

POLITICKÁ SITUACE V ČESKU

TERMÍN NAHRÁNÍ VYPRACOVÁNÍ ÚLOHY DO APLIKACE MOODLE: **14.3. 2021**

ÚVOD

Politika je vždy ožehavé téma. Co člověk, to názor. Podle průzkumů se ukazuje, že mladá generace nemá o politickou situaci příliš velký zájem. Příčin je hned několik, ale nejčastěji uváděným důvodem je znechucení ze současné politické reprezentace a malá informovanost. Pouze necelých 30 % středoškoláků má pocit, že je možné ovlivnit problémy v jejich okolí. Tento pocit pak ovlivňuje ochotu občansky/politicky se angažovat. Stát se členem politické strany plánuje 8 % dotázaných. Oproti tomu 51 % dotázaných si rozhodně nedokáže představit, že by se ve svém životě stala politikem (toto číslo se zvýšilo o 6 % oproti roku 2017). Většina dotazovaných má však s veřejnou angažovaností zkušenost pouze v podobě podpisu petice, případně účasti na demonstraci. Cítíte to stejně vy nebo lidé ve vašem okolí? Nedůvěra v politickou reprezentaci však může mít obrovské důsledky na fungování státu. Další výsledky výzkumu naleznete [zde](#)

ZADÁNÍ ÚLOHY

Vaším úkolem v rámci 3. kola korespondenčního semináře je **vytvořit, distribuovat a vyhodnotit dotazník** zaměřený na politickou situaci v Česku. Téma je záměrně dosti široké, proto je vaším prvním úkolem **zúžit toto téma stanovením výzkumné otázky**, na kterou budete pomocí dotazníku hledat odpověď. Můžete se zaměřit na konkrétní politické názory, preferované politické strany v závislosti na demografických parametrech (věku, pohlaví sociálním statusu), volební účast, na různé druhy voleb stejně tak reflektovat dopad současné situace na politickou scénu atd. Vaším úkol však nebude testovat znalosti, ale **zjišťovat názory a postoje lidí**.

Názory lidí budete zjišťovat pomocí **dotazníkového šetření**. Dotazník je jednou z nejčastějších výzkumných metod ve všech sociálně geografických oborech. Dotazník je možné tvořit **elektronicky i v papírové podobě**. Obě varianty mají stejnou výpovědní hodnotu. Všechny získané informace je však nutné převést do elektronické podoby a zpracovat je ideálně v Excelu či jiném podobném programu. Pro potřeby korespondenčního semináře vytvořte dotazník, který bude obsahovat:

1. V úvodu dotazníku se představte; sdělte důvod, proč potřebujete od svých respondentů odpovědi; ujistěte je o anonymitě dotazníku; poděkujte jim za vyplnění a uveďte na sebe kontakt.
2. Vytvořte **minimálně 4 tzv. demografické otázky**
3. Vytvořte **alespoň 10 otázek** zaměřených na zjištění odpovědi na vaši výzkumnou otázku. (doporučujeme nedělat více než 15 otázek v této části, nebudete poté schopni dotazník vyhodnotit)

Pokud bychom chtěli získat relevantní informace, které by bylo možné zobecnit na celou Českou populaci, potřebovali bychom více než 1000 odpovědí na tzv. reprezentativním vzorku. To samozřejmě není ve vašich možnostech. Pro potřeby korespondenčního semináře tak stanovujeme **minimální počet odpovědí na váš dotazník na 70 osob**. Upozorňujeme, že **takové množství respondentů nezískáte přes noc**. Počítejte s **1-2 týdny**. Rozvrhněte si tak práci na tomto kole tak, abyste vše stihli.

JAK VYTVOŘIT DOTAZNÍK?

Možností, jak vytvořit dotazník zdarma je dnes velká spousta. Asi nejlepší možností jsou [google formuláře](#). Jsou zdarma pro neomezený počet respondentů a tvorba dotazníku je velmi jednoduchá a intuitivní. Další možností je společnost [Survio](#), která nabízí vytvoření a distribuci dotazníků zdarma pro 100 respondentů (což pro potřeby této práce dostačuje). Jejich dotazníky vypadají více profesionálně a nabízejí celou škálu předpřipravených šablon. **Doporučujeme vám, se u této společnosti minimálně inspirovat a přečíst si některé z jejich článků o tvorbě dotazníků.** Po rychlé registraci navštívte jejich [blog](#) o tvorbě dotazníků. Návody na tvorbu dotazníků můžete nalézt i na youtube.

Po vytvoření dotazníku je vhodné nechat ho vyplnit několika **zkušebními respondenty**, kteří vám „vychytají“ chyby či nejasné otázky a odpovědi atd. Poté můžete dotazník pustit do světa. Předem si rozmyslete, kdo je **cílová skupina** vašeho dotazníku a uzpůsobte tomu způsob šíření dotazníku. Pokud se jedná o vaše vrstevníky, můžete využít sílu sociálních sítí. Pokud vás zajímají názory všech věkových kategorií, budete muset rozhodit sítě i například pomocí rodičů, někdy i dotazník převést do papírové podoby.

JAK POKLÁDAT OTÁZKY V DOTAZNÍKU?

Ideálním nástrojem pro výzkumy zaměřené na zjišťování názorů jsou uzavřené otázky využívající **tzv. likertovu škálu** odpovědí. Pomocí této škály můžete zjišťovat míru souhlasu/nesouhlasu s výrokem, politickou stranou, kvalitou výrobku a dalším. Více se dozvíte např. [zde](#). Doporučujeme vám likertovu škálu použít u většiny vašich otázek, které budou zjišťovat názory.

Kromě uzavřených otázek (možnost výběru odpovědi) můžete využít i **otevřené otázky** (bez nabídky odpovědi). U tohoto typu otázek je vždy nižší ochota respondentů k jejich vyplnění, **alespoň jedna by se však v dotazníku měla objevit**. Doporučujeme, aby byla otázka jasně položená a neptala na citlivá témata. Zvýšíte tak pravděpodobnost, že bude otázka vyplněna.

Při přípravě dotazníku si dejte pozor, abyste se vždy **ptali jen na jednu věc, otázka nebyla zavádějící a nabízené možnosti představovaly celou škálu možností** (abyste nabídkou možností podvědomě neregulovali zjištěné informace.) Pokud nejste schopni zajistit všechny existující možnosti, využijte možnost odpovědi **JINÉ**, do které lze vpisovat vlastní odpověď. Zvažte také odpověď **nevím, nechci odpovídat**. Tyto možnosti použijte u citlivých témat nebo témat, která se nemusí týkat všech potenciálních respondentů. Zvažte také, zda bude daná otázka **povinná či nepovinná**. Doporučujeme nechat otázky spíše nepovinné, kromě demografických otázek.

Kromě části, zaměřené na dané téma, musí mít každý dotazník **tzv. demografickou část**. Tato část zjišťuje informace o samotném účastníku (člověku, který dotazník vyplňuje). Je neméně důležitou součástí dotazníku. Jelikož dostanete spoustu možných odpovědí na vaše otázky, je vhodné hledat nějaké demografické charakteristiky, které by vysvětlily tyto odlišnosti. Může to být pohlaví, věk, dosažené vzdělání, socioekonomické postavení atd. Vaše úvaha může vypadat například tak, že *lidé s vyšším vzděláním vydělávají více peněz* (takovéto vztahy můžete ve svých datech vyhledávat). **Demografické otázky umístěte na začátek nebo konec dotazníku** (pokud budete zjišťovat nějaké citlivé informace, doporučujeme dát demografickou část na konec). Doporučujeme položit minimálně 4 demografické otázky. I zde **nabídněte respondentům možnosti výběru ideálně v kategoriích** (věk 10-15; 16-20...) nebo jen výběr z možností (muž x žena; obec do 3000 obyvatel x obec do 10 000 x obec nad 10 000 obyvatel...). **Dejte pozor, aby se vám intervaly nepřekrývaly** (např. věková kategorie 10-15 a 15-20 – do které kategorie patřím, když je mi 15 let?).

Pro vytvoření otázek se můžete inspirovat ve výzkumech MEDIA či STEM.

JAK VYHODNOTIT DOTAZNÍK?

Po získání dostatečného množství odpovědí přichází na řadu vyhodnocení získaných odpovědí. Ideálním prostředkem prezentace dat získaných dotazníkem jsou **grafy** různé podoby. Můžete využít ty, které vám nabídnou samotné platformy s dotazníkem nebo vytvořit vlastní. **Pozor na volbu vhodného grafu pro dané otázky a dbát na všechny náležitosti grafu (pojmenování os, název grafu....)**

Do samotné práce **vyberte minimálně 4 grafy** (ne více než 6 grafů), které by měly představovat vizualizaci nejdůležitějších otázek vašeho dotazníku. Tyto grafy by měly být podrobněji popsány a případně propojeny s výzkumnou otázkou. Výsledky ostatních otázek nemusíte prezentovat pomocí grafů, ale **krátce je okomentujte** (zdůrazněte nejčastější výsledek nebo nějaké extrémy, pokud jsou významné). **Zobrazit informace můžete například i pomocí tabulky** (vhodné v případě demografických dat – přehled: počet mužů x žen, počty respondent v jednotlivých věkových kategoriích atd.).

V případě některých prací můžete porovnat zjištěné informace s podobnými výzkumy (např. volební účast, preference politických stran atd.) či s výsledky předchozích voleb. Nezapomeňte také na formulaci odpovědi na vaši výzkumnou otázku nebo předpoklady z úvodu. **Tuto odpověď jasně podložte zjištěnými daty.** Vaše zjištění podrobně zdůvodněte a okomentujte. **Tato část je v práci nejdůležitější** a měli byste si dát pozor na správnou interpretaci získaných dat. Měli byste interpretovat pouze data, ne vaše názory a domněnky, ty můžete zhodnotit v závěru práce.

STRUKTURA PRÁCE

V úvodu práce popište **kontext vašeho výzkumu**. Proč jste si vybrali právě toto zaměření výzkumu, **stanovte výzkumnou otázku a můžete zde uvést i váš předpoklad výsledku dotazníku**. V metodické části uveďte **kde, a jak jste připravili dotazník včetně počtu a druhu otázek**. Nezapomeňte uvést, **kdo je cílovou skupinou vašeho a výzkumu a proč**.

V hlavní části práce **prezentujte získaná data**. Mělo by se opravdu jednat pouze o **popis získaných informací bez vyvozování nějakých závěrů nebo připojování vašich komentářů**. Tato část by měla obsahovat **minimálně 4 grafy**, a kromě grafického znázornění je nutné **získaná data okomentovat slovně a vyzdvihnout výsledky, které jsou v nějakých extrémech, vymykají se, jsou nejlepší/nejhorší**. Můžete zde již vztahovat výsledky z tematické části k demografickými údaji (např. zda se výsledky liší muži x ženy). **I výsledek, který říká, že zde není žádný rozdíl/vztah je také výsledek, který je třeba zmínit.**

Závěrečná část je však **nejdůležitější**. Zde byste měli **zopakovat vaši výzkumnou otázku a případné předpoklady, a propojit vámi získaná data s výzkumnou otázkou a porovnat vaše předpoklady se zjištěnou skutečností**. Na místě je také popsat, **zda měl váš výzkum nějaké nedostatky a zda mohly ovlivnit výsledek**. Udělat ve výzkumu chybu není špatné. Špatné je s touto chybou nepracovat a snažit se jí zamaskovat. Můžete zde i uvést, jak byste se z chyby poučili pro další výzkum. **Je zde i prostor pro váš komentář včetně názoru na celou práci.**

Nezapomeňte uvést **zdroje v abecedním pořadí, ze kterých jste čerpali informace a odkaz na samotný dotazník i tabulku odpovědí!**

Než se do řešení úlohy pustíte, **nezapomeňte si přečíst [Pravidla korektního vypracování problémové úlohy!](#)**

TIPY NA ZAJÍMAVÉ A PŘÍNOSNÉ ZDROJE INFORMACÍ:

Blog netquest – Ideální dotazník, aneb jakých chyb se vyvarovat při jeho tvorbě. Dostupné z <https://blog.netquest.cz/idealni-dotaznik-aneb-jakych-chyb-se-vyvarovat-pri-jeho-tvorbe/>

Centrum pro výzkum veřejného mínění – Tiskové zprávy – politické. Dostupné z <https://cvvm.soc.cas.cz/cz/tiskove-zpravy/politicke>

MEDIAN – společnost a politika. Dostupné z <https://www.median.eu/cs/?cat=6>

Survio blog – Jak vytvořit dotazník. Dostupné z <https://www.survio.com/cs/blog/category/jak-vytvorit-dotaznik/>

STEM – Naše zjištění – domácí politika. Dostupné z <https://www.stem.cz/category/domaci-politika/>

Vyplň to! - Jak správně sestavit dotazník. Dostupné z <https://www.vyplnto.cz/tipy/jak-spravne-sestavit-dotaznik/>

ZADÁNÍ FOTOGRAFICKÉ SOUTĚŽE

V tomto kole bude i fotografický soutěž zadána velmi obecně. Vaším úkolem je pořídit 1-2 fotografie zobrazující **rozhodnutí a dopady politických aktérů na běžné občany**. Důležitou součástí je samozřejmě cca **100-200 slov**, které vysvětlí, co na vaší fotografii představuje zadané téma. Fotografie by měla být autorský snímek.



Přeplněné horské středisko ve Zborné u Jihlavy. Nevidíme zde však lyžaře. Lanovky jsou zavřené, aby se zamezilo šíření viru. Lidé však pojali vládní restrikce po svém.

Zdroj: ČTK dostupné z <https://zpravy.aktualne.cz/domaci/sankovat-a-na-boby-na-horach-je-plno-i-pres-zavrene-hotely-a/r~a6846d644ab711ebb0f60cc47ab5f122/>