

Příloha č. 6 Příručka pro tazatele¹

4.1.1 Postup kontaktování respondentů a maximalizace odpovědí

4.1.2 návratnost

Dosažení vysoké míry odpovědí je důležité ve všech průzkumech a platí to i pro tento průzkum; je zásadní, aby se jich účastnilo co nejvíce lidí, kteří jsou označeni za způsobilé k účasti. V průzkumu, jako je tento, ti, kteří se zdráhají zúčastnit se, protože se obávají „úředníků“ nebo například z důvodu jazykových obtíží, by mohli být více ohroženi diskriminací a viktimizací, proto je třeba vyvinout veškeré úsilí a vybízet všechny způsobilé osoby ke spolupráci a účasti v průzkumu, aby mohly být ve vzorku zastoupeny všechny typy způsobilých respondentů.

Je důležité dosáhnout co nejvyšší návratnosti u osob, které jsou označeny za způsobilé k účasti. Návratnost bude sledována celkově, ale také na různých úrovních granularity, včetně úrovně tazatele.

V další části jsou uvedeny způsoby:

1. **maximalizace souhlasu a spolupráce na průzkumu**, popisující činnosti, které můžete udělat, abyste lidi povzbudili k účasti;
2. **maximalizace odpovědí v rámci průzkumu**, popisující činnosti, které můžete udělat, abyste respondenty povzbudili k odpovědím na otázky. Je možné, že vzhledem k citlivé povaze průzkumu se někteří respondenti možná budou zdráhat na některé otázky odpovědět. I když bychom to samozřejmě měli povolit, je důležité, abychom se pokusili vyhnout se odmítnutí a kladli otázky uklidňujícím způsobem, který přinese upřímné odpovědi.

4.1.3 Maximalizace souhlasu a spolupráce na průzkumu a během rozhovoru

Úvod je jednou ze situací, kdy první dojem dělá všechno – lidé reagují rychle a příznivě na dobrý první dojem. Snažte se osvojit si dynamický a sebevědomý tón; buďte profesionální. Tím se potenciální respondent uklidní. Ale také buďte vřelí a usmívejte se! Níže uvedené informace jsou zahrnuty ve screeneru (dotazníku k ověření způsobilosti), v okamžiku, kdy navazujeme první kontakt s respondentem.

- Představte se: „Dobrý den, jsem (vaše jméno a příjmení) z YYYY.“ Také ukažte svůj průkaz tazatele.

¹ Jedná se o výtah z Příručky EU-FRA k výzkumu o situaci Romů v letech 2020–2021. Jde o interní, neveřejný dokument, který byl poskytnut autorům a k Metodice jej přikládáme s laskavým svolením EU-FRA.

- Uvedte předmět své návštěvy: „YYYY v současné době provádí průzkum...“ (A ne „Provádím...“). Vysvětlete, že tuto adresu kontaktujete ohledně průzkumu o „XXXX, který provádí YYYY jménem AAAA“.
- Vysvětlete prosím, že adresa byla zvolena náhodně.
- Používejte pozitivní jazyk. Hovořte v přítomném čase, používejte oznamovací způsob a pokračujte slovy: „Rád bych vám teď položil(a) otázky...“.
- Ujistěte prosím respondenta (v případě potřeby), že do výzkumu nejsou zapojeny žádné místní ani celostátní orgány.
- Také respondenty uklidněte (o účelu návštěvy, důvěrnosti jejich odpovědí atd.) tím, že jim dáte kontaktní telefonní číslo pro případné další informace, které by je mohly zajímat.

Přesvědčte lidi, aby se zúčastnili

Lidé mohou projevit neochotu zúčastnit se z různých důvodů: od přílišné zaneprázdněnosti až po obavu sdělovat informace cizí osobě. Ve všech scénářích musíte být připraveni čelit důvodům, které uvedou. Nezapomeňte, že jste byli vybráni jako tazatelé zčásti proto, že máte zkušenosti, zníte přesvědčivě a sebevědomě. Využijte to jako svou výhodu k přesvědčení lidí k účasti. Uklidnit danou osobu a přimět ji, aby se chtěla zúčastnit, je vaší prací.

Poslechněte si obavy respondenta a pokuste se uklidnit ho a přesvědčit ho k účasti. Budte si jisti svými odpověďmi, spolupracujte a buďte chápaví. Ještě důležitější je to, že když budete pozorně naslouchat, budete moci zjistit důvod zdráhání a přizpůsobit svou odpověď.

Níže jsou uvedeny některé užitečné rady pro „přesvědčování“ respondentů k účasti:

- Zdůrazněte, že nic NEPRODÁVÁTE.
- Řekněte jim „opravdu bych ocenil(a) vaši pomoc“ spíše než „opravdu bychom ocenili vaši pomoc“, protože pro člověka je mnohem těžší odmítnout osobu stojící před ním než instituci.
- Řekněte lidem, že jejich zkušenosti jsou pro nás opravdu důležité.
- Řekněte jim: „Je to příležitost pro romské obyvatelstvo vyjádřit svůj názor na důležité společenské otázky.“
- Řekněte jim: „Je opravdu důležité, abychom hovořili s lidmi žijícími v této zemi, protože se jedná o celoevropský průzkum a váš názor se počítá.“

Neochota zúčastnit se průzkumu z důvodu obav o soukromí a/nebo nedůvěry vůči „úředníkům“ či cizím osobám může být v tomto průzkumu výraznější než v obecných průzkumech veřejného mínění. Být připraveni čelit obavám lidí v těchto otázkách, bude velmi důležité. Některé z věcí, které byste možná mohli říci k uklidnění lidí, jsou uvedeny níže, ale čerpejte prosím ze svých zkušeností s řešením obav tak, jak je nejlepší v dané situaci.

- Řekněte jim: „Veškeré informace, které uvedete během rozhovoru, zůstanou anonymní, budou považovány za důvěrné a budou použity pouze pro výzkumné účely.“
- Řekněte jim: „Vaše účast je dobrovolná. Rozhovor můžete kdykoli ukončit.“
- Řekněte jim: „Zadavatelem tohoto průzkumu je Agentura Evropské unie pro základní práva. Pomáhá zajistit, aby základní práva byla realitou pro všechny v Evropské unii a jejích kandidátských zemích.“
- Dodejte: „AAAA nebude sdílet vaše osobní údaje a odpovědi s místními nebo státními orgány ani s žádnou jinou třetí stranou.“

Ukažte, že berete v úvahu důvod neúčasti, používejte slovo od slova to, co daná osoba právě řekla, a okamžitě se vraťte k důvodu své návštěvy.

Existuje i několik dalších důvodů, proč by se respondenti mohli zdráhat zúčastnit se. Ty jsou uvedeny níže spolu s některými návrhy, co byste možná mohli říci, abyste je přesvědčili:

„Jsem příliš zaneprázdněn(a)“; „nemám čas“; „spěchám“; „jsem zrovna na odchodu“

- Flexibilita – nabídněte, že se můžete vrátit kdykoli jindy a ve vhodnou dobu (včetně víkendů) a dohodněte se na jiném čase (který navrhnou).
- Fragment – nabídněte, že rozhovor přerušíte a přijdete znovu vícrát.
- Nabídka, že jen začnete (alespoň).
- Znovu zdůrazněte význam/přínosy průzkumu pro zlepšení situace Romů.
- Snažte se zjistit, zda skutečně nemají čas, nebo, pokud je to jejich první reakce, se snažte zjistit zdroj skutečné bariéry.
- Zmiňte, že průzkum získává informace o problémech, které nejsou jinak k dispozici – například o pracovní situaci Romů nebo o zkušenostech s diskriminací.

„Nemá zájem / nevidí výhodu účasti“

- Zdůrazněte hodnotu účasti jako pozitivní příležitost pro ně.

- Průzkum mohou obecně považovat za pozitivní věc, ale nemají pocit, že by stál za to, aby s ním ztráceli čas. Ukažte jim, že můžeme minimalizovat nepříjemnosti (viz výše uvedené odpovědi na reakci „jsem příliš zaneprázdněn(a)“) tak, aby získali výhody s minimálními nepříjemnostmi.
- Zdůrazněte, že neexistují žádné správné ani špatné odpovědi a že žádáme pouze o jejich názor. Řekněte, že názory všech jsou pro nás stejně důležité a zajímavé.
- Také zdůrazněte hodnotu informací získaných pro tuto generaci i pro generace budoucí. Zdůrazněte, že pochopení jejich zkušeností může pomoci zajistit, aby základní práva byla realitou pro všechny.
- Zkontrolujte, zda si přečetli poskytnutou kartičku, a pokud ne, nabídněte, že přijdete znovu poté, co budou mít čas si informace přečíst důkladněji.
- Vysvětlíte, že byli vybráni náhodně a že vlastně hovoří jménem mnoha lidí, jako jsou oni. Pokud se neúčastní, jejich názory a názory lidí, jako jsou oni, nebudou dostatečně zastoupeny.
- Zmiňte, že průzkum získává informace o problémech, které nejsou jinak k dispozici – například o pracovní situaci Romů nebo o zkušenostech s diskriminací.

„Špatné zkušenosti s účastí v předchozích průzkumech / účastní se příliš mnoha jiných průzkumů.“

- Pokuste se zjistit, co to bylo za jiné průzkumy, které se jim nelíbily, a pokuste se je v této souvislosti pokud možno uklidnit.
- Zdůrazněte, jak se tento průzkum může lišit a proč je tak důležitý.
- Uvedte zadavatele průzkumu, agenturu EU zabývající se ochranou práv Romů a dalších zranitelných osob.
- Řekněte, že místní nebo celostátní orgány nejsou do tohoto průzkumu zapojeny a ani ony, ani jiná třetí strana nedostanou jednotlivé odpovědi z tohoto průzkumu.
- Zeptejte se, zda by byli ochotni to alespoň vyzkoušet – zdůrazněte, že pokud začnou a zjistí, že to není pro ně, mohou přestat.
- Vysvětlíte, že byli vybráni náhodně a že vlastně hovoří jménem mnoha lidí, jako jsou oni. Pokud se neúčastní, jejich názory a názory lidí, jako jsou oni, nebudou dostatečně zastoupeny.
- Ukažte svůj průkaz tazatele, dopis a kartičku jako podpůrné materiály a ujistěte respondenty, že YYYY nic neprodává. Můžete také nabídnout telefonní číslo na YYYY, na které mohou kdykoliv zavolat. Toto telefonní číslo je k dispozici pro osoby, s nimiž vedeme rozhovory, abychom je ujistili o účelu a vážné povaze naší práce.

Respondentovi by měly být předány informace o **společenském dopadu průzkumu**:

- Jejich účast je klíčem k úspěchu tohoto velmi důležitého průzkumu: výsledky analýzy pomáhají poskytovat vysoce kvalitní údaje o integraci Romů v Evropě.
- Průzkum je jedinečný v tom, že se zaměřuje na konkrétní aspekty každodenního života romských občanů a na otázky diskriminace, kterým Romové čelí, a proto pomáhá přizpůsobit zákony, pravidla a předpisy a pomoci Romům.
- Získává informace o problémech, které nejsou jinak k dispozici – například o pracovní situaci Romů nebo o zkušenostech s diskriminací.
- V době velkých sociálních a ekonomických změn a zvýšených obtíží způsobených pandemií covidu-19 v Evropě nabízí průzkum komplexní obraz názorů Romů na jejich situaci.

Pokud respondent požádá o **konkrétní příklady použití údajů z průzkumu**, může být užitečné toto:

- Tento průzkum byl již několikrát proveden v minulosti (naposledy v roce 2016, EU-MIDIS II). Je důležité porovnat výsledky s předchozími průzkumy a zjistit, zda se situace v otázkách týkajících se osobního života a zkušeností s diskriminací zlepšila, nebo zhoršila.
- Evropská komise využívá výsledků tohoto průzkumu k rozvoji budoucí strategie začleňování romských občanů v Evropě.
- Každá jednotlivá země používá výsledky k definování svých politik (zákonů, pravidel a předpisů) týkajících se začleňování romských občanů. Ujistěte je prosím, že úřady budou používat pouze agregované a anonymizované údaje, nebudou sdíleny žádné osobní údaje ani odpovědi.
- Další mezinárodní organizace, například OSN, využívají tyto údaje k tomu, aby se dozvěděly více o tom, co se dělá pro nejzranitelnější a marginalizované populace.

4.1.4 Spolupráce s vedoucími představiteli místních komunit, mediátory, nevládními organizacemi nebo jinými zprostředkovateli

Pro tento průzkum jsme se spojili s místními romskými zprostředkovateli (romskými nevládními organizacemi a jednotlivými mediátory). Tito zprostředkovatelé by měli usnadnit přístup do sousedství, kde mají probíhat rozhovory, kontaktovat místní mediátory přítomné v sousedství a usnadnit kontakty a rozhovory. Mohli by pomoci vyjasnit nedorozumění během rozhovoru vyplývající buď z jazykových znalostí, gramotnosti či kompetencí, nebo z kulturních rozdílů.

V případě některých oblastí, kde budete provádět rozhovory, bude váš manažer práce v terénu s těmito zprostředkovateli, kteří mohou usnadnit kontakt s respondenty, již v kontaktu. Mohou to být vedoucí představitelé příslušných komunit, mediátoři (členové komunity nebo lidé, kteří jsou s nimi

pravidelně v kontaktu a kteří je znají) nebo členové nevládních organizací či sdružení, kteří s těmito komunitami pravidelně pracují.

U každé oblasti vám váš manažer práce v terénu poskytne podrobné informace o dohodách mezi YYYY a těmito zprostředkovateli. V mnoha případech ale budete muset být v kontaktu s těmito zprostředkovateli sami.

Dále je možné, že se setkáte s „vrátnými“, kteří vám budou bránit ve vstupu do komunity nebo oblasti nebo vás budou ovlivňovat, a to i jen částečně. Někdy je „vrátný“ významnou postavou v komunitě, například mediátor nebo vůdce komunity. Jeho souhlas vám pomůže získat účast respondenta. Je však důležité, aby pochopil cíl průzkumu a „nepomáhal“ vám vybírat respondenty tím, že bude zasahovat do procesu náhodného výběru, protože by to mohlo vést ke zkreslení výsledků. Je také důležité, aby „neinformoval“ respondenty o tom, jak odpovídat, protože i to by zkreslovalo průzkum. Měli byste vysvětlit účel průzkumu a důvod, proč je důležité, aby respondenti byli vybráni náhodně (můžete použít argumenty navrhované pro přesvědčování zdráhajících se respondentů, bude-li to vhodné v konkrétní situaci). V případě potřeby byste se měli s žádostí o radu obrátit na YYYY.

Dalším příkladem „vrátného“ by mohl být domovník, správce domu nebo správce budov (nebo prominentní rezident), který kontroluje vstup do budovy. Tito lidé mohou být užiteční při navazování kontaktů a také při zjišťování, zda jsou byty obývány. Níže je uvedeno několik tipů, jak přístup do těchto typů budov získat:

- Pokuste se zjistit jméno domovníka / správce domu / správce budov. Pokud vás do obydlí pustí, můžete jeho jméno použít hned na prahu, pokud se lidé zeptají, jak jste se tam dostali.
- V případě, že se domovník / správce budov zdráhá pustit vás dovnitř, ukažte mu svůj průkaz tazatele, dopis a kartičku pro respondenty a vysvětlete mu trochu průzkum a sdělte mu, proč byste mohl budovu navštívit několikrát.
- Vhodnou dobou k tomu, jak zastihnout lidi v bytech / jak se dostat do obytných domů, jsou víkendy, jelikož je přítomno více lidí a přítomnost vrátného (domovníka / správce domu / správce budov) je méně pravděpodobná.
- Požádejte lidi, aby přišli ke dveřím – aby si ověřili váš průkaz tazatele – jinak je pro ně snadné vypnout interkom / ignorovat vás.
- Nepokoušejte se pokládat prověřovací otázky u vstupu, pokud vás respondent o to nepožádá – a musíte se pevně držet znění na kontaktním listu.

Pokud vám bude odepřen vstup do budovy, zaznamenejte to prosím do svého kontaktního listu. V případě potřeby byste se měli obrátit také na YYYY a požádat o další radu – třeba budou moci poslat domovníkovi / správci domu / správci budov dopis.

4.1.5 Používejte podpůrné materiály: úvodní dopis a kartičku

Pro projekt je třeba každému respondentovi předložit úvodní dopis a kartičku.

Dopis obsahuje informace o:

- cílech průzkumu a jeho obsahu;
- zadavateli průzkumu (FRA);
- dodavateli práce v terénu YYYY a společnosti XXXX (která nese celkovou odpovědnost za realizaci tohoto průzkumu) a všech kontaktních údajích;
- délce rozhovoru;
- ochraně údajů a dobrovolné účasti.

Kartička obsahuje i několik dalších informací o agentuře FRA a cílech průzkumu. Je napsána v jednoduchém jazyce a jejím cílem je odpovědět na nejčastější otázky, včetně toho, proč se zúčastnit průzkumu, kde získat více informací a jak byl respondent vybrán.

Než začnete pracovat, seznamte se s těmito dokumenty.

Ve většině případů by měly být dopis a kartička respondentům dány poté, co byli vybráni k průzkumu. Pokud však zjistíte, že v procesu prověřování způsobilosti domácnosti vám jsou pokládány otázky k průzkumu, můžete je použít i v tomto okamžiku, pokud máte pocit, že domácnost bude asi způsobilá.

4.1.6 Jazyková pomoc

Někteří lidé, kteří patří do cílové skupiny (cílových skupin), nemusí příliš ovládat jazyk České republiky.

Mějte prosím na paměti, že v domácnosti pravděpodobně bude alespoň jeden její člen, který komunikuje v národním jazyce, i když ostatní v něm nekomunikují. Pokuste se nejprve kontaktovat tuto osobu / tyto osoby, abyste průzkum představili a domácnost prověřili. Nemusí to nutně být osoba, která je vybrána pro rozhovor.

Informace o používání alternativních jazykových verzí dotazníku pro pomoc respondentům při porozumění rozhovoru naleznete v části věnované dotazníku.

Vezměte prosím na vědomí následující úvahy o jazycích, jimiž hovoří romské komunity v České republice.

Česko

Vzhledem k relativně nízké negramotnosti (3 %) a vysoké míře ukončení základního vzdělání (95 % ISCED 1) lze očekávat, že převážná většina romské populace hovoří úředním národním jazykem – česky. (UNDP Roma Survey, 2011) Naopak můžeme očekávat menší znalost romštiny. Odhaduje se, že v nejmladší generaci romské populace asi třetina hovoří plynně romsky, třetina má pasivní znalost a třetina romsky vůbec nemluví. (Červenka, Sadílková & Kubaník, 2009)

Nejčastější je romský etnolekt češtiny. Nejedná se o romštinu, ale o mix češtiny a slovenštiny s romskými prvky.

Dotazník proto bude k dispozici v češtině.

4.1.7 Kulturní hlediska

Oddíl 4.4 poskytuje více informací o kulturních hlediscích, která je třeba při práci v této oblasti brát v úvahu. Při prvním kontaktu s domácností a představování průzkumu je obzvláště důležité být kulturně informovaný. Buďte prosím citliví na různé zvyky a chování očekávané od vás v domácnostech, které navštívíte, a buďte opatrní, abyste nepředpokládali nic o původu nebo přesvědčení respondenta na základě jeho vzhledu, životních podmínek, susedství, používání jazyka / dialektu nebo jména.

4.1.8 Pobídky a jejich účel

Respondentům bude poskytnuta pobídka ve výši 200 Kč v hotovosti na základě podpisu Smlouvy o účasti na výzkumu za účast (jedna pobídka na domácnost, i když během rozhovoru je přítomno více členů domácnosti, což není preferováno, ale v některých případech se to může stát, viz bod 4.2.9. o zvýšení počtu odpovědí v rámci průzkumu). Je dávana jako poděkování respondentovi za to, že se vzdal svého času, a respondentům by to mělo být sděleno tímto způsobem. Je důležité, aby respondenti pochopili, že pobídka je nenutí k účasti nebo poskytnutí určitých odpovědí. Měli by odpovídat upřímně na všechny otázky a jejich účast je naprosto dobrovolná.

4.1.9 Opětovné návštěvy domácností

Pokud nejste schopni navázat s domácností kontakt nebo vybraná osoba není v tu dobu pro rozhovor k dispozici, měli byste přijít znovu, abyste se pokusili domácnost prověřit a zajistit rozhovor. Pravidla a protokoly, které je třeba dodržovat, jsou podrobněji rozebrány v oddíle 3 (příručka pro výběr vzorku).

4.1.10 Zvýšení počtu odpovědí v rámci průzkumu

Vedle dosažení vysoké míry spolupráce mezi lidmi vybranými k účasti v průzkumu je stejně důležité zajistit, aby respondenti odpověděli v rámci průzkumu na všechny otázky (které jsou způsobilé k položení). Omezení počtu odpovědí „Odmítl/a odpovědět“ nebo „Neví“ je důležité ve všech průzkumech, a to zejména v tomto případě vzhledem k citlivosti některých zahrnutých témat. Budete muset pečlivě přemýšlet o prostředí, ve kterém rozhovor probíhá, a o způsobu, jakým se ptáte, aby otázky byly zodpovězeny otevřeně a upřímně.

Níže jsou uvedeny některé užitečné rady pro omezení počtu odpovědí „Odmítl/a odpovědět“ nebo „Neví“.

- Je-li to možné, **snažte se zajistit, abyste rozhovor vedli v soukromí**. Je důležité, aby poskytované odpovědi byly skutečně odpovědí respondenta a nebyly ovlivněny názory jiných lidí, dokonce ani názory rodinných příslušníků či členů domácnosti. Jedinou částí rozhovoru, kde je přijatelné, aby ostatní členové domácnosti byli konzultováni nebo přítomni, je vyplnění formuláře týkajícího se domácnosti, formuláře týkajícího se dětí, bydlení a životní úrovně a otázky týkající se sociálně-ekonomického zázemí.
- **Buďte upřímní ohledně délky průzkumu**. Někdy může být lákavé uvést při navazování kontaktu kratší délku rozhovoru, abyste si zajistili spolupráci, ale často to může mít negativní dopad a může to způsobit, že respondenti budou v průběhu rozhovoru stále otrávenější.
- **Budujte důvěru a vzájemné porozumění** tím, že budete dobře informováni o cílech a úkolech průzkumu a budete přesně odpovídat na otázky. Důvěru a vzájemné porozumění lze také rozvíjet způsobem, jakým mluvíte, mírou zdvořilosti, vaší flexibilitou a, jak bude pro tento průzkum relevantní, vaší kulturní citlivostí. Při rozhovoru věnujte pozornost všem těmto aspektům svého chování.

4.1.11 Sondování

Sondování je velmi důležitý aspekt rozhovorů, ale mělo by být minimalizováno. Sondovat byste měli neutrálně a neměli byste při něm naznačovat odpovědi. Další pokyny o tom, jaké jsou vhodné způsoby vedení rozhovorů, jsou nastíněny v dalším oddílu 4.3 o minimalizaci předpojatosti tazatele.

Nejúčinnějším neutrálním sondováním je **zopakovat původní otázku nebo kategorie odpovědí**. Vždy zopakujte celou otázku nebo celou sadu odpovědí. Opakování otázky je nejbezpečnějším způsobem, jak zajistit konzistentní a srovnatelné reakce mezi všemi našimi respondenty. Nenaznačuje respondentům odpověď a povzbuzuje je, aby rozvíjeli své vlastní myšlenky.

Pokud **jste sondovali jednou a respondent stále není schopen poskytnout odpověď**, která zapadá do jedné z kategorií, **pak musíte vybrat jeden z kódů odpovědí konkrétně předpokládaných**

pro takové chování, například „Nerozumí otázce“. Kódy odpovědí jako například „Neví“ nebo „Odmítl/a odpovědět“, musejí být vybrány pouze tehdy, odpověděl-li takto respondent.

Nikdy nepředpokládejte, že víte, co respondenti mají na mysli, a nevybírejte kategorii za ně. Totéž platí, když žádáme o numerickou odpověď. Pokud se respondent zdráhá odpovědět, vstupte do toho s výroky jako „Je to všechno?“, „Ještě něco jiného?“, „Chceme znát váš názor“, „Mohl/a byste to rozvést?“, „Aha. Teď je to váš názor?“. Dávejte však pozor, abyste respondenta nevedli – vždy musíte zůstat neutrální.

Většina otázek, které budete klást, je uzavřená. To znamená, že vyžadují odpověď, která vyhovuje předem určené kategorii. Některé uzavřené otázky mají předkódovaný seznam, který respondent nevidí. Pokud má předkódovaný seznam jedinou odpověď na otázku, vyzvídejte na respondentovi dál, aby vám bylo jasné, který kód nejlépe odráží jeho názor (například pokud respondent říká: „Souhlasím“, zeptejte se: „Naprosto souhlasíte, nebo spíše souhlasíte?“). V případech, kdy uzavřené otázky umožňují více odpovědí, pokračujte v sondování otázkou „A co dále?“, pokud respondent uvede jen jednu odpověď.

4.1.12 Problém negramotnosti – pomoc respondentům, kteří neumí číst

Jako znevýhodněná populace mají Romové vyšší míru negramotnosti než většina obyvatel země, kde žijí.

Níže krátce popíšeme problém negramotnosti Romů v České republice.

Česko

Míra gramotnosti je 97 %, přibližně 5 % romské populace nemá formální vzdělání; 11 % má pouze první stupeň základního vzdělání (ISCED 1), 54 % má ukončené základní vzdělání a 30 % vyšší sekundární vzdělání (ISCED 3). Podíl vysokoškolského vzdělání je nižší než 1 %.

Negramotnost a znalost jazyka nepředstavují v Česku velký problém. Přesto jsou otázky formulovány co nejjednodušeji a nejjasněji.

Je možné, že budete dělat rozhovor s respondenty, kteří si nedokážou přečíst karty. Pokud se s tím setkáte, karty, které jsou zakomponovány do skriptu, respondentovi prosím přečtěte. To lze udělat také v případě těch osob, které technicky umí číst, ale nerozumí tomu, co si přečetly (funkční negramotnost), nebo mají zrakové postižení, které jim brání ve čtení. Negramotnost by však měla být odlišena od nedostatečné jazykové způsobilosti, včetně používání dialektů; v tomto případě si prosím přečtěte oddíl 4.2.5 „Jazyková pomoc“. Ve skriptu se zobrazují karty. U relevantních otázek je třeba na karty kliknout, aby se zobrazily v režimu celé obrazovky. Pak je můžete zobrazit (nebo ve výše uvedeném případě přečíst) respondentům.

4.2 Minimalizace předpojatosti tazatele

Každý tazatel musí všechny otázky v dotazníku podávat každému respondentovi stejným způsobem. Tato konzistentnost je klíčová pro odstranění variability a předpojatosti tazatele, dvou faktorů, které mohou vážně narušit platnost údajů získaných z průzkumu. Dodržujte níže uvedené pokyny, abyste zajistili, že dotazník budete podávat nepředpojatým, standardizovaným způsobem.

Před zahájením práce je velmi důležité, abyste byli s dotazníkem obeznámeni, protože mnoho z níže uvedených pokynů je o tom, jak správně prezentovat dotazník respondentovi. Ujistěte se, že jste si dotazník pečlivě přečetli, včetně filtrujících otázek a cest, a že jste se seznámili s tím, jak to funguje, a je vám vše jasné.

Následuje seznam pravidel chování, jichž se musíte při vedení rozhovoru držet:

- **Ptejte se pomocí přesných slov.** Neměli byste parafrázovat. Respondent vás může přerušit a odpovědět předtím, než vyslechne celou otázku. Když k tomu dojde, přečtete celou otázku znovu a ujistěte se, že ji respondent uslyší až do konce. Nepředpokládejte, že se předčasná odpověď vztahuje na otázku tak, jak je napsána. Můžete respondenta zdvořile informovat, že za účelem poskytnutí plně kompetentní nebo nejlepší možné odpovědi musíte přečíst celou otázku.
- **Najděte správné tempo, kterým budete otázky číst.** Jelikož jste s otázkami velmi dobře obeznámeni, může se stát, že je nechtěně začnete číst rychleji. Při každém rozhovoru pamatujte na to, že musíte zpomalit. Nezapomeňte, že respondent slyší tyto otázky poprvé. Musíte číst dostatečně pomalu, aby respondent měl čas pochopit vše, na co se ptáte. Doporučuje se rychlost přibližně dvou slov za sekundu.
- **Položte každou otázku, která je uvedena v dotazníku.** Nikdy nepředpokládejte, že odpověď na nadcházející otázku již byla poskytnuta v předchozí odpovědi. Odpověď obdržená v souvislosti s jednou otázkou nemusí být v kontextu jiné otázky stejná.
- **Otázky, které si respondent špatně vyloží nebo nepochopí, zopakujte.** Respondent vám může říci, že otázce nerozuměl nebo, když se snaží na otázku odpovědět, může vypadat zmateně. Také by mohl uvést odpověď, která se pro danou otázku zdá nelogická nebo irelevantní. Za těchto okolností byste měli otázku vždy jednoduše zopakovat přesně tak, jak je napsána, neparafrázovat ji ani ji nepřeformulovávat. Pokud respondent požádá o další vysvětlení, měli byste otázku znovu přečíst tak, jak je napsána, a sdělit respondentovi, že by měl odpovědět bez ohledu na to, jak otázku chápe. Pokud i přesto neví, jak na ni odpovědět, měli byste použít kód „Neví“. Pokud vám řekne, že otázce nerozumí, uveďte prosím kód „Nerozumí“.
- **Nenaznačujte respondentovi odpovědi.** Pokud odpověď respondenta není pro otázku relevantní, nesondujte tak, že řeknete něco jako „předpokládám, že máte na mysli, že... Je to tak?“. V některých případech bude souhlasit s vaší interpretací své odpovědi, i když to není to, co měl na mysli. Tím by byla vnesena předpojatost tazatele. Spíše byste měli sondovat takovým

způsobem, aby respondent sám přišel s relevantní odpovědí, například tím, že řeknete něco jako: „To je velmi zajímavé. Jak to souvisí (s tématem otázky)?“.

- **Odpovědi musí představovat vlastní názory respondenta bez předpojatosti vnesené tazatelem.** Neovlivňujte odpovědi respondenta svým přímým nebo nepřímým chováním, například svou řečí těla, svým postojem, tónem hlasu, nebo jiným způsobem.
- **Odpovědi „Nevím“.** Když respondent řekne „Nevím“, může to znamenat dvě věci: (1) buď si není jist odpovědí a potřebuje více času na přemýšlení, nebo (2) neví, jak na otázku odpovědět. Musíte být připraveni rozlišovat mezi těmito dvěma možnostmi. Respondent může říci „Nevím“, když je požádán o názor nebo postoj. Může být pro něho obtížné vyjádřit pocity slovy. Máte-li podezření, že je tomu tak, měli byste ho uklidnit slovy: „Neexistuje žádná správná nebo špatná odpověď. Jen mi řekněte, jak se cítíte vy.“ Když je respondentovi viditelně nepříjemně odpovídat na tyto otázky, může odpovědět „Nevím“, aby se otázce vyhnul. Pokud se zdá, že to je tento případ, musíte znovu vynaložit veškeré úsilí, abyste svého respondenta uklidnili, a musíte ho ujistit, že odpovědi jsou důvěrné a pro průzkum důležité. Nicméně jakmile jste se doptali na odpověď řádně, měli byste akceptovat odpověď „Nevím“, ale ujistěte se, že tak neodpověděl z důvodu nedostatečné jazykové způsobilosti nebo použití dialektu.
- **Citlivé otázky.** Někteří respondenti se nemusejí cítit v pohodě, pokud například musejí uvést informace o svém příjmu. V tomto případě byste se měli pokusit jemně ujistit respondenty, že se vším, co říkají, se bude zacházet v přísné důvěrnosti a vše bude anonymizováno, že nic nebude poskytnuto žádným orgánům nebo třetím stranám a že všechny údaje budou použity pouze jako agregované údaje. Pokud stále odmítají, měli byste použít kód „Odmítl/a odpovědět“.

Dodržováním všech těchto pravidel pro prezentaci dotazníku zajistíte, že průzkum bude každému respondentovi prezentován přesně stejným způsobem a že odpovědi poskytnuté účastníkem budou přesně reprezentovat jeho zkušenosti a názory. Tato praxe zaručí, že sesbírané údaje budou mít nejvyšší kvalitu a budou plně srovnatelné mezi jednotlivými tazateli v rámci zemí i mezi zeměmi.

4.2.1 Etická, kulturní a bezpečnostní hlediska

4.2.2 Klíčová etická a kulturní hlediska

Rozhovor musí být veden způsobem, který respektuje právo respondentů na soukromí a je citlivý vůči stávajícím kulturním normám pro sociální interakci.

Rozhovory s Romy by se neměly lišit od rozhovorů s nikým jiným. Jako tazatel byste měli být neutrálním kanálem pro zaznamenávání názorů respondenta. Pomohou vám následující informace – pečlivě si je přečtěte:

- Mnoho Romů stále čelí předsudkům a diskriminaci nebo mělo v minulosti negativní zkušenosti s úřady nebo osobami neromského původu. Proto by mohlo být obtížnější vybudovat důvěru a navázat spolupráci.
- Nikdy nepředpokládejte. Dávejte pozor, abyste nepředpokládali nic o původu nebo přesvědčení respondenta. Můžete si myslet, že někdo je určitého původu, ale on sám se takto nemusí popsat. Proto musíme zajistit, aby se lidé identifikovali jako Romové sami.
- V tomto průzkumu je obzvláště důležité, abychom nepředpokládali názory, přesvědčení nebo způsob života lidí. I když odpověď není to, co jste očekávali, neprojevujte prosím překvapení nebo respondentovu odpověď nezpochybujte.
- Mějte prosím na paměti, že pro některé z respondentů není čeština jejich rodný jazyk. Mluvte jasně, pomocí známých výrazů, aby vás pochopili. Někteří respondenti nemusejí být schopni přečíst papírové karty nebo karty na obrazovce či kartičky, které jim dáte. Při předkládání dotazníku budete muset odpovědi na otázky respondentům přečíst nahlas. Nikdy respondenta neuvádějte do rozpaků. Vzhledem k tomu, že se mohou objevit určité jazykové problémy, včetně dialektů, rozhovor může trvat déle, než se očekávalo. Je důležité, abyste se drželi tempa respondenta a nesnažili se na něj spěchat.
- Zdůrazněte, že cílem průzkumu není změnit jejich kulturu nebo preference. Je to spíše naopak: Chceme znát jejich vlastní názor, preference a přesvědčení tak, jak jsou.
- Buďte citliví vůči různým zvykům a chování, které od vás očekávají v domácnostech, jež navštívíte, a respektujte je. Například v některých domácnostech budete považováni za hosta a nabídnou vám pití, nebo dokonce i jídlo. Může se také stát, že vstoupíte do kuřácké domácnosti, ale jste nekuřák. Je zdvořilé jídlo či pití přijmout (určitě s výjimkou alkoholu, pokud řídíte, nebo jídla/pití, které by mohlo ohrozit vaše zdraví).
- V domácnosti může existovat hierarchie, v níž někteří členové hovoří jménem ostatních a vy to možná budete muset usměrňovat. Také možná bude chtít přispět k rozhovoru mnoho jiných členů rodiny, takže to možná budete muset vhodně usměrňovat. Některé otázky proto mohou být zodpovězeny ostatními, ale ve většině oddílů je to názor vybraného respondenta, co nás zajímá. Dávejte pozor, abyste nepodkopali něčí autoritu a někoho tímto způsobem neurazili. To by mohlo vést k tlaku na dotazovaného, aby rozhovor ukončil.
- Je důležité, abyste ve zpětné vazbě pro manažera práce v terénu uvedli veškeré informace o situaci při rozhovoru, které by mohly mít dopad na rozhovor nebo by mohly být překážkou. Pomůže to dále rozvíjet pokyny a metodiku, jak provádět průzkum mezi Romy ve vaší zemi.
- Dotazování vás zavede do domovů lidí různých vyznání a etnik, stejně jako lidí s různými životními podmínkami nebo životním stylem. Být citlivý vůči těmto rozdílům je nejen nutné, ale i přínosné pro cíl, jímž je dokončení rozhovorů.

- Je možné, že některé otázky nebo výrazy použité v dotazníku respondenti nepochopí. Pokud tomu tak je, nepokoušejte se podmínky nebo otázku objasnit, pokud není v dotazníku uvedeno vysvětlení. Postupujte podle pokynů uvedených v oddíle 4.3 o minimalizaci předpojatosti tazatele.
- Někteří respondenti nejsou s procesem rozhovoru obeznámeni. A co víc, někteří mohou být podezřívaví a spojovat si vás s úřady, s nimiž mají negativní zkušenosti. Budete je muset znovu ujistit, že tomu tak není, vysvětlit jim, kdo jste, kdo je zadavatelem výzkumu a jak budou informace, které poskytují, použity. Zdůrazněte, že vládě ani veřejným orgánům, jako jsou místní orgány, policie, lékaři nebo škola, nebudou poskytnuty žádné osobní údaje.

4.2.3 Vyvarujte se soudů a stereotypů

Stereotypizace znamená držet se obecného nebo pevného přesvědčení, obrazu či představy o jiných bez důkazu nebo oprávněnosti. Stereotyp se používá ke kategorizaci skupiny lidí. Lidé někdy nerozumějí typu člověka, takže je zařazují do klasifikací a myslí si, že každý, kdo je součástí určité kategorie, musí jednat určitým způsobem. Stereotypy mohou být buď pozitivní (například věříme, že určitá skupina lidí je přátelská, vstřícná a velkorysá), nebo negativní (věříme, že určitá skupina lidí je hlučná, neorganizovaná, nespolehlivá nebo agresivní).

Aby byl tazatel úspěšný, musí se naučit vyvarovat se při interakci s cílovými skupinami soudů a stereotypů. Zde je několik návrhů, jak se stereotypizace vyvarovat:

- Respektujte jednotlivce a individualitu: mějte na paměti, že každý člověk je jedinečný. Jednejte s každou osobou jako s individualitou a nepředpokládejte, že se bude chovat určitým způsobem jen proto, že je součástí určité skupiny. Pamatujte si, že Romové jsou různorodá komunita. Každá komunita může mít své vlastní způsoby, jak dělat věci, i když jsou k sobě v těsné blízkosti.
- Nespolehejte se na předpoklady: vyvarujte se pokušení spoléhat se na předpoklady, které jsou založeny spíše na soudech nebo pověstí než na faktech a zkušenostech.
- Budte připraveni a informováni: ujistěte se, že toho o skupině, s níž vedete rozhovory, víte co nejvíce. Některé informace naleznete v této příručce a v instruktážní prezentaci – pokud ale potřebujete další informace, neváhejte se obrátit na svého manažera práce v terénu.
- Nepoužívejte zápornou terminologii. Nehovořte například o Romech nebo osadách jako o „ilegálních“. Stav nemusí být podle zákona. Vyhněte se vytváření/uvádění jakýchkoli předpokladů o tom, že oblasti, kde žijí, jsou nebezpečné.
- Učte se od ostatních: existuje mnoho věcí, které se můžete naučit od ostatních bez ohledu na jejich úroveň vzdělání, věk, pohlaví, příjem nebo původ.
- Vyjmenujte jakékoli iracionální přesvědčení, soud nebo předsudek, které možná máte o cílové skupině – nejlépe písemně. Analyzujte každý z nich, jejich „zdroj“ (odkud pocházejí) a to, jak

mohou ovlivnit vaši interakci s respondenty. Když získáváte zkušenosti v terénu, vraťte se znovu a znovu k seznamu a ověřte si, zda se tato počáteční přesvědčení ukázala být pravdivá, nebo nepravdivá.

- **Budte soucitní:** všichni lidé si zaslouží, aby se s nimi zacházelo soucitně a tolerantně. Vězte, že někteří z lidí, se kterými se setkáte, jsou v určitých ohledech zranitelní. Nicméně respektovat jejich zkušenosti neznamena, že byste s nimi měli jednat jako s oběťmi. Proto neprojevujte lítost ani nebudte příliš empatictí, pokud jde o zkušenosti respondentů, jejich životní podmínky, zdraví atd.
- **Ceňte si rozmanitosti:** přemýšlejte o způsobu, jakým rozmanitost obohacuje váš život a svět kolem vás. Uvažte roli různých lidí a různých kultur a civilizací v pokroku společnosti.
- **Vždy používejte neutrální a jednoduchý jazyk s krátkými větami,** aby se předešlo nedorozuměním, která vznikají z různých kulturních a/nebo vzdělávacích důvodů, jazykové způsobilosti nebo dialektů.

4.2.4 Zvláštní situace

Pro respondenty by z účasti na výzkumu neměly plynout žádné negativní důsledky. Dotazník byl vypracován tak, aby jakékoli negativní dopady vyplývající z účasti na průzkumu byly minimální. Některé otázky však mohou být i přesto považovány za citlivé a mohou vyvolat rozpaky. Jako tazatel máte klíčovou roli při zajišťování pohody a emocionálního pohodlí respondentů.

V průběhu rozhovorů můžete narazit na některá nechtěná zjištění, na nepříjemné situace související s nedávnou nebo současnou situací respondenta, tedy na citlivé aspekty, které respondenti s vámi sdílejí, například související s obtěžováním, násilím, včetně domácího násilí atd. Je velmi důležité, abyste se chovali odpovídajícím způsobem.

Ačkoli informace, které získáváme, jsou důvěrné a neměly by být s nikým sdíleny, mohou nastat situace, kdy je nutné informovat manažera práce v terénu. To se může týkat hrubého chování v domácnosti nebo šikany či sexuálního nebo domácího násilí.

Je nutné, abyste tuto záležitost ihned po rozhovoru ohlásili POUZE svému manažerovi práce v terénu. Je vždy odpovědností manažera práce v terénu, aby učinil konečné rozhodnutí o tom, zda je třeba tento problém dále řešit. V každém případě byste měli vždy zajistit anonymitu respondenta a sdílet jeho osobní údaje (včetně věku, pohlaví, národnosti a identifikace) pouze na výslovnou žádost vašeho manažera práce v terénu.

Při řešení těchto zvláštních okolností během průzkumu byste měli mít na paměti, že vaše práce jako tazatele je jiná než práce odborníků v sociálních službách. Nejste zodpovědní za zasahování nad rámec podání zprávy a v případě potřeby se doporučuje dodržovat nouzový protokol.

Nouzový protokol

Vždy byste měli tónem svého hlasu a neodsuzující formulací otázek vyjadřovat empatii, trpělivost a vnímavost. Osoba, která podstoupila fyzický nebo duševní šok, se může obzvláště zdráhat znovu prožít emoce tím, že bude o událostech, při nichž trpěla, vyprávět. Máte odpovědnost zajistit, aby respondent byl klidný a neměl s otázkami problém. Musíte být uctiví a pozorní ke kulturním, náboženským, věkovým, genderovým a dalším faktorům rozmanitosti.

Musíte být připraveni diskutovat o důvodech a účelech výzkumu, řídit očekávání a možná budete muset zůstat s respondentem déle, než se očekávalo, pokud se vám bude jevit, že je rozrušený nebo zoufalý. V těchto případech můžete respondentovi před odchodem z lokality, kde provádíte rozhovor, doporučit, aby si zavolał důvěryhodného společníka (např. člena rodiny, přítele atd.).

Níže je uveden postup, který je třeba dodržet, pokud se setkáte s problémy:

- **Krok 1 – Rozpoznejte problém:** Respondent naznačuje, že zažívá vysokou úroveň stresu či emoční tísně nebo vykazuje chování naznačující, že rozhovor je příliš stresující, například začne nekontrolovaně plakat, třást se atd.
- **Krok 2 – Poskytněte podporu:** Okamžitě ukončete rozhovor a nabídněte mu emocionální podporu, například s dotazem „Na co myslíte?“ nebo „Řekněte mi, co cítíte“.
- **Krok 3 – Pokračujte nebo zrušte rozhovor:** Má-li respondent pocit, že je schopen pokračovat, zeptejte se ho, zda chce pokračovat, a vysvětlíte mu, že by se neměl cítit povinen to udělat. Pokud potvrdí, že je to v pořádku, pokračujte v rozhovoru, jinak jej zastavte a postupujte podle následujících kroků.
- **Krok 4 – Zavolejte externí podporu:** Pokud respondent není schopen pokračovat, netlačte na něj, aby pokračoval. Doporučte mu, aby zavolał někomu, komu důvěřuje, nebo někomu, kdo může pomoci ho uklidnit.
- **Krok 5 – Znovu oslovte respondenta:** Poté, co je respondent opět klidný, můžete se ho pokusit zeptat, zda lze pokračovat v rozhovoru.

Vzhledem k citlivé povaze témat je také možné, že byste se mohli během práce v terénu vystresovat nebo emocionálně rozrušit kvůli určité míře soucitu a citlivosti vůči bolesti druhých. V takových případech je důležité, abyste si uvědomili, kdy jste ztratili svou neutralitu a profesionalitu. V případě potřeby neváhejte požádat o podporu svého manažera práce v terénu, vyhledá vám vhodnou pomoc nebo poradenství.

4.3 Důvěrnost a ochrana údajů

Obecné nařízení o ochraně osobních údajů (GDPR) je právní předpis EU (EU – 2016/679), jehož cílem je poskytnout jednotlivcům kontrolu nad jejich osobními údaji a zjednodušit regulační prostředí pro mezinárodní obchod sjednocením nařízení v rámci EU. Nařízení GDPR lze považovat za nejsilnější soubor pravidel ochrany osobních údajů na světě, který zlepšuje přístup lidí k informacím o nich a omezuje to, co organizace s osobními údaji mohou dělat.

V souladu s GDPR se musíte seznámit s tím, jak získat informovaný souhlas a jak jsou údaje zpracovávány. V této části jsou uvedeny některé důležité pokyny. Jako tazatel, který pracuje jménem společnosti YYYY a XXXX, musíte dodržovat Mezinárodní kodex výzkumu trhu a sociálního výzkumu ICC/ESOMAR.

Všechny shromážděné informace zůstanou anonymní a nikdo nebude identifikován jako osoba, která se zúčastnila výzkumu. Hlavní informace o ochraně osobních údajů jsou k dispozici v úvodním dopise, který obsahuje odkaz na úplné znění zásad ochrany osobních údajů. Platí standardní požadavky nařízení GDPR, které je třeba sdělit respondentům.

4.3.1 Získání informovaného souhlasu

Před zahájením rozhovoru musíte získat informovaný souhlas tak, že účastníkovi sdělíte následující body (které jsou obsaženy v úvodu):

- své celé jméno;
- rozhovor probíhá jménem agentury AAAA a jménem YYYY;
- účel průzkumu;
- přibližnou dobu, po kterou rozhovor bude trvat;
- skutečnost, že účast je dobrovolná a všechny jeho odpovědi zůstanou důvěrné;
- rozhovor může být kdykoli zastaven;
- rozhovor bude probíhat podle norem nařízení GDPR;
- respondenti mohou kontaktovat vaši instituci s žádostí o více informací.

4.3.2 Ochrana anonymity respondenta

Je důležité chránit anonymitu dotazovaného, zejména proto, že respondenti, s nimiž vedete rozhovor, mohou mít specifické obavy ohledně důsledků odhalení informací, které by mohly ovlivnit jejich blaho nebo živobytí.

V souladu s těmito postupy musíte s informacemi, které od účastníka obdržíte, zacházet jako s přísně důvěrnými. Stejně tak by měly být přísně důvěrné i veškeré informace, jež obdržíte od manažera práce v terénu nebo mediátorů / správců objektů, jako jsou adresy a informace o místě výběru vzorku. Tyto informace musejí být bezpečně uloženy, nesmíte je kopírovat a měly by být vráceny manažerovi práce v terénu, aby je mohl na konci průzkumu bezpečně zlikvidovat.

Jedinou výjimkou je proces kontroly kvality sběru dat, pokud společnost XXXX, YYYY nebo zástupce agentury FRA požádají o účast při rozhovoru.