

# **ZUR747 Úvod do metodologie vědy a výzkumu**

**Semestr:** jaro 2018

**Čas a místo:** přednáška: Pá 2. 3. (11:45–13:15), 6. 4. (10:00–11:30) a 4. 5. (10:00–11:30), AVC

**Vyučující:** Mgr. et Mgr. Marína Urbániková, PhD.

**Kontakty:** [m.urbanikova@mail.muni.cz](mailto:m.urbanikova@mail.muni.cz)

**Obsah a cíl:** Cílem tohoto kurzu je seznámit studující se základními metodologickými principy výzkumu mediální komunikace a s vybranými kvantitativními a kvalitativními výzkumnými metodami a technikami používanými v tomto oboru. Po stručném úvodu do epistemologických základů sociálně vědního poznání a do historie mediálního výzkumu provede kurz studenty jednotlivými fázemi výzkumného procesu – od volby výzkumného tématu přes specifikaci výzkumného cíle a výzkumné otázky, formulaci hypotéz, operacionalizaci, až po volbu metody a výběr vzorku (včetně problému reprezentativity). Současně se bude věnovat také problémům a rizikům, s nimiž se výzkumníci nejčastěji setkávají, a zaměří se i na otázku, jak (ne)informovat o výsledcích empirických výzkumů.

## **Požadavky a bodování:**

Zápočet je udělen po splnění průběžných úkolů:

1. vypracování úkolů:
  - a. do **25. 3.**: odevzdání úkolu č. 1 do ISu; max. 30 b.
  - b. do **22. 4.**: odevzdání úkolu č. 2 do ISu; max. 30 b.
  - c. do **20. 5.**: odevzdání úkolu č. 3 do ISu; max. 30 b.

## **Celkové hodnocení:**

**Z:** 55 – 90 bodů

**NZ:** méně než 55 bodů

## **Úkol č. 1 – odevzdat do ISu do 25. 3.**

**Vyberte si z následujících situací jednu a pokuste se zvolit a popsat adekvátní výzkumnou metodu a techniku sběru dat. Struktura: a) zdůvodnění výběru metody - popis, proč je daná metoda vhodná, b) definice dané metody, c) zdůvodnění výběru techniky sběru dat - popis, proč je vhodná, d) definice dané techniky sběru dat, e) limity spojené s použitím zvolené metody výzkumu a techniky sběru dat, f) organizační náročnost spojená s použitím zvolené metody výzkumu a techniky sběru dat.**

- I. Ve zpravodajské redakci ČT probíhá již od druhé poloviny loňského roku konflikt mezi dvěma ne stejně velkými skupinami žurnalistů, kteří mají odlišný názor na realizovanou editoriaální politiku redakce (část žurnalistů si stěžuje na zásahy vedení redakce a na snižování objektivitu a neutrality). Máte realizovat výzkumný projekt, který by mohl posloužit k analytickému popisu celé situace.
- II. Mimořádné volby do sněmovny PČR, které proběhly v říjnu loňského roku, vyvolaly řadu stížností na chování médií. Uvedené stížnosti měly jeden společný jmenovatel – kritiku nerovnovážné reprezentace kandidujících politických stran ve vysílání

elektronických médií. Máte realizovat výzkumný projekt, který by relevanci uvedené kritiky otestoval. Soustředte se pouze na chování ČT.

- III. Představte si, že vás osloví významné české vydavatelství, které se soustřeďuje na knižní produkci v celém jejím spektru – od poezie, přes románovou tvorbu až po odbornou literaturu (například brněnský Host) a požádá vás o realizaci výzkumu, který by mu pomohl odpovědět na otázku, zda má v horizontu příštích tří let výrazněji investovat do produkce knih, které je možné číst za pomoci elektronických mobilních zařízení. Máte realizovat výzkumný projekt, který by pomohl danou otázku zodpovědět.

### **Úkol č. 2 – odevzdat do ISu do 22. 4.**

Vyberte si jednu z následujících hypotéz. K dané hypotéze vytvořte: a) výzkumnou otázku, na kterou tato hypotéza odpovídá, b) zdůvodnění této hypotézy (na základě čeho ji bylo možné formulovat; v rámci zdůvodnění pracujte s odbornou literaturou na dané téma a argumentujte teoriemi a/nebo výsledky předchozích výzkumů, nebo v případě nouze alespoň popište racionální úvahu, která k hypotéze vedla), c) konceptualizaci (s pomocí odborné literatury definujte klíčové koncepty/proměnné, s kterými hypotéza pracuje), a d) operacionalizaci (vytvořte k jednotlivým klíčovým konceptům/proměnným indikátory, na základě kterých je budete měřit, a pomocí kterých budete hypotézu testovat; i zde se opírejte o odbornou literaturu, včetně případných předchozích empirických studií na dané téma).

- I. „Sledování násilných obsahů v televizi vede k agresivnímu chování diváků.“
- II. „Pravicové deníky věnují environmentálním problémům menší pozornost než levicové deníky.“
- III. „Zpravodajství ČRo vysílané v době kampaně do PS ČR porušilo zásadu objektivitu.“
- IV. „Zvyšující se koncentrace vlastnictví mediálních organizací snižuje mediální diverzitu.“

### **Úkol č. 3 – odevzdat do ISu do 20. 5.**

Napište zprávu určenou pro publikaci v celostátním deníku pojednávající o výsledcích výzkumu veřejného mínění (stranické preference a volební model). Data budou upřesněna v průběhu semestru.

### **Program přednášek:**

|    |      |   |
|----|------|---|
| 1. | 4.3. | <p><b>Část 1: Věda a vědecké poznání. Teorie vědy. Hlavní výzkumná paradigmaty sociálních věd. Mediální studia jako vědecká disciplína. Logika sociálně-vědného výzkumu. Přehled hlavních kvantitativních, kvalitativních a smíšených výzkumných technik.</b></p> <p><b>Okruh 1: Věda a vědecké poznání.</b><br/><i>Klíčová slova: lidské poznávání, od pochybování k stavu trvalé víry (CH. S. Peirce), rozdíly každodenního a vědeckého poznání, věda, výzkum, metoda, metodologie, základní otázky vědy, pravda, specifika a limity sociálních věd v porovnání s přírodními vědami, kauzalita, objektivita sociálněvědního poznání</i></p> |
|----|------|---|

- Povinná literatura:
  - \* Babbie, E. 2001. The Practice of Social Research. Belmont, CA: Wadsworth. Kap. 1.: Human Inquiry and Science, str. 16-39.
- Doporučená literatura:
  - Descartes, R. (1992): Rozprava o metodě. Praha: Svoboda.
  - Disman, M. (1993): Jak se vyrábí sociologická znalost. Praha: Karolinum. Kap. 1 „Jak se dělá věda“, str. 11-30.
  - Fay, Brian (2002): Současná filozofie sociálních věd. Multikulturní přístup. Kap. 10: Můžeme jiným rozumět objektivně? Str. 237-260.
  - Weber, M. (1998): Metodologie, sociologie a politika. Praha: Oikumene. Kap. 1: „Objektivita sociálněvědného a sociálněpolitického poznání“, str. 7-63.

**Okruh 2: Teorie vědy. Hlavní výzkumná paradigmaty sociálních věd. Mediální studia jako vědecká disciplína.**

- *Klíčová slova: teorie vědy (pozitivismus, Popper a falibilismus, Kuhn a vědecké revoluce, Feyerabend a „anything goes“), hlavní výzkumná paradigmaty sociálních věd (pozitivismus, konstruktivismus/interpretativní přístupy, kritický realismus), mediální studia, jejich místo v systému věd, jejich hlavní výzkumné paradigmaty*
- Povinná literatura:
  - \* Deacon, D. et al. (1999): Researching Communications. A practical guide to methods in media and cultural analysis. London: Arnold. Kap. 1: Approaching research, str. 1-13.
- Doporučená literatura:
  - Creswell, John W. (2003): Research Design. Qualitative, Quantitative and Mixed Methods and Approaches. Second Edition. London: SAGE. Kap. 1: A Framework for Design, str. 1-12.
  - Feyerabend, P. K. (2001): Rozprava proti metodě. Praha: Aurora.
  - Hollis, M. 2011. The philosophy of social science. An introduction. Cambridge: Cambridge University Press.
  - Jarvie, I. a Zamora Bonilla, J. P. (2011). The SAGE handbook of the philosophy of social sciences. London: SAGE.
  - Jensen, K.B. (2002): The social origins and uses of media and communication research. In: Jensen, Klaus Bruhn (2002): A handbook of media and communication research :qualitative and quantitative methodologies. London: Routledge, str. 273-293.
  - Kuhn, T. S. (1997): Struktura vědeckých revolucí. 1. vyd. Praha: OIKOYMENH.
  - Volek, J., Jiráček, J. a Köpplová, B. 2006. Mediální studia: východiska a výzvy. Mediální studia, Praha: Syndikát novinářů ČR, I., 1., od s. 12-25.

**Okruh 3: Logika sociálně-vedného výzkumu. Přehled hlavních**

|    |      |   |
|----|------|---|
|    |      | <p><b>kvantitativních, kvalitativních a smíšených výzkumných technik.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Klíčová slova: účel výzkumu (explorativní, deskriptivní, explanační), použití výzkumu, časová dimenze výzkumu, logika výzkumu (dedukce, indukce, retrodukce, abdukce), kvantitativní, kvalitativní a smíšený výzkum, metodologická triangulace, základní výzkumné metody a techniky</i></li> <li>• Povinná literatura: <ul style="list-style-type: none"> <li>* Hendl, J. (2005): Kvalitativní výzkum. Základní metody a aplikace. Praha: Portál. Kap. 2.: Kvalitativní, kvantitativní a smíšený výzkum, str. 45-63.</li> <li>* Creswell, John W. (2003): Research Design. Qualitative, Quantitative and Mixed Methods and Approaches. Third Edition. London: SAGE. Kap. 1: The Selection of a Research Design, str. 3-21.</li> </ul> </li> <li>• Doporučená literatura: <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Babbie, E. (1979): The Practice of Social Research. Second Edition. Belmont: Wadsworth Publishing Company. Kap. 2: Social Scientific Inquiry.</li> <li>○ Blaikie, Norman (2000): Designing social research :the logic of anticipation. Cambridge: Polity Press. Kap. 7 „Methods for Answering Research Questions“, str. 227-246.</li> <li>○ Creswell, John W. (2003): Research Design. Qualitative, Quantitative and Mixed Methods and Approaches. Second Edition. London: SAGE. Kap. 9: Quantitative Methods, str.153-175.</li> <li>○ Disman, M. (1993): Jak se vyrábí sociologická znalost. Praha: Karolinum. Kap. 6 „Jak se to vlastně dělá“, str. 120-138.</li> <li>○ Silverman, David (2005): Ako robiť kvalitativny výzkum. Praktická príručka. Bratislava: Ikar. Kap. 1 „Čo je kvalitativny výzkum?“, str. 13-25.</li> </ul> </li> </ul> |
| 2. | 8.4. | <p><b>Část 2: Design empirického výzkumu. Výběr vzorky, validita, reliabilita. Práce s daty.</b></p> <p><b>Okruh 1: Design empirického výzkumu I.</b></p> <p><i>Klíčová slova: návrh a projekt empirického výzkumu, výzkumné téma, výzkumný problém, cíl výzkumu, kontext výzkumu, práce s literaturou, volba výzkumné strategie</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Povinná literatura: <ul style="list-style-type: none"> <li>* Blaikie, Norman. 2000. Designing Social Research. Kap. 1.: Preparing Research Proposals and Research Designs, str. 12-34.</li> </ul> </li> <li>• Doporučená literatura: <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Creswell, John W. (2003): Research Design. Qualitative, Quantitative and Mixed Methods and Approaches. Second Edition. London: SAGE. Kap. 3: Designing Research, str.73 -118.</li> <li>○ Davies, M.M. – Mosdell, N. (2006): Practical Research Methods</li> </ul> </li> </ul>   |

for Media and Cultural Studies. Making People Count. Athens: University of Georgia Press. Kap. 2: What is your research question? Str. 17-32.

- Disman, M. (1993): Jak se vyrábí sociologická znalost. Praha: Karolinum. Kap. 4 „Jak si nakreslit plán“, str. 73-90.

## **Okruh 2: Design empirického výzkumu II.**

- *Klíčová slova: výzkumné otázky, výzkumné hypotézy, operacionalizace, konceptualizace, indikátory*
- Povinná literatura:
  - \* Blaikie, N. 2000. Designing Social Research. Kap. 3.: Research Questions and Objectives, str. 58-71.
  - \* Vaus, D.A. de. (1998): Surveys in social research. London: UCL press. Kap. 4: Developing indicators for concepts, str. 47-53.
- Doporučená literatura:
  - Babbie, E. (1979): The Practice of Social Research. Second Edition. Belmont: Wadsworth Publishing Company. Kap. 5: Conceptualization and Measurement, str. 115-137, a kap. 6: Operationalization, str. 138-165.
  - Blaikie, N. 2000. Designing Social Research. Kap. 5.: Concepts, theories, hypothesis and models, str. 128-182.
  - Vaus, D.A. de. (1998): Surveys in social research. London: UCL press. Kap. 2: Theory and social research, str. 11-26, a kap. 3: Formulating and clarifying research questions, str. 27-44.

## **Okruh 3: Výběr vzorky, validita, reliabilita.**

- *Klíčová slova: základní a výběrový soubor, parametr, statistika, reprezentativita, náhodný výběr (prostý náhodný výběr, systematický výběr, náhodný stratifikovaný výběr, vícestupňový náhodný výběr), nenáhodný výběr (technika sněhové koule, teoretický výběr, výběr typických případů, výběr kritických případů, účelový výběr), velikost vzorku, validita, reliabilita*
- Povinná literatura:
  - \* Deacon, D. et al. (1999): Researching Communications. A practical guide to methods in media and cultural analysis. London: Arnold. Kap. 3: Selecting and Sampling, str. 40-61.
- Doporučená literatura:
  - Riffe, D. – Lacy, S. – Fico, F.G. (2005): Analyzing Media Messages. Using Quantitative Content Analysis in Research. Lawrence Erlbaum Associates Publishers: New Jersey. Kap. 7: Validity. Str. 156-172.
  - Deacon, D. et al. (1999): Researching Communications. A practical guide to methods in media and cultural analysis. London: Arnold. Kap. 3: Selecting and Sampling, str. 40-61.

|    |      |  |
|----|------|--|
|    |      | <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Disman, M. (1993): Jak se vyrábí sociologická znalost. Praha: Karolinum. Kap. 5 „Kolik vran musíme pozorovat“, str. 91-118.</li> </ul> <p><b>Okruh 4: Práce s daty.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● <i>Klíčová slova: typy proměnných (nominální, ordinální, intervalové, poměrové), univariační, bivariační a multivariační analýza, průměr, medián, modus, asociace, korelace, statistická inference, statistická významnost, normální rozložení</i></li> <li>● Povinná literatura: <ul style="list-style-type: none"> <li>* Deacon, D. et al. (1999): Researching Communications. A practical guide to methods in media and cultural analysis. London: Arnold. Kap. 5: Handling Numbers, str. 81-112.</li> </ul> </li> <li>● Doporučená literatura: <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Babbie, E. (1979): The Practice of Social Research. Second Edition. Belmont: Wadsworth Publishing Company. Kap. 15: Elementary analyses, str. 369-387, a kap. 17: Social statistics, str. 433.</li> <li>○ Clegg, F. (1990): Simple statistics: a course book for the social sciences. Cambridge: Cambridge University Press.</li> <li>○ Disman, M. (1993): Jak se vyrábí sociologická znalost. Praha: Karolinum. Kap. 3 a 8, str. 56-71 a 180-215.</li> <li>○ Hendl, J. (2006): Přehled statistických metod zpracování dat :analýza a metaanalýza dat. Praha: Portál. Kap. 2 „Základy statistiky“, str. 39-50.</li> <li>○ Vaus, D.A. de. (1998): Surveys in social research. London: UCL press. Part III. Analysing data, str. 121-202.</li> </ul> </li> </ul> |
| 3. | 6.5. | <p><b>Část 3: Survey. Obsahová analýza. Jak (ne)informovat o výsledcích výzkumu.</b></p> <p><b>Okruh 1: Survey.</b><br/> <i>Klíčová slova: survey, použitelnost techniky, omezení, formy distribuce, typy otázek, rizika zkreslení, konstrukce dotazníku, škálovací techniky, kritika survey</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Povinná literatura: <ul style="list-style-type: none"> <li>* Vaus, D.A. de. (1998): Surveys in social research. London: UCL Press. Kap. 1.: The Nature of Surveys, str. 3-10.</li> <li>* Disman, M. (1998): Jak se vyrábí sociologická znalost. Praha: Karolinum. Kap. 7.: Kulhavý poutník, str. 139-177.</li> </ul> </li> <li>● Doporučená literatura: <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Bryman, Alan. (2001): Social research methods. Oxford : Oxford University Press. Kap. 7 „Asking Questions“, str. 142-156.</li> <li>○ Davies, M.M. – Mosdell, N. (2006): Practical Research Methods for Media and Cultural Studies. Making People Count. Athens: University of Georgia Press. Kap. 6: Instrument Design: the</li> </ul> </li> </ul>  |

|  |  |  |
|--|--|--|
|  |  | <p>Questionnaire, str. 78-98.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Deacon, D. et al. (1999): <i>Researching Communications. A practical guide to methods in media and cultural analysis</i>. London: Arnold. Kap. 4: Asking Questions, str. 81-112.</li> <li>○ Groves, Robert M. (2004): <i>Survey methodology</i>. Hoboken, NJ : J. Wiley.</li> </ul> <p><b>Okruh 2: Obsahová analýza.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Klíčová slova: obsahová analýza, možnosti aplikace OA, historie OA v mediálním výzkumu, design, výběr výzkumného souboru pro OA, formy obsahu a typy jednotek v OA, validita a reliabilita v OA, kritika OA</i></li> <li>• Povinná literatura: <ul style="list-style-type: none"> <li>* Scherer, H. (2004): „Úvod do metody obsahové analýzy“, in Schulz, W. et al. <i>Analýza obsahu mediálních sdělení</i>. Praha: Nakladatelství Karolinum.</li> <li>* Riffe, D. – Lacy, S. – Fico, F.G. (2005): <i>Analyzing Media Messages. Using Quantitative Content Analysis in Research</i>. Lawrence Erlbaum Associates Publishers: New Jersey. Kap. 3: <i>Designing a Content Analysis</i>, str. 40-62.</li> </ul> </li> <li>• Doporučená literatura: <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Bell, P. (2001): <i>Content Analysis of Visual Images</i>. In: Leeuwen, T. v. – Jewitt, C. (eds.): <i>Handbook of Visual Analysis</i>. London: Sage, str. 10-31.</li> <li>○ Neuendorf, K. A. (2002): <i>The content analysis guidebook</i>. London: SAGE. Kap. 2.: <i>Milestones in the history of the content analysis</i>, str. 27-40. Kap. 4 „<i>Message units and sampling</i>“, str. 71-94. Kap. 8 „<i>Results and Reporting</i>“, str. 167-182.</li> <li>○ Riffe, D. – Lacy, S. – Fico, F.G. (2005): <i>Analyzing Media Messages. Using Quantitative Content Analysis in Research</i>. Lawrence Erlbaum Associates Publishers: New Jersey. Kap. 1: <i>Introduction</i>, str. 4-9. Kap. 4: <i>Measurement</i>, str. 64-82.</li> </ul> </li> </ul> |
|--|--|--|

**Doporučená literatura:**

- BABBIE, Earl R. *The practice of social research*. 9th ed. Belmont: Wadsworth, 2001. 1 sv. (rů. ISBN 0-534-57474-2
- BLAIKIE, Norman. *Designing social research :the logic of anticipation*. 1st pub. Cambridge: Polity Press, 2000. xiv, 338 s. ISBN 0-7456-1767-0.
- CRESWELL, John W. *Research design :qualitative, quantitative, and mixed methods approaches*. 2nd ed. Thousand Oaks, Calif.: Sage Publications, 2003. xxvi, 246. ISBN 0-7619-2442-6.
- DAVIES, Máire Messenger; MOSDELL, Nick. *Practical research methods for media and cultural studies : making people count*. Athens : University of Georgia Press, 2006. 202 s. ISBN 0820329231.

- DISMAN, Miroslav. Jak se vyrábí sociologická znalost : příručka pro uživatele. 3. vyd. Praha : Karolinum, 2000. 374 s. ISBN 8024601397.
- GUNTER, Barrie. Media research methods :measuring audiences, reactions and impact. 1st pub. London: SAGE Publications, 2000. 314 s. ISBN 0-7619-5659-X.
- JARVIE, I a Jesús Pedro ZAMORA BONILLA. The SAGE handbook of the philosophy of social sciences. London: SAGE, 2011, xvii, 749 p. ISBN 9781847874009.
- JENSEN, Klaus Bruhn. A handbook of media and communication research : qualitative and quantitative methodologies. 1st pub. London : Routledge, 2002. 332 s. ISBN 0415225884.
- KRIPPENDORFF, Klaus. Content analysis: an introduction to its methodology. 3rd ed. Los Angeles: SAGE, 2013, xiv, 441 p. ISBN 9781412983150-.
- KRIPPENDORFF, Klaus. Content analysis :an introduction to its methodology. 2nd ed. Thousand Oaks: Sage, 2004. xxiii, 413. ISBN 9780761915454.
- NEUENDORF, Kimberly A. The content analysis guidebook. Thousand Oaks: SAGE Publications, 2002. xviii, 301. ISBN 0-7619-1978-3.
- PUNCH, Keith; HENDL, Jan. Základy kvantitativního šetření. Vyd. 1. Praha : Portál, 2008. 150 s. ISBN 9788073673819.
- RAGIN, Charles C; AMOROSO, Lisa M. Constructing social research : the unity and diversity of method. 2nd ed. Los Angeles : SAGE Publications, 2011. 235 s. ISBN 9781412960182.
- RIFFE, Daniel, Stephen LACY a Frederick FICO. Analyzing media messages: using quantitative content analysis in research. 2nd ed. Mahwah, N.J.: Lawrence Erlbaum, 2005, x, 242 s. ISBN 0805852972.
- SCHULZ, Winfried. Analýza obsahu mediálních sdělení. 3. nezměněné vyd. Praha: Karolinum, 2011, 149 s.:. ISBN 9788024619804.
- VAUS, D.A. de. Surveys in social research. 4th ed. London: UCL press, 1998. xii, 411 s. ISBN 1-85728-542-5.