

ZUR559 Kvantitativní metody výzkumu médií

Semestr: jaro 2019

Čas a místo: přednáška/seminář: čtvrtek 10:00 - 11:40 v učebně PC54

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

Kontakt: m.urbanikova@mail.muni.cz

Obsah a cíl: Cílem tohoto kurzu je seznámit studující s vybranými kvantitativními výzkumnými metodami a technikami používanými v oboru mediálních studií (zejména dotazníkové šetření, a obsahová analýza), a vybavit je schopnostmi a dovednostmi tak, aby byli schopni navrhnout a realizovat vlastní kvantitativní empirický výzkum. Kurz provede studující jednotlivými fázemi výzkumného procesu – od volby výzkumného tématu přes specifikaci výzkumného cíle a výzkumné otázky, formulaci hypotéz, operacionalizaci, až po volbu metody a výběr výzkumného souboru. Současně se bude věnovat také problémům a rizikům, s nimiž se výzkumníci a výzkumnice nejčastěji setkávají. V průběhu kurzu budou studující zpracovávat projekt vlastního empirického výzkumu, kterému budou věnovány praktické workshopy v průběhu semestru a který bude rovněž hlavním výstupem z kurzu.

Požadavky a bodování:

Zápočet je udělen po splnění průběžných úkolů a po závěrečné ústní obhajobě výzkumného projektu.

1. **účast a aktivní participace v hodinách:** absence a jejich omluvy se řídí pravidly uvedenými ve studijním řádu; jedna absence bez omluvy je akceptována
2. **vypracování vlastního výzkumného projektu,** odevzdávání průběžných verzí a ústní obhajoba finální verze (pozn.: projekt **je možné zpracovávat ve dvojicích**):
 - a. do **11. 3.:** odevzdání první části vlastního výzkumného projektu (výzkumná téma, výzkumný problém, zdůvodnění relevance, teoretický kontext) do ISu; prezentace na hodině; nebodováno
 - b. do **8. 4.:** odevzdání druhé části vlastního výzkumného projektu (opravená první část projektu + cíl, výzkumné otázky, hypotézy, operacionalizace, metoda výzkumu, technika sběru dat, popis výzkumného souboru) do ISu; nebodováno
 - c. do **19. 5.:** odevzdání kompletní verze projektu v elektronické verzi do ISu; je třeba získat min. 50 b (max. 80 b)

Celkové hodnocení:

Z: 50 – 80 bodů

NZ: méně než 50 bodů

Program lekcí:

1.	21.2.	Úvod do kurzu. Představení sylabu. Podmínky absolvování.
2.	28.2.	Design empirického výzkumu. Tvorba návrhu výzkumu. Výzkumné téma a výzkumný problém. Jak napsat úvod. <i>Klíčová slova: věda, empirický výzkum, mediální studia, projekt výzkumu, návrh výzkumu, výzkumné téma, výzkumný problém, sociální a akademická relevance, purpose statement.</i> <ul style="list-style-type: none">• Povinná literatura: * Creswell, J.W. (2009): Research Design. Qualitative, Quantitative

		<p>and Mixed Methods and Approaches. Third Edition. London: SAGE. Kap. 5: The Introduction, str. 97-110.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Doporučená literatura: <ul style="list-style-type: none"> ○ Babbie, E. (1979): The Practice of Social Research. Second Edition. Belmont: Wadsworth Publishing Company. Kap. 2: Social Scientific Inquiry. ○ Blaikie, N. (2000). Designing Social Research: The Logic of Anticipation. Cambridge: Polity Press. Kap. 1.: Preparing Research Proposals and Research Designs, str. 12-34. ○ Disman, M. (1993): Jak se vyrábí sociologická znalost. Praha: Karolinum. Kap. 4 „Jak si nakreslit plán“, str. 73-90.
3.	7.3.	<p>Diskuze nad návrhy výzkumných témat a problémů. Teoretický kontext výzkumu. Práce s literaturou. Cíl výzkumu. Výzkumné otázky. <i>Klíčová slova: teoretický kontext výzkumu, práce s literaturou, teorie, koncepty, řešerš, cíl výzkumu, výzkumné otázky a jejich typy.</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Povinná literatura: <ul style="list-style-type: none"> * Blaikie, N. (2000): Designing Social Research: The Logic of Anticipation. Cambridge: Polity Press. Kap. 3.: Research Questions and Objectives, str. 58-71. • Doporučená literatura: <ul style="list-style-type: none"> ○ Blaikie, N. (2000): Designing Social Research: The Logic of Anticipation. Cambridge: Polity Press. Kap. 5.: Concepts, theories, hypothesis and models, str. 128-182. ○ Creswell, J.W. (2009): Research Design. Qualitative, Quantitative and Mixed Methods and Approaches. Third Edition. London: SAGE. Kap. 2: Review of the literature, str. 23-46. ○ Creswell, J.W. (2009): Research Design. Qualitative, Quantitative and Mixed Methods and Approaches. Third Edition. London: SAGE. Kap. 3: The use of theory, str. 49-71. ○ Davies, M.M. – Mosdell, N. (2006): Practical Research Methods for Media and Cultural Studies. Making People Count. Athens: University of Georgia Press. Kap. 2: What is your research question? Str. 17-32. ○ 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.
4.	14.3.	Workshop I: diskuse nad návrhy projektů
5.	21.3.	Individuální práce na výzkumném projektu.

6.	28.3.	<p>Hypotézy a operacionalizace. <i>Klíčová slova: hypotézy a jejich testování, operacionalizace, konceptualizace, indikátory.</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Povinná literatura: <ul style="list-style-type: none"> * Vaus, D.A. de. (1998): <i>Surveys in social research</i>. London: UCL press. Kap. 4: Developing indicators for concepts, str. 47-53. • Doporučená literatura: <ul style="list-style-type: none"> ○ Babbie, E. (1979): <i>The Practice of Social Research</i>. Second Edition. Belmont: Wadsworth Publishing Company. Kap. 5: Conceptualization and Measurement, str. 115-137. ○ Babbie, E. (1979): <i>The Practice of Social Research</i>. Second Edition. Belmont: Wadsworth Publishing Company. Kap. 6: Operationalization, str. 138-165.
7.	4.4.	<p>Volba výzkumné strategie, metody a techniky sběru dat. Volba výzkumného souboru. <i>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.</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Povinná literatura: <ul style="list-style-type: none"> * Blaikie, Norman (2000): <i>Designing Social Research: The Logic of Anticipation</i>. Cambridge: Polity Press. Kap. 7, Methods for Answering Research Questions, str. 227-246. • Doporučená literatura: <ul style="list-style-type: none"> ○ Creswell, John W. (2009): <i>Research Design. Qualitative, Quantitative and Mixed Methods and Approaches</i>. Third Edition. London: SAGE. Kap. 1: The selection of a research design, str. 3-20. ○ Deacon, D. et al. (1999): <i>Researching Communications. A practical guide to methods in media and cultural analysis</i>. London: Arnold. Kap. 3: Selecting and Sampling, str. 40-61. ○ Disman, M. (1993): <i>Jak se vyrábí sociologická znalost</i>. Praha: Karolinum. Kap. 6 „Jak se to vlastně dělá“, str. 120-138. ○ Disman, M. (1993): <i>Jak se vyrábí sociologická znalost</i>. Praha: Karolinum. Kap. 5 „Kolik vran musíme pozorovat“, str. 91-118. ○ Hendl, J. (2005): <i>Kvalitativní výzkum. Základní metody a aplikace</i>. Praha: Portál. Kap. 2.: Kvalitativní, kvantitativní a smíšený výzkum, str. 45-63. ○ 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. 7: Validity. Str. 156-172. ○ Silverman, David (2005): <i>Ako robiť kvalitatívny výzkum. Praktická príručka</i>. Bratislava: Ikar. Kap. 1 „Čo je kvalitatívny

		výzkum?“, str. 13-25.
8.	11.4.	Workshop II: diskuse nad návrhy projektů
9.	18.4.	Individuální práce na výzkumném projektu.
10.	25.4.	<p>Survey. <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"> • Povinná literatura: <ul style="list-style-type: none"> * Disman, M. (1998): Jak se vyrábí sociologická znalost. Praha: Karolinum. Kap. 7.: Kulhavý poutník, str. 139-177. • Doporučená literatura: <ul style="list-style-type: none"> ○ Bryman, Alan. (2001): Social research methods. Oxford: Oxford University Press. Kap. 7 „Asking Questions“, str. 142-156. ○ 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 Questionnaire, str. 78-98. ○ Deacon, D. et al. (1999): Researching Communications. A practical guide to methods in media and cultural analysis. London: Arnold. Kap. 4: Asking Questions, str. 81-112. ○ Groves, Robert M. (2004): Survey methodology. Hoboken, NJ : J. Wiley. ○ Vaus, D.A. de. (1998): Surveys in social research. London: UCL Press. Kap. 1.: The Nature of Surveys, str. 3-10.
11.	2.5.	<p>Obsahová analýza. <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></p> <ul style="list-style-type: none"> • Povinná literatura: <ul style="list-style-type: none"> * Riffe, D. – Lacy, S. – Fico, F.G. (2005): Analyzing Media Messages. Using Quantitative Content Analysis in Research. Lawrence Erlbaum Associates Publishers: New Jersey. Kap. 3: Designing a Content Analysis, str. 40-62. • Doporučená literatura: <ul style="list-style-type: none"> ○ Bell, P. (2001): Content Analysis of Visual Images. In: Leeuwen, T. v. – Jewitt, C. (eds.): Handbook of Visual Analysis. London: Sage, str. 10-31. ○ Neuendorf, K. A. (2002): The content analysis guidebook. London: SAGE. Kap. 2.: Milestones in the history of the content analysis, str. 27-40. Kap. 4 „Message units and sampling“, str. 71-94. Kap. 8 „Results and Reporting“, str. 167-182. ○ Riffe, D. – Lacy, S. – Fico, F.G. (2005): Analyzing Media Messages. Using Quantitative Content Analysis in Research. Lawrence Erlbaum Associates Publishers: New Jersey. Kap. 1: Introduction, str. 4-9. Kap. 4: Measurement, str. 64-82. ○ Scherer, H. (2004) „Úvod do metody obsahové analýzy“, in Schulz, W. et al. Analýza obsahu mediálních sdělení. Praha: Nakladatelství

		Karolinum.
12.	9.5.	Survey a obsahová analýza – cvičení.
13.	16.5.	Individuální práce na výzkumném projektu.

Doporučená literatura:

- BABBIE, Earl R. The practice of social research. 9th ed. Belmont: Wadsworth, 2001.
- 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. 3rd ed. Los Angeles: Sage, c2009. ISBN 978-1-4129-6556-9.
- 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.