

## **Dovednosti tazatele aneb o nástrahách terénního výzkumu**

Pod slovem výzkum si asi každý dovedeme něco představit. Běžně se setkáváme s marketingovým výzkumem cíleným na určitou značku nebo produkt. Řada z nás se setkala s nějakou formou vnitrofiremního výzkumu, ať už byl zaměřený na hodnocení nebo na zjištění postojů. Samozřejmostí jsou pro nás volební průzkumy a průzkumy veřejného mínění.

Přiliš asi nepřemýšlíme nad tím, co se všechno odehraje, než se můžeme seznámit s finálními výsledky. A že toho není málo, o tom by vám mohli vyprávět právě tazatelé, kteří jsou při výzkumu v „první linii“. Nabízím vám pohled do zákulisí jednoho rozsáhlejšího výzkumu, který jsme pro našeho klienta realizovali v malých obcích po celé České republice. Posuďte sami, co všechno museli tazatelé umět, aby se podařilo výzkum dotáhnout do konce.

Začíná to navazováním kontaktu. Získat respondentův zájem podílet se na výzkumu není samozřejmá věc. Obzvlášť pokud jej vyrušíte při nějaké jiné činnosti. Vcelku příjemné byly rozhovory při okopávání zahrádky nebo při opravování auta. Pár rozhovorů se podařilo i při společné cestě na nákup. Poněkud náročnější byly chvíle, kdy se dotazovaný během dotazování nechtěl vzdát sekání trávy. To už kladlo značné nároky i na rétorické dovednosti. Ty se uplatnily i při rozhovorech na větší vzdálenost. Řada ostýchavějších respondentů jim dala přednost, dělila je od tazatelů jejich zahrádka nebo 3 podlaží bytového domu. Občas bylo nutné porovnat svůj hlas se čtyřnohým strážcem domu, který nepustil ke slovu ani svého pána. Tazatelé, kteří věřili svým schopnostem rozumět řeči zvířat, podnikali odvážné kroky do dvorků a zahrad, aby se mohli dozvonit na domácí obyvatele. Naštěstí tyto dovednosti nemuseli použít, protože k žádnému dramatičtějšímu setkání s hlídacím psem nedošlo.

K pokročilým dovednostem patřilo i vyjednávání. Jedna z tazatelek byla přizvána na svatební oslavu a dříve než stačila cokoliv říci, byla postavena před hotovou věc: „Buď se s námi napijete, nebo nebudou žádné dotazníky“. Poučila se, a když se před ní objevila další sklenička, řekla zase svojí podmínku: „Dám si s vámi, ale přiveďte mi na oplátku další respondenty“. Postupně si tazatelé vyvinuli dovednost být ve správný čas na správném místě. Bylo důležité se sladit s důležitými událostmi dne, jako bylo hokejové utkání v televizi nebo nedělní zápas domácího týmu. Stávalo se, že se tazatelé během sběru stihli seznámit téměř se všemi obyvateli a získali podrobné informace nejen ke zkoumanému tématu, ale byli zasvěceni i do důležitých záležitostí obce. Ti, co měli štěstí, okusili i místní pohostinnost a kromě dotazníku si odnášeli i něco dobrého z domácí kuchyně.

V tomto odlehčeném podání možná práce tazatelů vypadá jako procházka růžovým sadem. Věřte však tomu, že tazatelé musí často hodně zabojovat, aby se jim podařilo odpovědi získat a dovést výzkum k úspěšnému výsledku.

Mgr. David Hanuš

konzultant, psycholog

Tres consulting s.r.o.