

## METODA FOCUS GROUP A MOŽNOSTI JEJÍHO VYUŽITÍ V KINANTROPOLOGICKÉM VÝZKUMU

Luděk Šebek, Jana Hoffmannová

*Fakulta tělesné kultury, Univerzita Palackého, Olomouc, ČR*

Předloženo v lednu 2010

---

V článku se zabýváme problematikou focus groups a možností jejich využití v kinantropologickém výzkumu. V analýze elektronických informačních zdrojů Univerzity Palackého jsme se zaměřili na výzkumné projekty opírající se o metodu focus group. Analýza zdrojů z uvedených databází doplněných o přehled dostupné literatury ukázala, že v oblasti kinantropologie je tato metoda využívána v minimální míře. Cílem našeho příspěvku je představení metody focus group a naznačení možností její aplikace v kinantropologickém výzkumu. Na základě shrnutí poznatků o metodě focus group jsme dospěli k závěru, že focus groups mohou představovat způsob, jak zachytit takové jevy, jako jsou vliv sociálního okolí, subkulturních aspektů, či vnímané osobní účinnosti na utváření postoje k celoživotnímu učení v kontextu pohybové aktivity. Potvrzení naznačených možností pak budou předmětem našeho dalšího zkoumání.

---

***Klíčová slova:*** Kvalitativní výzkum, focus group, kinantropologie, rekreologie.

### ÚVOD

Kvalitativní metody výzkumu jsou v současné době pevně etablovány v nejrůznějších oborech. Oblast kinantropologického výzkumu není v rozvíjení nových, kvalitativně orientovaných přístupů výjimkou. Zkušenosti ukazují, že některé zkoumané oblasti se hodí spíše pro kvalitativní typy výzkumu. Příkladem může být případ výzkumu, který se snaží odhalit podstatu individuálních zkušeností s určitým jevem či situací (např. formování či změna vztahu účastníků k jízdě na kole v rámci kurzu cykloturistiky s dramaturgicky pojatou vnitřní pro-

gramovou stavbou) nebo pokus o získání nových názorů na jevy, které jsou nám již známy, případně získání detailních informací, které se prostřednictvím kvantitativních metod těžce zachycují (Strauss & Cobrinová, 1999). Při analýze elektronických informačních zdrojů (EIZ) Univerzity Palackého jsme se zaměřili na výzkumné projekty opírající se o metodu focus group (<http://ezdroje.upol.cz/ezdroje/>, <http://search.ebscohost.com/>). Přestože na základě našich zkušeností s použitím této metody v rámci probíhající studie úlohy jízdního kola v životní dráze jedince se nám jeví jako výhodná, výše uvedená analýza ukázala, že v oblasti kinantropologie je tato metoda využívána v minimální míře. Cílem našeho příspěvku je představení metody focus group a naznačení možností její aplikace v kinantropologickém výzkumu.

## FOCUS GROUP JAKO METODA KVALITATIVNÍHO VÝZKUMU

Teorii a praxi focus group jako metody kvalitativního výzkumu v oblastech sociologie, marketingu, psychologie, vzdělávání, obchodu, zdraví a komunikace se zabývá celá řada autorů, kteří vydali v tomto ohledu několik publikací (Vaughn, Schumm & Sinagub, 1996, Morgan, 1997, Krueger & Casey, 2000, Bloor, Frankland, Thomas & Robson, 2001, Fern, 2001, Puchta & Potter, 2004, Stewart, Shamdasani & Rook, 2007 a další).

„Focus group“ je anglický termín, který je do češtiny překládán hned několika způsoby. Jazykově správná varianta je „fokální“ skupina, která se, jak výstižně komentuje Miovský (2006, 175) „nejevila být příliš šťastnou volbou“. Nabízí se označení „fokusní“ skupina, které však není jazykově správné. Pro vydání původní monografie jednoho z hlavních představitelů metody „focus group“ Davida L. Morgana (1997) bylo použito termínu „ohnisková“ skupina, neboť v rámci této výzkumné metody je definováno zaměření diskuse neboli „ohnisko“. Miovský (2006) termín „ohnisková“ skupina označuje za kompromisní. Naproti tomu Hendl (2005) neuvádí ani „focus group“ ani „ohniskovou“ skupinu a hovoří o skupinové diskusi a skupinovém interview či skupinovém rozhovoru. V sociologii tyto překlady jsou považovány za nepřesné, přičemž např. Veisová (2009) na druhou stranu volně zaměňuje termín „focus group“, „focus groups“ a navíc je kombinuje i s výše uvedenými termíny. V moderním marketingovém výzkumu a managementu je užíván především původní anglický termín „focus group“ a v případném překladu nejsou rozlišovány termíny skupinový rozhovor či skupinová diskuse (Kozel at. al, 2006, Kotler, Wong, Saunders & Armstrong, 2007) a setkali jsme se i s překladem jako „sledovaná skupina“ či „sledovaný skupinový rozhovor“ (Kotler & Keller, 2007). Miovský (2006) uvádí, že „ohnisko“ obvykle představuje spíše určitou tematickou

oblast či obecnější fenomén, který je středem našeho zájmu. Protože však výraz „focus“ může být zároveň překládán jako „soustředění“, „zaměření“, či příbuzná adjektiva apod., považujeme překlad za potenciálně zavádějící a pro potřeby našeho článku budeme užívat původního anglického termínu „focus group“ v jednotném čísle a „focus groups“ v čísle množném.

Focus group bývá uváděna jako jedna z nejprogresivnějších kvalitativních metod pro získávání dat (Miovský, 2006). Jedná se výzkumný nástroj pro získávání informací ke zvolenému tématu od skupin, které se vyznačují sdílenými charakteristikami nebo zájmy. Focus group zaostřuje vhléd do postojů a přesvědčení, které jsou zdrojem chování. Hodí se pro studium komplexních témat zahrnujících mnoho úrovní pocitů a zkušeností (Morgan, 2001).

Původ focus group je datován do období druhé světové války, kdy prostřednictvím této metody Merton, Fiske a Kendall (Merton, Fiske & Kendal, 1990) zkoumali přesvědčivost propagandistického úsilí a efektivitu tréninkových materiálů pro vojáky. V padesátých letech Thompson a Demerath zkoumali pomocí metody focus group faktory, které ovlivňují produktivitu pracovních skupin (in Morgan, 1997). Ve stejné době převedl Mertonův kolega Lazarsfeld (in Morgan, 1997) metodu focus group do marketingového výzkumu, kde sloužily k získávání informací o názorech na nové produkty a služby. Postupem času byly focus group transplantovány pro široké spektrum různých výzkumných záměrů v řadě oborů. Např. v medicíně k prozkoumání aspektů funkce a důležitosti zdraví u pacientů - diabetiků (Kirchberger at al., 2009), dále ve vzdělávání (Wilson, 1997, Ashton, 2009, Finke, McNaughton & Drager, 2009, Thurgate & MacGregor, 2009), v gerontologii (Bryant, Laditka & Mathews, 2009), v závislém chování (Millay, Satyanarayana, O'Leary, Crecelius & Cottler, 2009, Patten at al., 2009), ve sportovním managementu (Inglis, 1992), v pohybové aktivitě (Draper, Kolbe-Alexander & Lambert 2009, Casey, Eime, Payne & Harvey, 2009), atd.

V oblasti řízení a marketingu se používá metoda focus group pro testování efektivity postupů, pro generování nových myšlenek a tvořivost v řešení problémů. Podle studie Greenberga, Goldstuckera a Bellengera (in Fern 1982, 1), ve které jim odpovědělo 262 firem, běžně používá tuto metodu 47% dotázaných firem. Největší rozšíření (81%) pak autoři zjistili u firem prodávajících spotřební zboží, na druhém místě (s 67%) stály firmy zabývající se marketingem a poradenstvím.

V sociologii nalézáme kořeny focus group v evaluaci efektivity skupinové terapie (Stewart, Shamdasani & Rook, 2007, Kontos & Naglie, 2009). Významný podíl na formulování focus group jako kvalitativní výzkumné metody náleží Morganovi a Spanishovi (1984) a Morganovi (2001), kteří definovali základní rámec pro design focus group.

## Metodologické aspekty využití focus group

Využití metody focus group v rámci metodologie představuje široké spektrum. Fern (1982, 1) spojuje metodu focus group s flexibilitou a kreativitou, neboť se užívá pro tvorbu hypotéz, zkoumání názorů, postojů a hodnot, testování nových myšlenek a nápadů, evaluaci, diagnostikování a poznávání dotazníkových položek.

Dále je metoda focus group využívána v rámci triangulace metod, rozšíření a prohloubení porozumění výzkumným výsledkům a také jako samostatná metoda. Jako příklad kombinace s jinými výzkumnými metodami v rámci triangulace můžeme uvést šetření Draperové, Kolbe- Alexanderové a Lambertové (2009), které použily metodu focus group ve studii zkoumající úspěšnost intervenčního programu zaměřeného na podporu pohybové aktivity v znevýhodněných komunitách u žáků základní školy, dospělých a u seniorů. Výzkumnice si vzaly za cíl realizaci kvalitativní retrospektivní procesní evaluace zkoumající jak faktory spojené s úspěšnou implementací programu, tak implementační problémy. Sběr dat u této studie kombinoval zúčastněné pozorování, strukturované rozhovory a focus group s dotazníkovým šetřením. Výzkumný soubor zahrnoval zaměstnance projektu, investory, účastníky a instruktory.

Metoda focus group je však používána i jako metodologicky plnohodnotná samostatná výzkumná metoda. V podobě samostatné metody bylo focus group použito např. ve studii Culpa (1998), který primárně zkoumal u dospívajících dívek překážky v identifikaci s myšlenkovým rámcem výchovy a rekreace v přírodě a sekundárně účinnost outdoorových programů při odstraňování těchto překážek. Jako zdroje překážek pak byly na základě kvalitativní analýzy dat určeny především stereotyp role pohlaví, rozdíly v rekreačních příležitostech, podpora kolegů a rodiny, dostupnost, faktory fyzické a faktory životního prostředí.

Frey a Fontana (in Morgan, 1993) si na počátku devadesátých let minulého století v oblasti terénního výzkumu všímali rostoucího vlivu kulturního fenoménu postmodernismu. Velmi zjednodušeně, postmoderní přístup zpochybňuje vládu zavedených paradigmat a vyvolává potřebu důkladného přezkoumávání doposud samozřejmě přijímaných předpokladů, jež zmíněná paradigmata podepírají. Postmodernisté se tedy snaží nahlížet různé aspekty života zkoumaných kultur a subkultur takovým způsobem, jenž co nejvěrněji odráží vnímání jejich členů. Vedle toho se obávají vysoké míry vlivu výzkumníka na interpretaci pozorovaných jevů a zasazují se o minimalizaci výzkumníkovy role v rámci výzkumné zprávy. I když podle Freye (in Morgan, 1993) focus groups nemohou zcela eliminovat subjektivní, interpretativní

povahu dat, mohou pomoci tyto aspekty redukovat. Tato skutečnost může představovat nesporný potenciál focus groups v otázce zvyšování kvality a vnitřní koheze výzkumných plánů.

### **Design focus group**

Při návrhu výzkumných projektů opírajících se o metodu focus group se obvykle vychází ze čtyř obecně přijímaných předpokladů:

První předpoklad vychází podle Ferna (1982) z domněnky, že skupiny mohou profitovat ze synergie při generování myšlenek. Tento názor zastává například Goldman (1962), který uvádí, že focus groups poskytují řadu informací kvalitativně odlišných od informací získaných z individuálních rozhovorů. Podobně Hess (1968) se domnívá, že focus groups produkují širší spektrum myšlenek a názorů, než individuální rozhovory.

Druhý předpoklad se týká role moderátora. Obecně se vychází z názoru, že odbornost, osobnost a používané postupy mají zásadní význam, pokud jde o zajištění skupinové interakce (Morgan, 2001), Fern (1982) mu oponuje na základě výsledků provedeného šetření, které zřetelné rozdíly mezi produktivitou skupin s výraznou a potlačenou funkcí moderátora neprokázalo. Dalším sporným tématem je požadavek na vzdělání moderátora. Kreuger a Caseová (2009) nekladou požadavek na vzdělání výzkumníka, který realizuje focus group. Jako rozhodující uvádí především zkušenost s focus group, kterou lze získat například v roli pomocného moderátora. Více konzervativní stanovisko zastává Miovský (2006), který zdůrazňuje roli etických zásad a proto by tuto metody měli aplikovat pouze výzkumníci s patřičným vzděláním a zkušenostmi. Jednak takto eliminujeme riziko pro sebe a účastníky a jednak se vyvarujeme získání nekvalitních a neužitečných dat.

Třetí se vztahuje k velikosti skupiny. Zpravidla se hovoří o optimálním počtu v rozmezí 6 - 10 členů. Můžeme se opřít například o práce Mertona, Fiskeho a Kendalla z roku 1956, Wellse z roku 1974 (in Fern, 1982), nebo Morgana (2001). V souvislosti s velikostí skupiny uvádí Miovský (2006) nepřítomnost univerzální normy, která by určovala velikost skupiny a celkový počet členů ve skupině se odvíjí od našich zkušeností, charakteru tématu a technicko – organizačních možnostech. Nicméně, přičemž je zřejmé, že čím vyšší počet účastníků, tím menší prostor má každý z nich k vyjádření.

Jako čtvrtý předpoklad optimálního návrhu focus group se uvádí homogenita skupiny a vzájemná neznámost členů. Např. Smith (in Fern, 1982) soudil, že vzájemná známost členů může vážně ovlivnit skupinovou dynamiku a také jednotlivé response. Morgan (1997) při-

pouští, že neznámí a známí lidé mohou vyvolat ve skupině odlišnou dynamiku, nicméně předpoklad, že focus group musí tvořit lidé, kteří se neznají, označuje jako mýtus. Kompozice skupiny dle Morgana (1997, 52) „by měla zajistit, aby účastníci v každé skupině měli k předmětu výzkumu co říci a aby se cítili při vyslovování svých myšlenek bezpečně“.

Ve vztahu k zajištění validity výzkumu se v designu projektu předpokládá 3 – 5 skupin (Agan, Koch & Rumrill 2008, Dickson, 2009). Podstatnou roli v celkovém počtu focus groups hraje záměr, s jakým je focus group v projektu naplánovaná. Miovský (2006) uvádí, že není ani tak důležitý počet focus groups, ale především kvalita získaných dat. Současně doporučuje, že bychom se, v tomto případě, měli řídit především obecným pravidlem saturace.

Metoda focus group pracující s obsahem skupinových interakcí vyžaduje podle Morgana (2001) důkladnost teoretické i praktické přípravy, jíž se vyvarujeme zkreslení či desinterpretaci získaných údajů. Zásadními procesy skupinové interakce jsou formování prvního dojmu, pozice vyplývající z profesního statutu členů ve skupině, danosti, mající za následek chyby v percepci či evokaci neadekvátních posuzovacích stylů. Dalším utvářejícím faktorem je fenomén důvěry a anonymity. Významnou roli ve skupinové interakci hrají věk participantů, jejich motivy a obavy, soutěživost či rivalita, obeznámenost s úkolem, navyklé postupy v řešení úkolů. Dalšími problémy skupinové interakce, se kterými se musí výzkumník vyrovnat, jsou dominance a submise ve skupině, vliv autocenzury a konformity, odvaha účastníků diskuse vyjadřovat vlastní názor před cizími lidmi, potřeba afiliace a sociálního srovnávání, příslušnost k etnické a sociální skupině. Velmi variabilní složkou je zájem být hodnocen. Skupinové faktory kvalitativně ovlivňující vzájemné interakce jsou velikost skupiny, skupinová shoda, historie souhlasu, skupinová koheze. Faktory utvářející schopnost response na skupinové interakce jsou vnímavost k projekcím vlastních pocitů, větší citlivost vůči některým tématům a sebeúcta participantů.

V neposlední řadě má značný význam výzkumníková všímavost ke kognitivnímu přestrukturování vlastních postojů v průběhu dialogu, koordinace vlastních vstupů a předchozí zkušenosti se skupinou (Morgan, 2001).

Znalostí procesů skupinové interakce předcházíme možné výtce, že nerespektujeme skutečnost, že se významy většinou tvoří ve skupinové dynamice. Ve skupinové interakci se může objevit něco, co se v individuální reflexi nebo rozhovoru mezi dvěma lidmi nikdy nevyvoří. Základním argumentem ve prospěch metody focus group je tedy odkrývání takových aspektů zkušeností a perspektiv, jaké by mimo skupinovou interakci nebyly dosažitelné. Aspekty skupinové interakce nám mohou zprostředkovat vhled do názorů a zkušeností účast-

níků. Participantů se navzájem podněcují v tvorbě myšlenek, jsou konfrontováni s názory a postoji druhých, což v nich vyvolává potřebu vyjádřit svůj pohled na dané téma. Srovnávají svoje rozdílné zkušenosti. Naším cílem je vytvořit podmínky pro získávání validních významů dat (Stewart, Shamdasani & Rook, 2007).

Některé limity metody focus group lze minimalizovat dodržováním zásad, které popsali a shrnuli Merton, Fiske a Kendall (1990). Jedná se o retrospekci (evokováním kontextu, v němž členové skupiny vyjadřovali svoji zkušenost), zachycení širší zkušenosti a její specifčnosti (detailním popisem) a postižení osobního kontextu (porozuměním individuálním významům zkušenosti).

Vzhledem k tomu, že převážná část názorů a postojů se utváří v rámci sociálních vztahů, je vhodnější příslušná data zjišťovat v sociální situaci, tedy ve skupině. Na základě zkušeností, jak uvádí Hendl (2005), lze konstatovat, že v dobře vedené focus group participanti snadněji a přirozeněji odkrývají své pocity a myšlenky, postoje, názory a způsoby jednání. Jedním z důvodů je působení skupinové dynamiky, která přispívá k zaměření se na konkrétní téma, účastníci se vzájemně inspirují a podněcují v různých úhlech pohledu na danou problematiku, přičemž focus group je pro ně zábavné. Morgan (2001) poznamenává, že nejoblíbenějším aspektem focus group pro účastníky je příležitost sdílet a porovnávat zkušenosti.

Efektivitou metody focus group se zabýval Fern (1982). Upozornil na fakt, že v oblasti marketingu a managementu sice převládá značná obliba výzkumů formou focus group, ve vědách o člověku je tato metoda předmětem řady kritických zkoumání. Na základě experimentálního šetření zkoumal především relevantnost předpokladů, že focus group převyšuje kvalitou získaných dat individuální interview, že úloha moderátora je při realizaci výzkumu formou focus group klíčová, že optimální velikost focus group je 8 - 12 členů, a že členové skupiny by se v optimálním případě neměli znát.

Výsledky šetření vedly Ferna (1982) k následujícím závěrům: Ve skupinách o čtyřech členech, tedy velikosti typické pro brainstormingové diskuse, stejně jako v osmičlenných skupinách, jež jsou běžné u focus group, dochází běžně k individuální nadřazenosti a dominantnímu chování. Významnost obecně uznávaného požadavku na vzájemnou neznámost členů se neprokázala jako signifikantní. Produktivita focus group (s překvapivě blízkými výsledky jako u skupin nemoderovaných) nedosáhla úrovně individuálních rozhovorů, stejně jako se nepotvrdila schopnost skupin generovat kvalitnější nápady.

Z jiného pohledu než Fern se rozlišující charakteristiky focus groups a individuálních interview pokusila v jednoduché srovnávací studii zachytit Vendelová (2006). „*Čo je vo fokusových skupinách viditeľné, je väčšie zovšeobecňovanie a menej osobné rozprávanie o sebe. Rozprávanie o druhých a o spoločnosti síce ponúka reflexiu o danej spoločnosti a pomeroch v nej (životodárnosti prostredia), zbavuje však lepšej možnosti a istoty hodnotiť kvalitu života jednotlivcej osoby a jej osobných zdrojov. Individuálne autobiografické rozprávanie je menej filozofujúce, no veľmi osobné.*“ (Vendelová 2006, 81). I když by si Vendelové tvrzení zasloužilo solidnější empirické podepření, i naše vlastní výzkumnická zkušenost je nevyvrací a domníváme se, že může určitou měrou napomoci v rozhodování o tom, jaký charakter výpovědi může být vzhledem k tématu užitečnější, popř. jestli by bylo vhodné obě metody kombinovat.

Poznatky získané na základě Fernova (1982) šetření můžeme každopádně pokládat za velmi užitečné pro lepší porozumění potenciálu a omezení metody focus group. Je nasnadě, že pokud by šlo výlučně o množství a kvalitu vygenerovaných nápadů, nemůžeme se opřít o empiricky ověřená fakta, která by podporovala upřednostnění focus group oproti individuálnímu rozhovoru nebo nemoderované diskusi. V neposlední řadě nesmíme ztratit ze zřetele, že výzkumníkem, jemuž jsou primárně adresována Fernova upozornění, je „market researcher“, tedy odborník zabývající se úzce specializovanou oblastí průzkumu trhu. Z ryze metodologického hlediska nabádá k určité opatrnosti vůči překotnému revidování pohledu na zkoumanou metodu také samotný výzkumný vzorek. Jak sám autor uvádí v diskusi, jednalo se o soubor složený výhradně z vysokoškolsky vzdělaných žen a není ověřeno, zda v případě smíšených skupin, skupin složených z mužů, či skupin s širším rozptylem sociálního statutu, by výsledky byly totožné.

Samotná skladba zkoumaných atributů metody nás pak vede k názoru, že rozhodující faktory, které při výzkumu v oboru kinantropologie mohou vést k využití focus group, mohou být odlišné od těch, které se jeví jako dominantní v oblasti marketingu a managementu. Lze se domnívat, že pozornost výzkumníků se často může upínat k evaluaci efektivity vzdělávacího či intervenčního programu či hodnocení služby. Vedle toho se ale hlavní výzkumné otázky mohou vztahovat k samotnému charakteru interakcí a vztahů formujících utvářené postoje a názory.



## Focus group ve výzkumu v rekreologii

Zaměření rekreologie je ze své podstaty vztaženo k tvůrčí aktivitě. Odvozenost názvu od latinského re-creare + logos odkazuje k uvažování o aktivním podílu na utváření sociálního světa i vlastní osobnosti. Hodaň a Dohnal (2008, 7) v této souvislosti uvádí, že rekreologie je „bádání, zaměřené především na problém obnovy lidských sil, na problém znovuvytváření něčeho, co již zde bylo, ale bylo nějakou činností ztraceno, zmenšeno, narušeno“. Avšak v pojetí autorů jde jednak o obnovu (re) a jednak o přidanou hodnotu v podobě snahy člověka „o další rozvoj a další zdokonalování na jedné straně, a na druhé straně i snahu o předcházení ztráty, resp. negativní změny určité kvality...čili o kompenzaci negativních vlivů činnosti člověka i prostředí“ (Hodaň & Dohnal, 2008, 7).

Jedním ze sociologicky zaměřených témat rekreologického výzkumu, která svým charakterem potenciálně nabízejí využití metody focus group, je životní způsob, podle Hodaň a Dohnala (2008) svým skupinovým charakterem, resp. schopností vyjadřovat skupinovou normu, termín nadřazený spojení životní styl. Vycházejíc z definice Velkého sociologického slovníku (1996) Hodaň životní způsob dále definuje jakou souhrn, strukturu a dynamiku všech životních činností členů skupiny a uvádí, že v tomto spojení jsou zahrnuty všechny sféry a způsoby lidské aktivity, stejně jako podmínky jejich realizace, vztahů lidí ve společenství i jejich individuální proměnlivost. Morgan (1997) se domnívá, že metoda focus group nabízí způsob, jak celé spektrum skupinových vztahů a jevů zachytit v jejich dynamičnosti.

Berg a Latin (2008, 249) hovoří o využitelnosti focus group v tělesné výchově, pohybové aktivitě a rekreologii. Riddick a Russell (2008) nebo Henderson (2004) se v tomto ohledu domnívají, že většina výzkumných projektů řešících pedagogické, sociologické či psychologické aspekty rekreologie je vzhledem k zatím omezené výzkumné bázi odkázána na různou míru nápodoby výzkumných designů prací v příbuzných teoretických oblastech. Zappe a Okrouhlý (2007) v této souvislosti např. zmiňují, že zahraniční studie v této oblasti se často opírají o etnografický přístup. U této zmínky bychom se zřejmě měli krátce zastavit. U nás se totiž při mapování realizovaných studií s vážným pokusem o takové pojetí zkoumání procesů, charakteristik, vztahů či pozorovatelných změn ve skupinách, s nimiž na poli rekreologie standardně pracujeme, doposud nesetkáváme. Vyjdeme-li z charakteristik etnografického výzkumu, nacházíme přitom spoju celou řadu. Edgerton a Langnes (in Prus, 1996) označili tři principy, představující jádro současné antropologické etnografie. Prvním z nich je důraz na zúčastněné pozorování, odrážející význam přikládáný výzkumníkově intimní zkušenosti každodenního života ve zkoumaném společenství. Druhým je uznání, že zkoumaná kultura (sub-

kultura) by měla být nahlížena z úhlu blízkého náhledu těch, jejichž životní způsob je předmětem studie. Třetí diktum představuje holismus, požadující, aby lidské jednání bylo kontextualizováno v odkazu na prostředí a okolnosti, v nichž se přirozeně vyskytuje. To sebou nese i požadavek na chování výzkumníkovy, které by podle autorů mělo mít tak malý vliv na přirozenost jednání zkoumaných osob, jak je to jen možné. Taková struktura určujících rysů by mohla poskytovat důvody k širšímu etablování etnografického pojetí v rekreologickém výzkumu. Hendl (2005, 121) hovoří o fokusované etnografii či mikroetnografii. Citujeme: „Mikroetnografie je zaměřená na sociální jednotku nebo procesy uvnitř malé skupiny, ale přesto usiluje o holistický pohled a kontextuální faktory. Zmírňuje se při ní požadavek na delší pobyt v terénu. Taková etnografie generuje popisné teorie o vybraném jevu, které mohou být užitečné například při provádění určité profesionální činnosti“. Uvedené etnografické souvislosti nás s některými charakteristikami metody focus group přivádí mimo jiné k jedné z největších výzkumně -metodologických výzev rekreologie, a to k zachycení významných utvářejících komponent či změn v prožitkové sféře jednotlivců a skupin v programech výchovy a rekreace v přírodě. Podle Williamsové a Katze (2001) můžeme například hledat paralely s moderními focus groups v antropologické tradici výzkumníků sbírajících data u kmenových táborových ohňů.

Tato paralela směřuje ke skutečnosti, že jedním z dlouhodobě diskutovaných dilemat v rekreologii je otázka realizace výzkumných šetření v rámci kurzů s dramaturgickou programovou stavbou. Programová dramaturgie je založena na nestabilní a složité kombinaci předkládaných smyslových vjemů, fyzické a psychické zátěže a intenzivní sociální interakce. Představuje křehký a citlivý systém, jehož nastolení a udržení vyžaduje někdy nesmírné úsilí a vysokou míru zaměřenosti od všech zúčastněných (Šebek & Klímek, 2009). Podobně jako může být obtížné ponořit se po vyřízení telefonátu ve foyer kina zpět do zaujetí filmem, jakýkoliv požadavek na „vystoupení z role“ (např. v podobě provedení dotazníkového šetření), může znamenat narušení a někdy i kolaps těžce a postupně vytvářené atmosféry kurzu. Stane-li se tak, změní se podstatně prožívaná realita, tedy zpravidla to, co bylo zamýšleným předmětem zkoumání. V souladu s Williamsovou a Katzem (2001) nás i nepatrná vlastní výzkumnická zkušenost s realizací focus group v uvedeném prostředí vede k přesvědčení, že účast ve focus group charakterem prožitku vykazuje příbuznost s prožitkovým kontextem kurzu a prakticky nenarušuje jeho vnitřní atmosféru. Naopak se ukazuje, že může být účastníky vnímána jako hodnotný program představující přínos pro individuální i skupinové učení a hledání smyslu prožívaných situací. Jinými slovy, v rekreologických kurzech zaměřených

na sociálně - osobnostní rozvoj opírajících se o dramaturgickou výstavbu programového plánu mohou focus groups být prostorem, kde se reflexivní diskuse stává aktivním procesem utváření smyslu, tvůrčí činností, skrze niž se naplňuje přijímání spoluodpovědnosti a uskutečňuje podíl na utváření sdíleného světa. Dominantním předmětem zájmu rekreologie jsou lidé, a ti ze své podstaty nemohou nepřipisovat významy a různou míru důležitosti svému jednání. Testování hypotéz v přírodních vědách je založeno na analýze a vysvětlení objektivního světa, tedy světa nezakládajícího se na tvoření a interpretování významů svých vlastních projevů a procesů. „Lidské bytosti nejsou pouhými netečnými objekty poznávání, nýbrž aktéry schopnými - a - ochotnými začleňovat teorii a výzkum do vlastního jednání“ (Giddens in Hewstone & Stroebe, 2006).

„Rekreologie je disciplínou mezioborovou, pohybuje se na rozhraní filozofie, sociologie, historie, sociální psychologie, ekonomie, teorie systémů a ergonomie. Tato mezioborovost výrazně ovlivňuje i metody a techniky výzkumu“ (Hodaň & Dohnal, 2008, 13). Jednou z inspirativních možností aplikace metody focus group v kombinaci s jinou výzkumnou metodou v rekreologii je použití kvalitativních dat z focus groups kupříkladu v kombinaci s měřením vnímané osobní účinnosti GSES – Generalized Self-Efficacy Scale – GSES (Jerusalem & Schwarzer, 1992). Měření s pomocí GSES byla v této oblasti v minulosti realizována. Např. výsledky studie Brodyho, Hatfielda a Spaldinga (1988) potvrdily obecně předpokládanou možnost přenosu zvýšení hodnot vnímané osobní účinnosti účastníků programu využívajícího dobrodružné sportovní aktivity do jejich každodenního života. Takové zjištění pravděpodobně potěšilo poskytovatele dobrodružných a zážitkových programů, nicméně i samotní autoři studie se k němu staví poněkud zdrženlivě a určitá skepse, která bezvýhradné spoléhání na tento druh dat provází, s časem spíše narůstá. Skutečné porozumění mechanismům, které efekt zvýšení vnímané osobní účinnosti i jeho přenos v tomto kontextu utvářejí, by však vyžadovalo hlubší, kvalitativně zaměřené zkoumání. Z výše uvedených důvodů právě focus groups zde podle nás mohou představovat vhodný nástroj.

### **Aktuální trendy ve vývoji focus group**

V poslední době narůstá počet výzkumů, které jsou realizovány prostřednictvím focus groups online (OFG). Schneider, Kerwin, Frechtling a Vivari (2002) popisuje potenciální výhody metodologie online focus group, kterými jsou otázky náboru a pohodlí participantů a kvalita dat, tedy především přímý přesun odpovědí do databáze a jejich následná analýza. Odpadá tedy časově náročný přepis nebo editace. Dalšími výhodami, ve srovnání

s klasickými „tváří v tvář“ (face – to - face) focus groups, jsou nižší náklady na nábor participantů a absence logistických a cestovních výdajů. Výhody z hlediska výběru výzkumného souboru online focus group uvádí O'Connor a Madge (2003). Jsou jimi především dostupnost a propojitelnost participantů, kteří by se jinak obtížně mohli setkat, ať už z důvodu nemoci, sociální či geografické izolovanosti, anebo protože se jedná o znevýhodněnou populaci. Pro facilitátora to znamená příležitost vést rozhovor s lidmi, které by jinak bylo nemožné kontaktovat a sloučit v klasické focus group.

Výzkum prostřednictvím online focus group (OFG) sebou nese i řadu nevýhod. Velkým problémem u online focus group (OFG) je otázka kontroly sledovaného vzorku. Forrester at al. (2010) uvádí mezi obtížemi, jež přináší fyzická vzdálenost účastníků výzkumu online např. fakt, že nikdy neexistuje stoprocentní jistota, že osoba, jež se výzkumu účastní, je skutečně tím, za koho se vydává. Přestože se podaří dosáhnout na odpovídající respondenty, postrádá online focus group (OFG) dynamičnost osobního přístupu. Internetovému světu chybí zrakový kontakt, řeč těla, emoce a osobní interakce, které se projevují v klasických „tváří v tvář“ (face – to - face) focus groups (Kotler, Wong, Saunders & Armstrong, 2007).

Nejzávažnějšími problémy online focus group (OFG) jsou etika a ochrana soukromí účastníků výzkumu i samotných výzkumníků. Forrester at al. (2010) uvádí jako problém důvěrnost sdílených dat. Navzdory tomu, že komunikace online může u účastníků vyvolávat pocit větší anonymity a tudíž tendenci k odkrývání skutečností, jež by při komunikaci tváří v tvář někdy spíše neuvedli. Pravdou je, že veškeré informace sdílené online jsou potenciálně přístupné poskytovatelům internetových služeb (ISP), od kterých je mohou za určitých okolností například vyžadovat právní a policejní orgány. Stejně tak, e-mail může být zpřístupněn nežádoucím osobám nebo se ocitnout ve veřejném kyberprostoru v důsledku nepozornosti či chyby. V souvislosti s trváním výzkumu u některých online metod, např. v případě výzkumu vedeného pomocí e-mailu i v souvislosti s někdy nadstandardní intimitou internetové komunikace Forrester at al. (2010) upozorňuje také na riziko vzniku takového vztahu mezi účastníkem a výzkumníkem, který přesáhne rámec daný výzkumným projektem.

Další nevýhoda online focus group (OFG) se vztahuje přímo k moderátorům a výzkumníkům, pro které držet krok s vývojem CMC (Computer-mediated Communication) může být poměrně nákladné. Rychlý vývoj a do jisté míry i podléhání módním trendům v uživatelském prostředí vyžadují vedle základního zaškolení v používání zvoleného software i průběžné aktualizování znalostí a vědomostí např. formou online výzkumných konferencí (Mann & Stewart, 2000). Mann a Stewart (2000) dále uvádí další specifické nároky, které

realizace CMC (Computer-mediated Communication) výzkumných projektů klade na výzkumníka. Jako příklad zcela specifické dovednosti výzkumníka můžeme uvést umění formulace atraktivních diskusních upoutávek, podobných, jaké známe z marketingu a z reklamních sloganů.

Vzhledem k výše uvedeným nevýhodám se v praxi online focus groups (OFG) téměř nevyužívají (Stewart, Shamdasani & Rook, 2007), spíše jsme v současné době v užívání Internetu svědky otevírání zcela nové kapitoly, již můžeme označit jako nástup sociálních sítí. Na oblíbené komunikační aplikace jako Skype nebo ICQ navazují LinkedIn, Facebook, Twitter, a obrovskou rychlostí se rozvíjející plejáda podobných platforem. Ty nabízejí prostor pro sdílení. Sdílí se nejen fotografie, texty, či videa, ale v rámci vysoce efektivního a atraktivního diskusního prostředí především myšlenky, nápady, názory, či postoje. V praktickém výzkumu se tedy v současné době využívají tzv. on-line fóra (on-line forum) (Fielding, Lee & Blank et al., 2008), která jsou vlastně moderovaným chatem či diskusí s několika respondenty.

Tato další významná změna ve fungování Internetu představuje z hlediska online výzkumu obrovskou výzvu. Vedle vyrovnání s nutnou změnou nazírání osobního soukromí se s nečekanou naléhavostí derou do běžné výzkumnické reality již nějakou dobu známé, ale nepřiliš potřebné termíny jako je virtuální identita či image Forrester et al. (2010).

## **ZÁVĚR**

Na základě provedeného přehledu dostupných dokumentů uplatnitelnost metody podle našeho názoru se domníváme, že metoda focus group přes svá omezení může přispět k zvyšování kvality kinantropologického či úžeji rekreologického výzkumu, ať už jako nástroj pro zkoumání názorů, postojů a hodnot, testování nových myšlenek a nápadů, evaluaci, diagnostikování a formulování dotazníkových položek, nebo v rámci triangulace metod, rozšíření a prohloubení porozumění výzkumným výsledkům a také jako samostatná metoda. Při porovnání s využitím metody v příbuzných oborech můžeme usuzovat, že svým charakterem mohou být focus groups způsob, jak zachytit takové jevy, jako jsou vliv sociálního okolí, subkulturních aspektů, či vnímané osobní účinnosti na utváření postoje k celoživotnímu učení v kontextu pohybové aktivity. Mohou být platformou pro sdílení pocitů, postojů a názorů i pro skupiny, které by jiné formy šetření rezolutně odmítly jako nepřijatelné.

## REFERENČNÍ SEZNAM

- Agan, J., Koch, L. C., & Rumrill, P. D. (2008). The use of focus groups in rehabilitation research. *Work*, 31, 259–269. Retrieved 15. 12. 2009 from EBSCOHOST database on the World Wide Web:  
<http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=eih&AN=35556401&lang=cs&site=ehost-live>
- Ashton, R. (2009). Using the research and development in organisations model to improve transition to high school [Abstract]. *Educational Psychology in Practice*, 25 (3), 221–232. Retrieved 5. 1. 2010 from EBSCOHOST database on the World Wide Web:  
<http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=a9h&AN=44080697&lang=cs&site=ehost-live>
- Berg, K. E., & Latin, R. W. (2008). *Essentials of research methods in health, physical education, exercise science, and recreation* (3rd ed.). Philadelphia: Lippincott Williams & Wilkins.
- Bloor, M., Frankland, J., Thomas, M., & Robson, K. (2001). *Focus groups in social research. Introducing qualitative methods*. London: Sage Publication.
- Brody, E. B., Hatfield, B. D., & Spalding, T. W. (1988). Generalization of self-efficacy to a continuum of stressors upon mastery of a high-risk sport skill. *Journal of sport & exercise psychology* 10, 32–44.
- Bryant, L. L., Laditka, J. N., Laditka, S. B., & Mathews, A. E. (2009). Characteristics of the Healthy brain project sample: Representing diversity among study participants [Abstract]. *Gerontologist*, 49 (1), 23–29. Retrieved 18. 1. 2010 from EBSCOHOST database on the World Wide Web:  
<http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=sih&AN=43179935&lang=cs&site=ehost-live>
- Casey, M. M., Eime, R. M., Payne, W. R., & Harvey, J. T. (2009). Using a socioecological approach to examine participation in sport and physical activity among rural adolescent girls [Abstract]. *Qualitative Health Research*, 19 (7), 881–892. Retrieved 15. 12. 2009 from EBSCOHOST database on the World Wide Web:  
<http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=a9h&AN=42749701&lang=cs&site=ehost-live>
- Krueger, R. A., & Casey, M. A. (2000). *Focus groups: practical guide for applied research* (2nd ed.). Thousand Oaks: Sage Publication.

- Culp, R. H. (1998). Adolescent girls and outdoor recreation: a case study examining constraints and effective programming. *Journal of Leisure Research*, 30 (3), 356–379. Retrieved 15. 12. 2009 from EBSCOHOST database on the World Wide Web:  
<http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=a9h&AN=1110060&lang=cs&site=ehost-live>
- Dickson, D. (2009). The focus group approach [Abstract]. In Hargie, O. Tourish, D. (Eds.), *Auditing organizational communication: A handbook of research, theory and practice*, 103–122. New York: Routledge/Taylor & Francis Group. Retrieved 18. 1. 2010 from EBSCOHOST database on the World Wide Web:  
<http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=psych&AN=2008-09942-005&lang=cs&site=ehost-live>
- Draper, C. E., Kolbe- Alexander, T. L., & Lambert, E. V. (2009). A retrospective evaluation of a community-based physical activity health promotion program. *Journal of Physical Activity and Health* 6, 578–588. Retrieved 18. 1. 2010 from EBSCOHOST database on the World Wide Web:  
<http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=s3h&AN=44703408&lang=cs&site=ehost-live>
- Fern, E. F. (1982). The use of focus groups for idea generation: The effects of group size, acquaintanceship, and moderator on response quantity and quality. *Journal of Marketing Research*, 19, 1–13.
- Fern, E. F. (2001). *Advanced focus group research*. Thousand Oaks: Sage Publication.
- Frey, J., & Fontana, A. (1993). The group interview in social research. In D. Morgan (Ed.). *Successful Focus Groups: Advancing the State of the Art* (pp. 20–34). Newbury Park: Sage.
- Fielding, N., Lee, R. M., & Blank, G. (Ed.). (2008). *The SAGE handbook of online research methods*. Thousand Oaks: SAGE Publications.
- Finke, E. H., McNaughton, D. B., & Drager, K. D. R. (2009). All children can and should have the opportunity to learn: General education teacher's perspectives on including children with autism spectrum disorder who require ACC [Abstract]. *Augmentative and Alternative Communication*, 25(2), 110–122. Retrieved 15. 12. 2009 from EBSCOHOST database on the World Wide Web:  
<http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=psych&AN=2009-09148-005&lang=cs&site=ehost-live>
- Forrester, M. A. (Ed.). (2010). *Doing qualitative research in psychology. A practical guide*. Thousand Oaks: Sage Publication.

- Goldman, A. E. (1962). The group depth interview. *Journal of Marketing*, 26, 52–61.
- Henderson, K. A. (2004). Got research in experiential education? Theory and evidence. *Journal of Experiential Education*, 26(3), 184–189.
- Hendl, J. (2005). *Kvalitativní výzkum. Základní metody a aplikace*. Praha: Portál.
- Hess, J. M. (1968). Group interviewing. In R. L. King (Ed.), *ACR Conference Proceedings* (pp. 187–193). IL: American Marketing Association.
- Hewstone, M., & Stroebe, W. (2006). *Sociální psychologie. Moderní učebnice sociální psychologie*. Praha: Portál.
- Hodaň, B., & Dohnal, T. (2005). *Rekreologie*. Olomouc: Hanex.
- Inglis, S. (1992). Focus groups as a useful qualitative methodology in sport management. *Journal of Sport Management*, 6, 173–178. Retrieved 15. 12. 2009 from EBSCOHOST database on the World Wide Web:  
<http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=s3h&AN=SPH305727&lang=cs&site=ehost-live>
- Kirchberger, I., Coenen, M., Hierl, F., Dieterle, C., Seissler, J., Stucki, G., & Cieza, A. (2009). Validation of the international classification of functioning, disability and health (ICF) core set for diabetes mellitus from the patient perspective using focus groups [Abstract]. *Diabetic Medicine*, 26 (7), 700–707. Retrieved 18. 1. 2010 from EBSCOHOST database on the World Wide Web:  
<http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=a9h&AN=42747896&lang=cs&site=ehost-live>
- Kontos, P. C., & Naglie, G. (2009). Tacit knowledge of caring and embodied selfhood (abstract). *Sociology of Health & Illness*, 31 (5), 688–704. Retrieved 19. 1. 2010 from EBSCOHOST database on the World Wide Web:  
<http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=sih&AN=43459962&lang=cs&site=ehost-live>
- Kotler, F., & Keller, K. L. (2007). *Marketing management* (12th ed.). Praha: Grada Publishing.
- Kotler, F., Wong, V., Saunders, J., & Armstrong, G. (2007). *Moderní marketing* (4th ed.). Praha: Grada Publishing.
- Kozel, R. at al. (2006). *Moderní marketingový výzkum*. Praha: Grada Publishing.
- Kreuger, R. A., & Casey, M. A. (2009). *Focus groups: a practical guide for applied research* (4th ed.). Thousand Oaks: SAGE Publications.



- Křivohlavý, J., Schwarzer, R., & Jerusalem, M. (1993). *Czech Adaptation of the General Self-Efficacy Scale*. Berlin: Freie Universität.
- Limhart, J., Vodáková, A., & Petrusek, M. (1996). *Velký sociologický slovník*. Praha: Karolinum.
- Mann, C., & Stewart, F. (2000). *Internet Communication and Qualitative Research*. Thousand Oaks: SAGE Publications.
- Merton, R. K., Fiske, M., & Kendall, P. L. (1990). *The focussed interview* (2nd ed.). New York: Free Press.
- Millay, T., Satyanarayana, V., O'Leary, C., Crecelius, R., & Cottler, L. (2009). Risky Business: Focus-group analysis of sexual behaviors, drug use and victimization among incarcerated women in St. Louis [abstract]. *Journal of Urban Health*, 86 (5), 810–817. Retrieved 19. 1. 2010 from EBSCOHOST database on the World Wide Web:  
<http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=a9h&AN=43811445&lang=cs&site=ehost-live>
- Miovský, M. (2006). *Kvalitativní přístup a metody v psychologickém výzkumu*. Praha: Grada Publishing.
- Morgan, D. L. (1997). *The focus groups as qualitative research* (2nd ed.). Thousand Oaks: Sage Publications.
- Morgan, D. L. (2001). *Ohniskové skupiny jako metoda kvalitativního výzkumu*. Boskovice: Albert.
- Morgan, D. L., & Spanish, M. T. (1984). Focus groups: A new tool for qualitative research. *Qualitative Sociology*, 3, 253–270.
- O'Connor, H., & Madge, C. (2003). Focus groups in cyberspace: Using the internet for qualitative research [Abstract]. *Qualitative Market Research: An International Journal*, 6, 133–143. Retrieved 15. 12. 2009 from EBSCOHOST database on the World Wide Web:  
<http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=bth&AN=10083657&lang=cs&site=ehost-live>
- Patten, Ch. A., Enoch, C., Renner, C. C., Offord, K. P., Nevak, C., Kelley, S. F., Thomas, J., Decker, P. A., Hurt, R. D., Lanier, A., & Kaur, J. S. (2009). Focus groups of Alaska native adolescent tobacco users: Preferences for tobacco cessation interventions and barriers to participation. *Health Education & Behavior*, 36(4), 711–723. Retrieved 18. 1. 2010 from EBSCOHOST database on the World Wide Web:  
<http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=psyh&AN=2009-11883-006&lang=cs&site=ehost-live>

- Prus, R. (1996). *Symbolic interaction and ethnographic research. Intersubjectivity and the study of human lived experience*. New York: State University of New York Press.
- Puchta, C., & Potter, J. (2004). *Focus group practice*. London: Sage Publications.
- Riddick, C. C., & Russell, R. V. (2008). *Research in recreation, park, sports and tourism* (2nd ed.). US: Sports Publishing International.
- Schneider, S. J., Kerwin J., Frechtling, J., & Vivari, B. A. (2002). Characteristics of the discussion in online and face-to-face focus groups. *Social Science Computer Review*, 20, 31–42. Retrieved 15. 12. 2009 from EBSCOHOST database on the World Wide Web:  
<http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=psyh&AN=2002-10524-004&lang=cs&site=ehost-live>
- Strauss, A., & Corbinová, J. (1999). *Základy kvalitativního výzkumu. Postupy a techniky metody zakotvené teorie*. Boskovice: Albert.
- Stewart, D. W., Shamdasani, P. N., & Rook, D. W. (2007). *Focus groups: Theory and practice* (2nd ed.). Thousand Oaks : Sage Publications.
- Šebek, L., & Klímek, O. (2009). Perception of risk by the participants of experiential learning courses. In Skender, N. (Ed.), *First International Symposium of Sport and Recreation Health*, 118–123. Bihać.
- Thurgate, C., & MacGregor, J. (2009). Students' perceptions of undertaking workplace tasks within a foundation degree - health and social care [Abstract]. *Assessment & Evaluation in Higher Education*, 34 (2), 149–157. Retrieved 19. 1. 2010 from EBSCOHOST database on the World Wide Web:  
<http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=a9h&AN=37140058&lang=cs&site=ehost-live>
- Vaughn, S., Schumm, J. S., & Sinagub, J. (1996). *Focus group interviews in education and psychology*. Thousand Oaks: Sage Publication.
- Vendelová, N. S. (2007). Porovnanie dvoch výskumných metod pri kvalitatívnom prístupe ku skúmaniu kvality života. In H. Gajdošíková (Ed.), *Kvalitatívny prístup a metódy vo vedách o človeku V. Vybrané aspekty teórie a praxe* (pp. 78–83). Praha: Univerzita Karlova.
- Veisová, E. (2009). *Možnosti a dôsledky kombinácie metód v sociologickom výskume se zreteľom na metódy focus groups a internetového výskumu*. Disertačná práca, Univerzita Karlova, Fakulta sociálnych vied, Praha.
- Williams, A., & Katz, L. (2001). The Use of Focus Group Methodology in Education: Some Theoretical and Practical Considerations. *International Electronic journal for Leadership in Learning* 5 (3). Retrieved 18. 1. 2010 from the World Wide Web:

[http://www.ucalgary.ca/iejll/williams\\_katz#Berg,%20B.%20%281995%29](http://www.ucalgary.ca/iejll/williams_katz#Berg,%20B.%20%281995%29)

Wilson, V. (1997). Focus groups: A useful qualitative method for educational research? (Abstract). *British Educational Research Journal*, 23 (2), 209–225. Retrieved 15. 12. 2009 from EBSCOHOST database on the World Wide Web:

<http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=a9h&AN=9705154451&lang=cs&site=ehost-live>

Zappe, P., & Okrouhlý, J. (2007). Chosen problems in experiential education research. *Acta Universitatis Palackianae Olomucensis .Gymnica*, 37 (4), 61–65.

<http://ezdroje.upol.cz/ezdroje/>

<http://search.ebscohost.com/>

Mgr. Luděk Šebek  
Katedra rekreologie  
FTK UP Olomouc  
tř. Míru 115  
771 11 Olomouc  
e-mail: [ludek.sebek@upol.cz](mailto:ludek.sebek@upol.cz)

## THE FOCUS GROUP METHOD AND POSSIBILITIES OF ITS APPLICATION IN KINANTROPOLOGICAL RESEARCH

In our article we deal with the problematics of focus groups and their implementation in kinantropological research. The primary target of an analysis of electronic information resources of the Palacky University was to look up research projects built upon the of focus group methodology. The analysis of accessible articles put forward that particularly in the field of kinantropological research, the method is used scarcely. The main objective of our article was to introduce the focus group as a valuable research method and outline the potential applications in kinantropology. On the basis of the summarized information on focus groups research we concluded that the focus groups may represent an effective tool for capturing such phenomenons as the affect of social environment, subcultural aspects, or self efficacy on development of attitudes to lifelong learning in the context of motor activity. The confirmation of the outlined possibilities will be the subject of our further research.

**Key words:** *Qualitative research, focus group, kinantropology, recreology.*