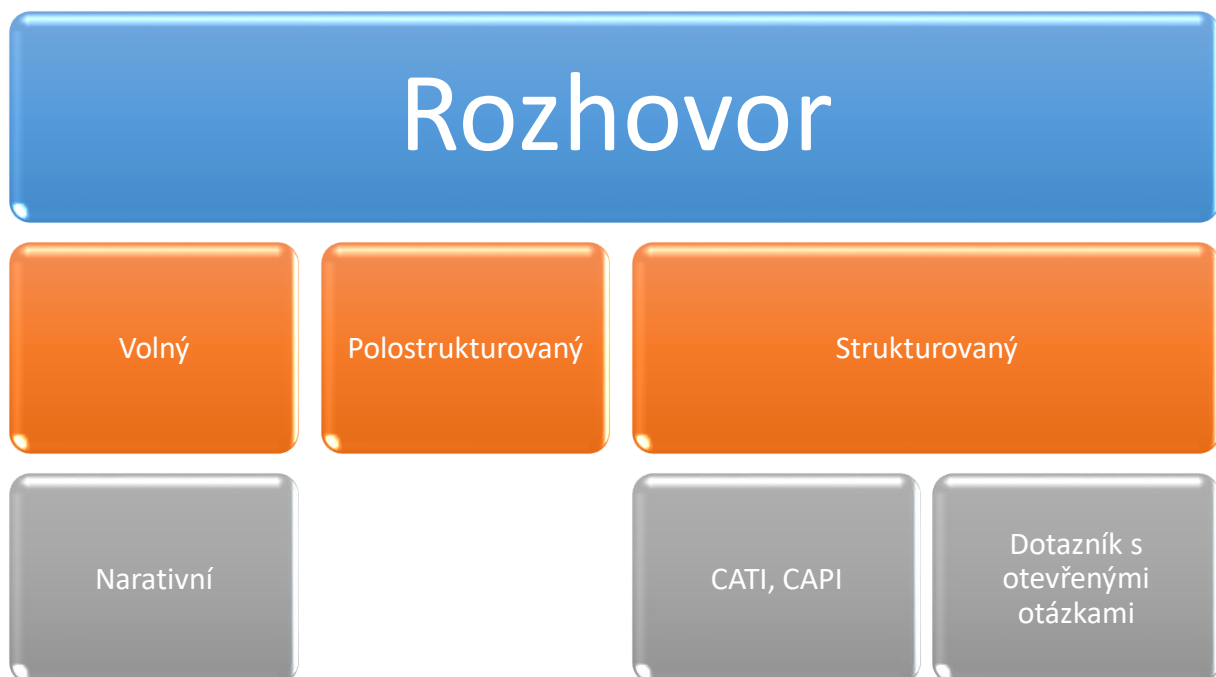


## Rozhovor

V běžném životě, když budete chtít zjistit nějakou informaci, kterou ví určitý člověk, tak se s ním spojíte (přijdete za ním, zatelefonujete mu) a na tuto informaci se zeptáte. V takovém případě jste použili metodu **rozhovoru** (angl. *interview*), což je naprosto běžná forma mezilidské komunikace. Pokud označujeme rozhovor za vědeckou metodu, měla by však splňovat i určité další parametry. Mělo by jít o metodicky vedený proces za účelem získání požadovaných informací, který je záměrný (nevyužívá náhodně získané informace), je v pořádku z hlediska etiky výzkumu a je určitým způsobem zaznamenáván. Rozhovor je obecně nejjednodušší metoda dotazování, což ovšem neznamena, že by na výzkumníka nekladl vysoké požadavky. Ba naopak, profesionální kvalitativní rozhovor sice postrádá vyšší míru standardizace, ale o to větší nároky klade na samotného výzkumníka. Mnohdy je totiž jednodušší sledovat předem připravený sled otázek, než se doptávat na podrobnosti a improvizovat při volných rozhovorech.



Obr. 4 Rozhovor – základní dělení a specifické případy

Rozhovor může mít tři základní podoby (viz obr. 4), kdy podle míry standardizace jej dělíme na volný, polostrukturovaný a strukturovaný. Specifickou formou volného rozhovoru je narativní rozhovor; strukturovaný rozhovor se pak může z metodologického hlediska poněkud překrývat s dotazníkem, kde jsou všechny otázky otevřené. Rozhovor může být kvalitativní i kvantitativní metodou, častější je ovšem jeho využití pro kvalitativní výzkum. U rozhovorů, které jsou určeny pro kvantitativní zpracování, je důležitá vysoká míra standardizace, aby výsledky bylo možné rychle a jednoduše zpracovávat.

**Volný rozhovor** je typicky kvalitativní metodou. Při dotazování poskytuje výzkumníkovi nejvíce volnosti, neboť nemá žádnou jasně danou strukturu, plyne přirozeně, bývá často neformální, uvolněný a připomíná nejvíce běžnou konverzaci. Otázky výzkumníka vznikají přirozeně během rozhovoru, nejsou připravené předem (i když výzkumník by měl rámcově vědět, jaké informace chce získat). Při jeho použití je třeba myslet na to, jakým způsobem budeme zaznamenávat důležité a zajímavé informace – v některých případech rozhovor nahráváme na mobil nebo diktafon, někdy si děláme poznámky ručně a v určitých případech může být nejlepší si poznámky nedělat vůbec a informace si jen pamatovat. Pokud si totiž při rozhovoru nic nezaznamenáváme, respondent se cítí jako při běžném

hovoru a rozhovor tak je mnohem více spontánní a přirozený. Někdy dokonce respondent ani nemusí vědět, že je objektem vědeckého zájmu. V takovém případě je však nutné zvážit, zda naše chování je v souladu s výzkumnickou etikou.

Poté, co je rozhovor u konce, je třeba vyřešit, jakým způsobem data zaznamenejeme. Pokud jsme si dělali poznámky, je vhodné je přepsat do elektronického dokumentu dříve, než je ztratíme. V případě, že jsme rozhovor nahrávali, je dobré jej doslova přepsat, nebo alespoň jeho důležité pasáže. Pokud jsme nic nezaznamenávali, je vhodné poznamenat si získané informace co nejdříve, než je zapomeneme. Při přepisování je dobré zhodnotit, co všechno stojí za zaznamenání. Mohou to být celé věty nebo skupiny vět, které výstižně popisují určitý fenomén, který nás zajímá, nebo naše vlastní poznámky, které sumarizují obsah sdělení respondenta. Při této sumarizaci by měly být vystiženy klíčové pojmy, které respondent použil a jejich vzájemné vztahy.

*Příklad zápisu sumarizovaného sdělení respondenta:*

*Sdružení přátel Povidlova – parta kolem současného starosty, nechala zchátrat místní kulturní dům a fotbalové hřiště, jde na ruku developerům*

*Sdružení Pro Povidlov krásnější – občané, kteří jsou nespokojeni se současným starostou, chtějí investovat do opravy kulturního domu a pokácet stromy na fotbalovém hřišti, nechtějí výstavbu v lokalitě Před povidlem*

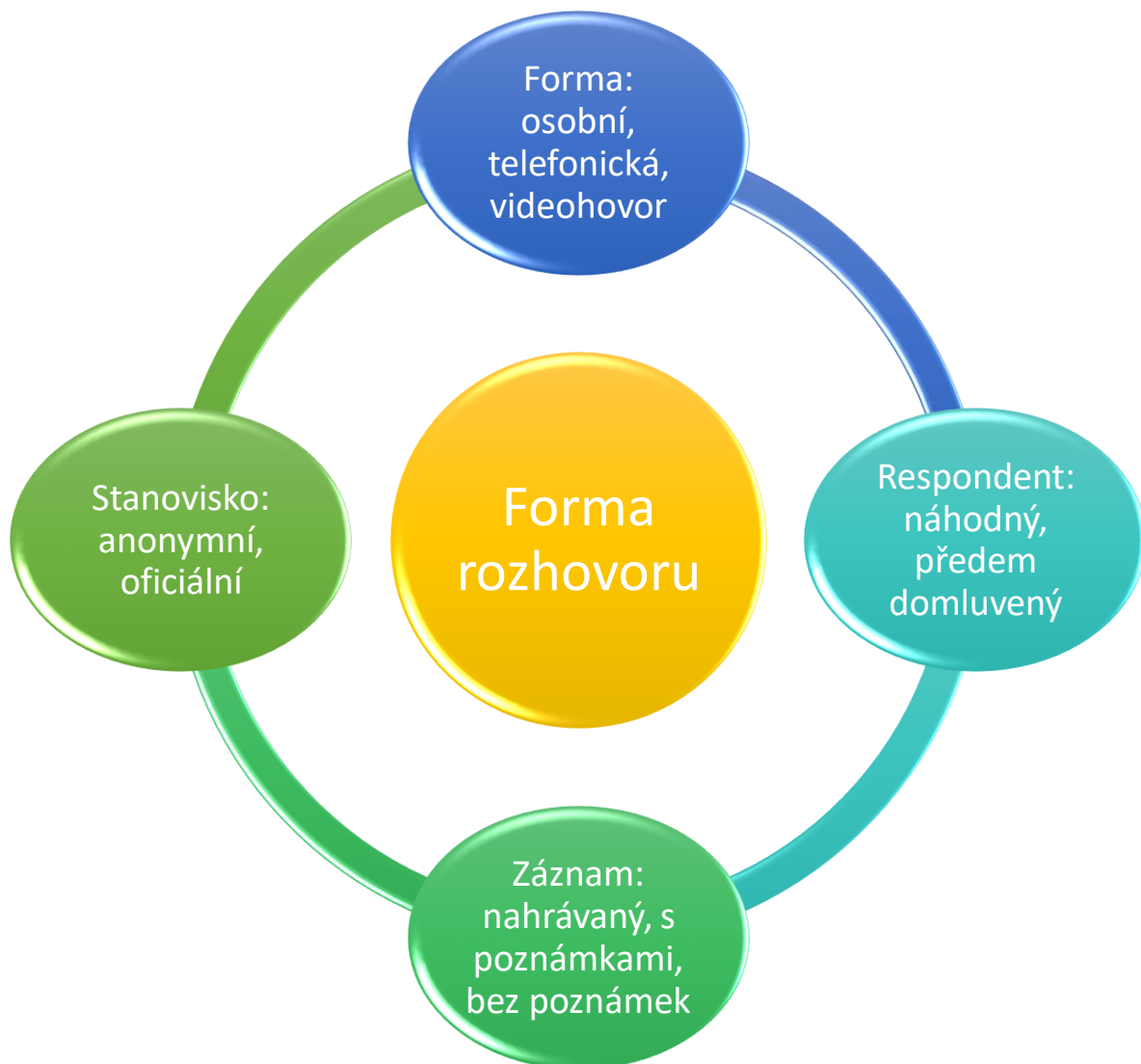
Specifickým druhem volného rozhovoru je **narativní rozhovor**. Při něm je respondent vybídnut, aby vyprávěl o určitém tématu, zážitku, zkušenosti apod. Velmi často se používá při rozhovorech s pamětníky, vhodný ale je i při zkoumání témat, která se pojí s životní zkušeností respondenta – např. v případě, že téma je sice obecné, ale respondent k němu vypráví řadu svých zážitků. Podle typu využití těchto dat je možné v narativním rozhovoru analyzovat klíčové body ve vyprávění (kdy např. respondent získal určitý názor, kdy se jeho životní osud mohl ubírat jiným směrem apod.), analyzovat strukturu jeho vyprávění (chronologicky, obsahově), nebo rozhovory porovnávat navzájem. Pokud nás zaujme určitá podrobnost, je vhodné se respondenta ptát „proč?“. Dozvíme se tak klíčové podrobnosti, respondenta obvykle těší náš zájem a my hlouběji pronikneme do jeho způsobu uvažování.

Při **polostrukurovaném rozhovoru** si před jeho zahájením připravíme seznam otázek, na které se během rozhovoru budeme respondenta ptát. Rozhovor samotný probíhá relativně volně, kdy nejprve položíme otázku a respondent nám na ni určitým způsobem odpoví. Pokud přitom sám zodpoví i nějakou jinou otázku, kterou jsme měli připravenou, nevádí to. V polostrukurovaném rozhovoru totiž není pořadí otázek jasně definováno, důležité pouze je, aby na všechny respondent během rozhovoru odpověděl. Je tedy potřeba hlavně hlídat, jaké otázky musíte ještě položit. Tento druh rozhovoru využívá volnosti své formy, kdy rozhovor je stále velmi přirozený, a jasně definovaných cílů (obsahu otázek), které následně jednoduše vyhodnotíme (ke každé otázce hledáme v záznamu či našich poznámkách odpověď). Podobně jako při volném rozhovoru, pokud respondent začne hovořit o nějakém zajímavém tématu, můžeme pokládat i otázky navíc.

**Strukturovaný rozhovor** je metoda, při které jsou dopředu definovány otázky i jejich pořadí. V některých případech je pak důležité, aby otázka zazněla v přesné formulaci (protože detaily v její formulaci jsou důležité). V takovém případě je však jasné, že rozhovor neprobíhá zcela přirozeně – to však nemusí být negativem v případě, že odpovědi respondenta jsou poměrně krátké a jasné a my je pouze potřebujeme rychle zaznamenat. Naopak výhodou je, že při naprosto stejné formulaci otázek i pořadí jejich kladení je možné odpovědi respondentů detailně porovnávat a kvantitativně zpracovat. Některé otázky dokonce můžou být uzavřené – tedy mohou obsahovat nabídku možných odpovědí. Strukturovaný rozhovor je metodou, která se využívá zejména v kvantitativním výzkumu, neboť má

řadu výhod dotazníku. V některých případech pak lze jen stěží rozeznat, zda jde o strukturovaný rozhovor, nebo o vyplňování dotazníku s řadou otevřených otázek metodou face-to-face.

Specifickým druhem strukturovaného rozhovoru jsou sofistikované metody, které používají profesionální tazatelské agentury a jsou určeny pro kvantitativní zpracování. Jde o metody **CATI** (*Computer-assisted telephone interviewing*) a **CAPI** (*Computer-assisted personal interviewing*). Jak už naznačují jejich anglické názvy, jde o metody využívající řízení rozhovoru počítačem. V prvním případě jde o rozhovor přes telefon, v druhém případě o rozhovor face-to-face. Rozhovor probíhá tak, že tazatel čte z obrazovky počítače nebo tabletu otázky a zaznamenává do něj odpovědi. Počítač data průběžně ukládá a na základě odpovědí respondenta upravuje, jaké otázky mu mají být položeny (např. když uvede, že nemá řidičský průkaz, tak počítač přeskočí otázky týkající se řízení automobilu). Výhodou těchto metod je, že data jsou okamžitě k dispozici (není je tedy nutné dodatečně přepisovat), průběžně lze sledovat parametry výběrového souboru (víme tedy, že se musíme zaměřit na lidi v určitém věku apod.), program může upozornit tazatele na chybu (když uvede věk nad 100, nebo že pětileté dítě má řidičský průkaz, kdy většinou jde o překlep) a při metodě CAPI lze respondentovi ukázat nějaký obrázek, pustit mu video apod. (což využívá např. marketingový výzkum – jak se vám líbí tato reklama?).



Obr. 5 Různé formy rozhovoru

Tím se dostáváme k dalšímu tématu, a to **formě vedení rozhovoru**. Rozhovor totiž nemusí nutně probíhat osobně, můžeme využít telefonu nebo videohovorů. Můžeme oslovovat náhodné lidi, nebo si s určitými lidmi rozhovor domluvit dopředu. Výsledky rozhovoru mohou být stanoviskem anonymního respondenta, nebo oficiálním vyjádřením určitého člověka. Možností je více, jejich stručný přehled udává obr. 5.

Každý rozhovor by měl být veden takovým způsobem, aby se respondent cítil příjemně, měl pocit, že k tématu má hodně co říci, dostal adekvátní prostor k odpovědi apod. Vhodně vedený rozhovor je zajímavý i pro respondenta, který oceňuje, že o jeho názor má někdo zájem. Aby vše proběhlo nenásilnou a přirozenou formou, je dobré se zamyslet nad průběhem samotného dotazování, které by mělo mít určité fáze, zaměřené na mírně odlišné cíle. Přehled těchto fází uvádí obr. 6.



Obr. 6 Fáze vedení rozhovoru

V úvodní fázi se respondentovi představíme, stejně jako náš výzkum. Pokud hodláme rozhovor nahrávat, požádáme respondenta o souhlas. Nastolíme příjemnou atmosféru. Poté přichází fáze rozehrívací, nebo také *warm up* fáze. Respondentovi klademe úvodní otázky, měly by však být poměrně jednoduché a obecné. V této fázi je důležité, aby se respondent rozhovořil a získal k výzkumu i tazateli důvěru. Také jej můžeme těmito úvodními otázkami „ujistit“, že k tématu má co říci. Poté, co se respondent rozhovoří, je čas mu začít klást nejdůležitější výzkumné otázky. Respondent má totiž ještě dostatek energie a času, aby nám tyto pro nás klíčové informace popsal. Po získání nejdůležitějších informací přichází fáze vychladnutí, nebo také *cool-off*. Při ní je důležité, aby respondent s námi neztratil trpělivost a ještě nám věnoval další čas. Je však vhodné rozhovor něčím ozvláštnit – například zapojením vizuálních prvků, jako jsou videa, obrázky, mapy apod. Nebo se po obecných otázkách můžeme věnovat konkrétním tématům apod. V poslední fázi se respondenta zeptáme, zda nám k tématu chce ještě něco říci, případně mu sami položíme nějaké doplňující dotazy, které nás napadly až v průběhu dotazování. Poté poděkujeme a rozloučíme se.

V humánní geografii mnohdy kombinujeme metodu rozhovoru s metodou observace (pozorování). Zatímco psychologové nebo sociologové se při observacích zaměřují na „řeč těla“ respondenta, v geografii spíše zapojujeme vizuální prvky, které respondent buď vytváří, nebo komentuje. V takovém

případě je třeba myslet na to, jakým způsobem zaznamenáme tuto vizuální informaci. Blíže se tomuto tématu budeme věnovat v kapitole o observaci.