujeme měsíční příjem jednotlivce, nebo domácnosti. Antropolog Edmund Leach (1967:76–77) v této souvislosti při své kritice využití kvantitativních strukturovaných přístupů v *etnografii* jizlivě konstatuje, že zatímco sociolog hledá v terénu izolované jednotky populace, za které dosazuje čísla, antropolog nahlíží svá data jako systém vztahů.

Ni méně v rámci výzkumu, a to platí zejména pro *etnografii*, se zpravidla operuje zároveň s různými *jednotkami pozorování analýzy*, mezi kterými platí hierarchický vztah. Data můžeme sledovat jak na úrovni jednotlivce, tak např. na úrovni jednotlivých domácností až vesnic. Platí přitom jednoduché pravidlo, které formuluje Bernard (2006:49), že data bychom měli vždy vytvářet na co nejnižší možné úrovni, neboť nižší *jednotku pozorování* (jednotlivce) lze vždy agregovat do jednotky vyšší (domácnost), kdežto naopak nikoli. Pro stanovení základní *jednotky pozorování* platí několik jednoduchých pouček: musí být počítatelná, měřitelná či popsatelná, lokalizovatelná a ohraničitelná (LeCompte and J. J. Schensul 1999:119). Nejjednodušší způsob, jak ji vybrat, je položit si otázku, k čemu se sledované proměnné vztahují.

PRAVDĚPODOBNOSTNÍ A NEPRAVDĚPODOBNOSTNÍ VÝBĚR

Máme-li vymezenou zkoumanou populaci a zvolenou *jednotku pozorování*, je možné přistoupit k *výběru vzorku*. Způsoby výběru se tradičně rozdělují na dvě základní skupiny: *pravděpodobnostní* a *nepravděpodobnostní*. Bernard (2000:144–145, 2006:146–147) poukazuje na důležitou skutečnost, že volba způsobu výběru z jedné či druhé skupiny je primárně určena tím, jaká data hodláme vytvářet: *atribuční data* vyžadují přístupy z první skupiny, kdežto *kulturní data* naopak žádají ty z té druhé. Jinak řečeno, pravděpodobnostní jsou vhodné pro *kvantitativní* výzkum, nepravděpodobnostní pro *kvalitativní* výzkum. V ideální rovině to bezpochyby platí, avšak v praxi pouze částečně.

Jakkoli pouze *pravděpodobnostní* typ výběru zaručuje faktickou reprezentativitu vzorku, která je pro měření *atribučních dat* podstatná, ba nezbytná, daleko běžnější (z příčin, které uvedu níže) jsou v kvantitativním výzkumu *nepravděpodobnostní* typy výběru, konkrétně zejména *kvótní výběr*. Pro praxi kvalitativního výzkumu je uvedena Bernardova poučka směrodatnější, avšak není třeba jí brát nikterak fundamentálně, neboť v některých případech nemusí použití *pravděpodobnostního výběru* nic bránit, jen je to jednoduše řečeno zcela zbytečné (viz níže). Z těchto důvodů, ale zejména s ohledem na primární zaměření této kapitoly, kterou je kvalitativní metodologie, se první skupině výběrů budu věnovat velmi stručně.

1 Pravděpodobnostní typy výběru

Mezi pravděpodobnostní neboli náhodné typy výběrů jsou řazeny prostý náhodný výběr, systematický výběr, náhodný stratifikovaný výběr, více-
stupňový náhodný výběr a jejich další případné variace. Je zbytečné se pro účely tohoto textu zdržovat s jejich popisem, vynikajícím a zábavným způsobem tak činí např. Miloslav Disman v oblíbené učebnici *Jak se vyrábí sociologická znalost* (2002:96–111), pouze chci poukázat na jejich obecnou logiku a důvody, proč jsou důležité pro vytváření kvantifikovatelných *atribučních dat*, třebaže se nepoužívají tak často, jak by se mohlo z dogmatických proklamací v některých učebnicích zdát, a proč je jejich použití pro vytváření *kulturních dat* resp. kvalitativní přístupy zbytečné.

Pro náhodné výběry platí obecné a jednoduché pravidlo, které říká, že každá jednotka populace má bez ohledu na své kvality stejnou pravděpodobnost, že bude vybrána do zkoumaného vzorku. Z toho vyplývá jejich nejdůležitější vlastnost: náhodně vybraný vzorek má podobnou distribuci všech známých i neznámých charakteristik jako celá populace. Míra této „podobnosti“ je - v případě prostého náhodného výběru - samozřejmě závislá na velikosti vzorku a rozptýlu hodnot populace, přičemž se logicky zvyšuje s tím, jak se zvyšuje velikost vzorku. To, jak se vzorek u sledovaných proměnných odlišuje od zkoumané populace, je možné navíc za určitých podmínek vypočítat, čímž lze odhadnout jeho spolehlivost.²¹ Stručně a zjednodušeně, pouze náhodný výběr může za ideálních podmínek nabídnout více či méně reprezentativní vzorek. Pro kvantitativní analýzu dat, která stojí a padá s distribucí proměnných v rámci vzorku, to je vlastnost více než důležitá.

Abychom však mohli uplatnit pravděpodobnostní typ konstrukce vzorku, musíme mít k dispozici *oporu výběru* (*sampling frame*) neboli seznam všech jednotek zkoumané populace, tj. kupříkladu lidí či domácností, ze

21 Spolehlivost pouze z hlediska rozdílu v distribuci sledovaných proměnných neboli výběrové chyby, nikoli z hlediska ostatních možných a podstatnějších zkreslení resp. chyb v šetření (viz Krejčí 2008:25–30).

kterého je možné náhodný výběr provést.²² Tato podmínka je tím limitivnějším faktorem, proč jsou pravděpodobnostní typy výběru v praxi relativně málo používané. Dostupnost kvalitních opor je problematická, a to zejména u těch populací, které stojí v centru zájmu antropologie. Avšak i v případě komplexních společností s rozvinutým byrokratickým aparátem, který vede evidenci všech svých členů, je získání opory pro výzkumné účely zpravidla omezeno či zcela znemožněno zákony, nejedná-li se o výzkum pro samotnou potřebu tohoto aparátu. To platí i v případě České republiky, které jsou občané evidováni v Centrálním registru obyvatel, spravovaném Ministerstvem vnitra, do kterého byl přístup pro účely akademického výzkumu uzavřen v roce 1993. Zákon na ochranu osobních dat z roku 2001 a jeho následné novelizace navíc zpřísnily využívání komerčních databází s osobními údaji (Krejčí 2008:57–62). V důsledku uvedených faktorů jsou pravděpodobnostní výzkumy velmi těžko realizovatelné a při vytváření atribučních dat je častěji uplatňován *kvótní výběr*.

A jak je to s pravděpodobnostním výběrem v kvalitativním výzkumu? Vpravdě nejsou žádné důvody, proč by měl být žádoucí. V některých ohledech je tomu přímo naopak. Za prvé, jak již bylo několikrát zdůrazněno, v kvalitativním antropologickém výzkumu nejde o měření distribuce individuálních proměnných v rámci vzorku, jež by byly reprezentativní vůči zkoumané populaci, ale o pochopení a interpretaci kulturních dat, která jsou více či méně sdílena v rámci zkoumané populace. Za druhé, kvalitativní výzkum z hlediska své logiky obvykle pracuje s tak malým vzorkem zkoumané populace, že i kdybychom chtěli, aby byl reprezentativní, tak nebude. Za třetí, jak bylo uvedeno, antropologové se obvykle zajímají o takové populace, pro které není k dispozici žádná opora výzkumu, natož aby byla známa distribuce zkoumaných proměnných pro kontrolu spolehlivosti výběrového vzorku.²³ Za čtvrté a v návaznosti na předchozí, při náhodném výběru malého vzorku se nám může stát, že jeho složení nebude odpovídat výzkumným potřebám – nebudou v něm zastoupeny ty charakteristiky, které jsou potřebné. Za páté, v kvalitativním výzkumu, což platí

22 Existují i „pravděpodobnostní“ výběry, které se obejdou bez opory, jako například „náhodná procházka“, řazená mezi stratifikované náhodné výběry (viz například Krejčí 2008:60), nebo tzv. „shlukový výběr“ (Bernard 2006:157–158).

23 Viz předchozí poznámka pod čarou.

zejména pro klasickou *etnografii*, jejímž pilířem je spolupráce s (*klíčovými*) *informátory*, nikoli *respondenty* (viz dále), si nejsou všichni zástupci *zkoumané populace*, přiznejme si to, rovni. Někteří jsou pro výzkum vhodnějšími kandidáty než jiní, protože jejich znalosti vlastní kultury a schopnosti její reflexe a v neposlední řadě i osobní sympatie umožňují výzkumníkovi získat hlubší vzhled a „bohatsí“ data. Náhodný výběr *klíčových informátorů* by byl z definice jejich role kontraproduktivní, je smysluplnější vybrat je účelově, na základě *nepravděpodobnostního výběru* (Bernard 2006:143; Marshall 1996:523).

2 Nepravděpodobnostní typy výběru

Základním znakem nepravděpodobnostních přístupů ke konstrukci vzorku je, jak vyplývá z jejich označení, že někteří členové zkoumané populace mají vyšší pravděpodobnost, že budou vybráni do výzkumu než jiní. Hlavními zástupci této skupiny výběrů jsou *kvótní výběr*, *účelový výběr* a jeho odlišná variace, *řetězový výběr*, označovaný též jako „*sněhová koule*“, a *příležitostný* neboli *nahodilý výběr*. Jedná se o způsoby výběrů respondentů a případně i *informátorů*, které jsou v praxi hojně využívány jak při analýze *atribučních dat* (kvótní výběr), tak i *dat kulturních* (zejména účelový a řetězový výběr) či *relačních* (řetězový výběr).

2.1 Kvótní výběr

Kvótní výběr, někdy chápáný jako podkategorie účelového výběru, je, troufám si tvrdit, nejrozšířenějším způsobem konstrukce vzorku v *kvalitativním* výzkumu, ale je použitelný i při kvalitativním dotazování většího rozsahu, kdy chceme, aby náš vzorek měl podobné rozložení z hlediska vybraných socio-demografických ukazatelů jako *zkoumaná populace*. To jest, cílem kvótního výběru je imitovat relativní distribuci vybraných charakteristik zkoumané populace, které jsou v rámci vzorku považované za *stejnější*. V případě výzkumů obecného zaměření, například při průzkumu veřejného mínění, se nejčastěji jedná o pohlaví, věk, vzdělání a místo bydliště.

Nezbytným předpokladem a hlavním limitem aplikace kvótního výběru je, že musíme znát složení *zkoumané populace* z hlediska zvolených charakteristik, abychom mohli stanovit *výběrové kvóty*. Těmi rozumíme počty toho, kolik kterých jednotek s určitými charakteristikami (například kolik mužů v určitém věku) vybrat, aby jejich relativní distribuce v rámci vzorku odpovídala distribuci v celé populaci. Představte si, že například provádíte kvanitativní dotazníkové šetření na populaci občanů města Pardubic starších 15 let. Aplikace *pravděpodobnostního výběru* není možná, jelikož není k dispozici *opora výběru* v podobě seznamu občanů tohoto města. Nicméně je možné použít kvótní výběr, pakliže si stanovíme kvóty v podobě pohlaví, věku a místa bydliště na úrovni městských obvodů, jejichž vzájemné rozložení lze získat běžně. Jak v takovém případě může vypadat rozdělení četností a výběru, ilustrují níže uvedené tabulky (tzv. *sampling grid*).

SLOŽENÍ OBČANŮ DLE MĚSTSKÝCH OBVODŮ, VĚKU A POHLAVÍ

	MO 1		MO 2		MO 3		MO 4		MO 5		MO 6		MO 7	
	M	Ž	M	Ž	M	Ž	M	Ž	M	Ž	M	Ž	M	Ž
15 - 19 let	553	495	543	561	402	391	123	114	436	377	153	152	160	138
20 - 29 let	1357	1194	1045	991	1168	1213	338	343	1086	1066	335	307	402	392
30 - 44 let	2704	2303	2133	2242	1543	1640	530	512	1721	1781	663	678	687	656
45 - 59 let	2247	2326	1631	1666	1827	1984	563	585	1590	1642	516	492	647	700
60 let	2215	3089	2258	3182	1667	2121	537	628	1787	2625	499	706	590	685

KVÓTNÍ TABULKA PRO VZOREK 511 RESPONDENTŮ

	MO 1		MO 2		MO 3		MO 4		MO 5		MO 6		MO 7	
	M	Ž	M	Ž	M	Ž	M	Ž	M	Ž	M	Ž	M	Ž
15 - 19 let	4	3	4	4	3	3	1	1	3	3	1	1	1	1
20 - 29 let	9	8	7	7	8	8	2	2	7	7	2	2	3	3
30 - 44 let	18	15	14	15	10	11	4	3	11	12	4	5	5	4
45 - 59 let	15	16	11	11	12	13	4	4	11	11	3	3	4	5
60 let	15	21	15	21	11	14	4	4	12	18	3	5	4	5

Ačkoli nám kvótní výběr nabízí vhodné řešení z hlediska vynaložených nákladů a vybraných vlastností populace, trpí značnými nedostatky, které jsou zjevné a pro analýzu *atribučních dat* jsou ústřední. Kromě omezené použitelnosti z důvodu nutné znalosti složení *zkoumané populace* je hlavním problémem fakt, že takto konstruovaný vzorek je reprezentativní pouze z hlediska vybraných a známých vlastností populace a nutně ignoruje celou řadu jiných, které mohou být podstatné. Ve výše uvedeném příkladě to může být mimo jiné např. příjem, vzdělání, typ zástavby, rodinný stav, počet dětí a celá řada dalších proměnných.²⁴

Kvótní vzorky mají bohužel tendenci být zkreslené a trpí nadreprezentací určitých skupin obyvatel, u kterých je vyšší pravděpodobnost, že budou v době šetření k zastizení a budou s účastí na výzkumu souhlasit. Typicky se jedná o nezaměstnané osoby a osoby z nižších příjmových skupin, ženy na mateřské apod. Proto je žádoucí kvótní výběr kombinovat např.

24 Jejich rozložení v populaci občanů města Pardubic navíc buď není známo, nebo je neaktuální.

s náhodnou procházkou (viz výše) a dalšími postupy, které snižují riziko jejich zkreslení a zavádějí prvek náhody. S výsledky kvantitativních výzkumů založených na kvótním výběru je tedy třeba, jak dokládají selhání různých průzkumů veřejného mínění, zacházet velmi obezřetně a nelze je označovat obecně za reprezentativní, jak s oblibou činí výzkumné agentury. Na druhou stranu, jak poznamenává Bernard (2006:144), je kvótní výběr vhodný například v kognitivní antropologii při *analýze kulturních domén*, kde lze předpokládat nízkou intrakulturní variaci, jež není výrazně ovlivněna neznámými charakteristikami *zkoumané populace*.

2.2 Účelový výběr

Účelový výběr (*purposive sampling*)²⁵, který je bezpochyby nejpoužívanějším přístupem ke konstrukci vzorku v *kvalitativním* výzkumu (srv. Given 2008:697), je do jisté míry podobný *kvótnímu* výběru; oba mohou na první pohled v některých případech vzájemně splývat. Stejně jako kvótní výběr je i ten účelový založen na výběru kritérií, která by měli *respondenti* či *informátoři* pro účely daného výzkumu splňovat, avšak s tím rozdílem, že nečerpá z celkového rozložení určitých znaků ve zkoumané populaci, ale vychází čistě z názoru výzkumníka na to, kolik a jakých *respondentů/informátorů* bude zahrnuto do výběru (Bernard 2006:145). Řečeno výstižně slovy Miloslava Dismana, „účelový výběr je založen pouze na úsudku výzkumníka o tom, co by mělo být pozorováno, a o tom, co je možné pozorovat“ (2002:112). Ovšem pozor, to neznamená, že do výzkumu lze zařadit kohokoli či cokoliv! Úsudek výzkumníka by měl být kvalifikovaně podložen a kritéria výběru jednotek do výzkumu by měla být jasně definována a zdůvodněna.

25 Někdy též nazývaný *úsudkový výběr* (*judgment/judgemental sampling*; Babie 2007:184; Bernard 2006:145), *záměrný výběr* (*purposeful sampling*; Patton 2001:230) nebo *výběr založený na kritériích* (*criterion-based sampling*; S. L. Schensul, J. J. Schensul, and LeCompte 1999:236). V některých učebnicích (Given 2008:697) je výběr založený na kritériích chápán jako podskupina účelového výběru, avšak osobně se přikláním k názoru, že *proces nepravděpodobnostního výběru je ex definitione vždy založen na stanovení kritérií výběru*. V opačném případě se nutně jedná o náhodný či nahodilý výběr.

V rámci účelového výběru bývá rozlišována celá řada jeho dílčích specifických variant, resp. podkategorií. Tyto podkategorie se u různých autorů liší, avšak mezi ty, které se objevují nejčastěji, patří především následující (Bernard 2006:145–147; Given 2008:697–698; Henry 1990:20–23; Patton 2001:230–244; Ritchie and Lewis 2003:79–80; S. L. Schensul, J. J. Schensul, and LeCompte 1999:236–240; Teddlie and Yu 2007):

1. Výběr typických případů (*typical case sampling*)

Jak samotný název vypovídá, jedná se o typ účelového výběru, při kterém jsou záměrně vybráni respondenti, kteří se z hlediska zvolených kritérií ničím významně neodlišují od ostatních v rámci sledované populace, resp. jsou příznační pro studované téma. Stejně jako následující přístupy, i výběr typických případů samozřejmě předpokládá, že pro takový úsudek máme dostatek informací o sledované populaci.

2. Výběr extrémních či deviantních případů (*extreme or deviant case sampling*)

Jedná se o přesný opak předchozího, kdy se záměrně vybírají ty případy, které v rámci sledované populace vybočují z hlediska nějakých kritérií z řady ve vztahu ke zkoumanému fenoménu. Cílem využití tohoto přístupu může být předpoklad, že extrémní či deviantní případ nám může poskytnout velmi bohaté a cenné informace, neboť výjimečná zkušenost a/nebo postavení tohoto subjektu v sociálním prostoru v sobě „zřetelněji“ odráží objektivní struktury zkoumaného fenoménu.

3. Výběr intenzivních případů (*intensive case sampling*)

Na rozdíl od předchozího není výběr intenzivních případů založen na výběru takových případů, které jsou neobvyklé či krajní, ale na těch, o kterých se domníváme, že výrazně reprezentují zkoumaný problém.

4. Výběr heterogenních nebo homogenních případů (*homogenous/heterogeneous case sampling*)

Smyslem výběru heterogenních případů je zahrnout do výběrového vzorku vzájemně různorodé subjekty z hlediska vybraných charakteristik, které jsou pro zkoumaný fenomén podstatné, resp. jsou podstatné z důvodů vymezení a složení *zkoumané populace*. Předpokladem a cílem tohoto přístupu je, že *zkoumaný vzorek* je v poměru k jeho heterogenitě dostatečně velký, abychom v rámci analýzy a interpretace dat dokázali identifikovat témata, která jsou společná pro vzájemně

odlišné subjekty. Obecně je tedy výběr heterogenních případů lépe použitelný při explorativním typu výzkumu většího rozsahu a naopak výběr homogenních případů tehdy, chceme-li se zaměřit na detail a pracujeme-li s menším počtem *respondentů*, případně používáme-li techniku *zaměřovaných skupin* (Patton 2001:234–235).

5. Výběr kritických případů (*critical case sampling*)

Při použití tohoto postupu jsou záměrně vybrány takové případy, o kterých se domníváme, že jsou měřítkem pro zkoumaný problém. Patton (2001:236–237) uvádí, že výběr kritických případů můžeme parafrázovat obratem „pokud se tomu tak děje v tomto případě, pak se to musí nutně dít i jinde“, resp. „jestli má tato skupina problémy, můžeme si být jisti, že všechny ostatní skupiny mají tyto problémy také“. Tento způsob konstrukce vzorku najde uplatnění nejen při evaluačních kvalitativních výzkumech, ale zejména, což je důležité zdůraznit, lze ve své podstatě za výběr kritických případů obecně považovat volbu *klíčových informátorů* v etnografickém výzkumu (srv. Bernard 2006:146).

6. Výběr založený na teorii (*theory based sampling*)

Jde o konstrukci vzorku, při které jsou pro výběr *respondentů* stanovena taková kritéria, která vycházejí ze zvolené nebo rozvíjené teorie. Denzin (2009:81–97) rozlišuje mezi interaktivním a neinteraktivním přístupem, kdy cílem druhého je vybrat takové případy, které potvrzují nebo naopak vyvracejí *a priori* danou teorii. Interaktivní přístup je charakteristický pro *zakotvenou teorii* a je naopak založen na indukci, při níž jsou jednotlivé případy vybírány následně, až na základě analýzy dat získaných z předchozího případu, aby docházelo k postupné saturaci rozvíjené teorie. Řečeno slovy samotných autorů *zakotvené teorie*, jedná se o „výběr na základě vznikajících konceptů s cílem odhalit rozsah nebo různé podmínky, za kterých se charakteristický koncept mění“ (Strauss and Corbin 1998:78; citace dle Patton 2001:239).

2.3 Sněhová koule (*snowball*)

Způsob výběru *respondentů* nebo *informátorů* nazývaný „sněhové koule“ (*snowball*), někdy též označovaný jako *řetězový (chain)* nebo *referenční výběr (referral sampling)*, je typ *nepravděpodobnostního výběru*, který je zpravidla chápán jako synonymum pro výběr *respondentů* či *informátorů*

v *etnografii*. To z toho důvodu, že je vhodný v případě výzkumu obtížně dostupných (skrytých) populací (bezdromoců, drogově závislých, nelegálních imigrantů apod.) či populací, o kterých nemáme žádné nebo jen kusé informace (srv. např. Babbie 2007:184–185; Berg 2001:33; Bernard 2011:147; Given 2008:816; Trotter II and J. J. Schensul 1998:705), tedy populací, které jsou tradičně v centru pozornosti antropologů.

Snowball je založen na jednoduchém principu, kdy je nejdříve do výzkumu zahrnuta jedna nebo více osob ze *zkoumané populace*, na které máme prvotní kontakt - např. díky doporučení *expertního informátora* -, a další osoby jsou do *zkoumaného vzorku* vybrány na základě jejich doporučení, zprostředkování kontaktu. *Respondenti* či *informátoři* jsou tedy na sebe průběžně „nabalováni“ – odtud metafora sněhové koule. Tento postup - užitečný pro obtížně dostupné populace - má ze své podstaty jednu velkou nevýhodu, které není v praxi věnována dostatečná pozornost. Nemám tím na mysli fakt, že takový způsob výběru není reprezentativní, jak naivně upozorňují někteří autoři (Creswell 2011:146), to automaticky vyplývá z podstaty *nepravděpodobnostních přístupů*, ale skutečnost, že při tomto postupu dochází více nebo méně k rekrutaci jedinců z jedné sociální sítě.²⁶ Tím se výrazně zvyšuje riziko zkreslení dat, jelikož v rámci této sítě může docházet ke sdílení partikulárních významů a jednání, které nejsou obvyklé pro celkovou zkoumanou populaci, čemuž nezabrání ani případná *triangulace*. Lapidárně řečeno, může se stát, že zkoumáme extrémní případy (viz výše), aniž bychom to vůbec věděli (Given 2008:816; Jupp 2006:280).

2.4 Příležitostný (nahodilý) výběr

Pro úplnost je v přehledu *nepravděpodobnostních způsobů* výběru vzorku třeba ještě krátce zmínit *příležitostný* neboli *nahodilý výběr*, který ovšem - jakkoli se tak jmenuje - výběrem není, protože se jedná o postup, kdy jsou do výzkumu zahrnuti ti jedinci ze zkoumané populace, kteří jsou zrovna výzkumníkově k dispozici a jsou ochotni na výzkumu participovat. Nevý-

²⁶ Proto je tento způsob výběru vhodný při analýze sociálních sítí (včetně odkazů na konkrétní studie viz Wasserman and Faust 1994:33–35).

hody takového postupu jsou - s ohledem na to, co již bylo ke konstrukci vzorku řečeno - myslím dost jasné a není třeba je dále rozebírat. Přesto se jedná o přístup, který je zejména v antropologii vcelku běžný, neboť mnohdy je jediným možným.

3 „Výběr“ informátorů

V tomto textu rozlišuji mezi *respondenty* a *informátory*. Za respondenty označuji v souladu s některými autory (např. Bernard 2011:149; Babbie 2007:186; Fetterman 2009) osoby, které odpovídají na (přímé) otázky kladené výzkumníkem v rámci *strukturovaného* nebo *polostrukturovaného* dotazování. Jde o termín, který je používán spíše v sociologii, zatímco v antropologii se v kontextu etnografického výzkumu z podstaty jeho tradice (*zúčastněné pozorování* a dlouhodobý charakter) dává přednost termínu *informátor*.²⁷ Za informátora je totiž považována osoba, se kterou výzkumník přichází do přímé, intenzivnější a dlouhodobější interakce a získává od ní data i jiným způsobem než přímým dotazováním, na rozdíl od *respondenta*, se kterým výzkumník v interakci vstoupit vůbec nemusí anebo ji může navázat pouze jednorázově, za účelem provedení *rozho- voru*. Z *respondenta* se pochopitelně může kdykoli v průběhu výzkumu stát informátor a informátor kdykoli v průběhu výzkumu (obvykle na jeho počátku) může hrát roli *respondenta*.

Z hlediska *konstrukce vzorku* je mezi těmito kategoriemi jeden podstatný rozdíl, o kterém byla již řeč výše: zatímco respondenty lze vybírat jakýmkoli *pravděpodobnostními* i *nepravděpodobnostními* způsoby, informátory lze z podstaty uvedené charakteristiky získat jen na základě *účelového výběru*. Informátorem nemůže být náhodně vybraná osoba, ale pouze člověk, se kterým může výzkumník navázat kvalitní *rapport* a který je schopný a ochotný mu zprostředkovat *kulturní data* nad rámec přímého a jedno- rázového dotazování. V *etnografii* bývají vedle „běžných“ informátorů na- víc odlišování *klíčoví informátoři*, tj. aktéři, se kterými výzkumník navazuje

27 Velmi často se lze v českém odborném jazyce setkat s výrazem „informant“ místo „informátor“, ale nepodařilo se mi nalézt žádné důvody, proč by tento výraz, který spisovná čeština nezná, měl být vhodnější než druhý.

vztah na úrovni velmi blízké přátelství. Může se jednat o jednu jedinou osobu (srv. klasický příklad Whyte 1993), která je etnografovi spíš průvodcem a kolegou výzkumníkem než zkoumanou osobou.²⁸ Klíčového informátora si *etnograf* nevybírá, a to ani účelově, ale klíčovým informátorem se do- týčný jedinec stává v průběhu výzkumu na základě vzájemného poro- zu- mění.²⁹

VELIKOST VZORKU V KVALITATIVNÍM VÝZKUMU

Jestliže neexistuje jednoznačné a použitelné pravidlo, které by stanovilo velikost zkoumaného vzorku v kvantitativním výzkumu, vyjma praktic- ké rady „snažme se vytvořit co největší vzorek, jaký nám naše finanční a časové podmínky dovolují“ (Disman 2002:102–103)³⁰, je nasnadě, že v kvalitativním výzkumu, který podléhá menší míře struktury a konstruk- ci vzorku je věnována pozornost spíše okrajově, bude chybět zcela, natož například konkrétně v etnografii, která tradičně sází na nestrukturované přístupy vytváření dat.

Téma velikosti vzorku v kvalitativním výzkumu lze v podstatě uzavřít a vy- čerpat v jediné větě: neexistuje žádný obecně platný způsob, na základě kterého by šlo stanovit, kolik *respondentů/informátorů* je třeba do výzkumu zahrnout. Vždy záleží na souvislostech konkrétního výzkumu a lze se řídit pouze zkušeností výzkumníka. Případná praktická rada by v tomto ohle- du nesměřovala ani tak k velikosti vzorku jako spíše ke kvalitě *rapportu* a mohla by znít: „Snažme se navázat co nejdůkladnější výzkumný vztah se zkoumanými aktéry, jaký nám dovoluje sociální kontext, časové a pří- padně finanční podmínky, abychom získali co nejpodrobnější znalosti

28 Například Jesús Salinas Pedraza, klíčový informátor H. R. Bernarda z výzku- mu v Mexiku, je i spoluautorem jeho dvou knih (Bernard and Pedraza 1978, 1989).

29 Dále viz slovníček vybraných pojmů.

30 V případě kvantitativního výzkumu samozřejmě existují určité statistické postu- py (interval spolehlivosti), na základě nichž lze zvolit optimální velikost vzorku, ale citovaný Miroslav Disman se snaží upozornit na to, že tyto postupy nejsou univerzálně platné a aplikovatelné.

o zkoumaném problému.“ Celou problematiku velikosti vzorku si dovolím uzavřít opět výstižnou citací Miroslava Dismana: „Teoretizování o velikosti vzorku patří spíše na stránky učebnic než do praxe.“ (2002:102)³¹

METODY VYTVÁŘENÍ DAT

Volba konkrétní techniky (*metody*), prostřednictvím které budou vytvářena *primární data* pro účely konkrétního výzkumu, je vždy závislá na mnoha různých faktorech. Mezi ty stěžejní lze zařadit pochopitelně samotné cíle výzkumného projektu, které jsou na druhou stranu vždy značně ovlivněny disponibilními finančními zdroji a časovou dotací na realizaci výzkumu. Dále je to velikost, charakter a dostupnost cílové populace (vzorku) a v návaznosti na předchozí i typ dat, která hodláme vytvářet. V případě aplikovaného výzkumu se k tomu ještě přidává rozhodovací úloha zadavatele výzkumu, který může v rámci *výzkumného rámce* sám specifikovat a vyžadovat, jakým postupem budou data získávána. Ne vždy musí být tento požadavek v souladu s názorem výzkumníka (viz příklad části věnující se *zaměřovaným skupinám*), který sám musí zvážit, zda za daných podmínek je či není výzkum realizovatelný a zda je ochoten se na něm podílet.

Obecně, byť připouštím značnou míru zjednodušení a celou řadu výjimek (např. *analýza kulturních domén* v kognitivní antropologii), lze v kontextu uvedeného konstatovat, že nestrukturované přístupy jsou vhodné pro komplexnější výzkumné cíle, dlouhodobější výzkumné projekty a/nebo projekty, jejichž cílová populace je méně známá, obtížně vymezitelná a dostupná. Z uvedeného vyplývá, že projekty základního výzkumu využívají „klasickou etnografii“ (dlouhodobé zúčastněné pozorování) častěji než projekty aplikované. Ty naopak z uvedených důvodů více využívají polostrukturované techniky, jež umožňují intenzivnější vytváření dat v kratším časovém úseku, byť samozřejmě na úkor jejich „hloubky“. Zřejmě nejčastějším nástrojem vytváření dat v aplikovaném sociální výzkumu jsou proto *polostrukturované rozhovory* a velmi populární jsou v posledních dvaceti

31 Nicméně existují určité způsoby, které se snaží velikost vzorku v kvalitativním výzkumu vyhodnotit. Jeden z nich nabízí Guest, Bunce a Johnson (2006) na základě analýzy míry dosažené saturace během analýzy dat. Tento postup ovšem dokáže zhodnotit velikost vzorku *ad post*, nikoli stanovit ji *dopředu*.

letech i *zaměřované skupinové rozhovory (fokusní skupiny)*. Tyto techniky nyní představím s tím, že zaměřovanému skupinovému rozhovoru se budu věnovat o něco detailněji.

OBEZNÁ TYPOLOGIE TECHNIK VYTVÁŘENÍ DAT

TECHNIKY VYTVÁŘENÍ DAT					
A. Založené na dotazování					
Nestrukturované		Polostrukturované		Strukturované	
Etnografický rozhovor	Neformální rozhovor	Individuální rozhovor	Skupinový rozhovor	Analýza kulturních domén	Dotazník
B. Kombinace			C. Bez dotazování		
Zúčastněné pozorování			Nezúčastněné pozorování		Analýza dokumentů
kulturní data				atribuční	

POLOSTRUKTUROVANÝ ROZHOVOR

Různé typy dotazování produkují různá data a jsou vhodné pro různé typy výzkumů. Strukturované dotazování je příhodné pro vytváření *atribučních* a *relačních dat* a jejich kvantitativní analýzu na základě měření za využití statistických postupů. Cílem je vyvrácení či potvrzení *a priori* stanovených hypotéz u *atribučních dat* nebo nalezení vztahu u *relačních dat*. Polostrukturované a nestrukturované dotazování je naopak příznačné pro produkci *kulturních dat* a jejich kvalitativní analýzu, při níž dochází k interpretaci významu, na základě které jsou formulovány koncepty a teorie. Nestrukturované dotazování má pro aplikované výzkumné projekty jednu velkou nevýhodu, která je ovšem na druhé straně jeho velkou výhodou: výzkumník má malou (*etnografický rozhovor*) či vůbec žádnou (*neformální rozhovor*) kontrolu nad jeho průběhem, a tedy *de facto* i nad daty, která z něho vzejdou. Z toho plyne, že *nestrukturované rozhovory* je extrémně časově náročný, ale poskytuje velmi validní data, neboť *informátor* (u tohoto typu dotazování nelze hovořit o *respondentech*, viz slovníček vybraných pojmů) je spolu s *etnografem* vytváří ve více či méně přirozeném a širokém (kulturním) kontextu. Proto je v aplikovaném výzkumu zpravidla více