

**MUNI**  
**FSS**

## **2. Komparativní výzkum komunikace: co, proč a jak srovnávat?**

ZURn4104

Marína Urbániková

# Osnova

- A. Co je komparativní výzkum komunikace?
- B. Proč jej potřebujeme a k čemu slouží?
- C. Jaké designy a metody lze použít? Jak vybrat zkoumané případy?
- D. Kde najít data?

# A. Co je komparativní výzkum komunikace?

# Komparace

- „Srovnávání je motorem poznání“ (Dogan & Pelassy 1990: 8)
- Komparace jako **strukturovaná, metodická vědecká procedura**
- Popsat (a porozumět) – vysvětlit – predikovat
- Dva hlavní aspekty komparace ([Kleinstauber 2004](#)):
  1. Srovnávané objekty nesmějí být ani identické, ani absolutně odlišné a bez jakýchkoliv společných znaků
  2. Hledáme podobnosti a rozdíly a snažíme se je vysvětlit

# Co je komparativní výzkum?

- Srovnání alespoň **dvou různých případů/jednotek** na makro-úrovni v jednom nebo více **časových bodech** v oblasti alespoň jednoho **společného objektu zájmu** relevantního v komunikačních studiích (Esser & Hanitzsch, 2012)
- Co srovnáváme: aktéry, organizace, politiky/opatření, země...
- Širší cíl: učinit známé cizím/neznámým a cizí/neznámé známým

# Deskriptivní vs. zralý komparativní výzkum

- **Deskriptivní** komparativní výzkum
- „**Zralý**“ komparativní výzkum:
  - Formulace závěrů, které **překračují platnost jedné země/systému/kultury** a **vysvětlují** podobnosti a odlišnosti mezi objekty analýzy na pozadí jejich kontextuálních podmínek
  - Pochopení a vysvětlení, jak různé **kontextuální podmínky** a **faktory na makro-úrovni** ovlivňují **komunikační a mediální fenomény** na nižších úrovních

# Výzkumné cíle komparativního výzkumu

– Esser & Vliegenthart (2017)

1. Kontextuální popis
2. Identifikace funkčních ekvivalentů v jednotlivých zemích/systémech/kulturách
3. Klasifikace a typologie: systematické uspořádání
4. Vysvětlení (teorie) a testování hypotéz: po popisu a klasifikaci hledáme faktory/proměnné, které to, co jsme popsali a klasifikovali, můžou vysvětlit
5. Předpovědi

# Kritéria (dobrého) komparativního výzkumu

– Esser & Hanitzsch (2012)

1. Cíl a účel komparace je jasně popsán
2. Jednotka analýzy a kontextuální faktory, o kterých se domníváme, že ovlivňují objekt analýzy, jsou jasně identifikované
3. Studie pracuje s funkčně ekvivalentními proměnnými
4. Studie musí být opřena o jednotný teoretický přístup a metodu/y analýzy



# Příklady témat pro komparativní výzkum

- Politická komunikace, včetně politického zpravodajství a politické reklamy (kampaně apod.)
- Média veřejné služby a jejich fungování
- Mediální/žurnalistické kultury a jejich proměny
- Procesy změny a transformace: např.
  - globalizace: jak se transnárodní/transkulturní fenomény projevují na lokální úrovni v jednotlivých zemích
  - amerikanizace, integrace v rámci Evropské unie
  - transformace mediálních systémů, demokratizace
  - komercializace
  - technologické změny a budoucnost komunikace

# Komparativní výzkum: trend

TRENDING  
NOW

- Hanusch & Vos (2019): komparativní výzkum je v rámci mediálních studií rychle rostoucí oblastí
- Cca **dvounásobní nárůst počtu článků**
- 82 % článků napsali autoři/autorky pouze ze západních zemí, 55 % článků srovnávalo pouze západní země
- Nejčastější metoda: kvantitativní obsahová analýza (39 %)
- Metodologické limity: **pouze 51 % uvedlo explicitní důvod** → pro výběr srovnávaných zemí



# Vaše zkušenosti?

- Stalo se Vám někdy, že jste jako konzumenti mediálních obsahů narazili na zajímavou mezinárodní odlišnost nebo si všimli určitý projev odlišného fungování různých mediálních systémů?
- Vzpomenete si na příklad zajímavého komparativního výzkumu z oblasti mediálních studií?
- Využili jste někdy v rámci studia mezinárodní komparaci?

# **B. Proč potřebujeme komparativní výzkum komunikace?**

# Komparativní výzkum: proč?

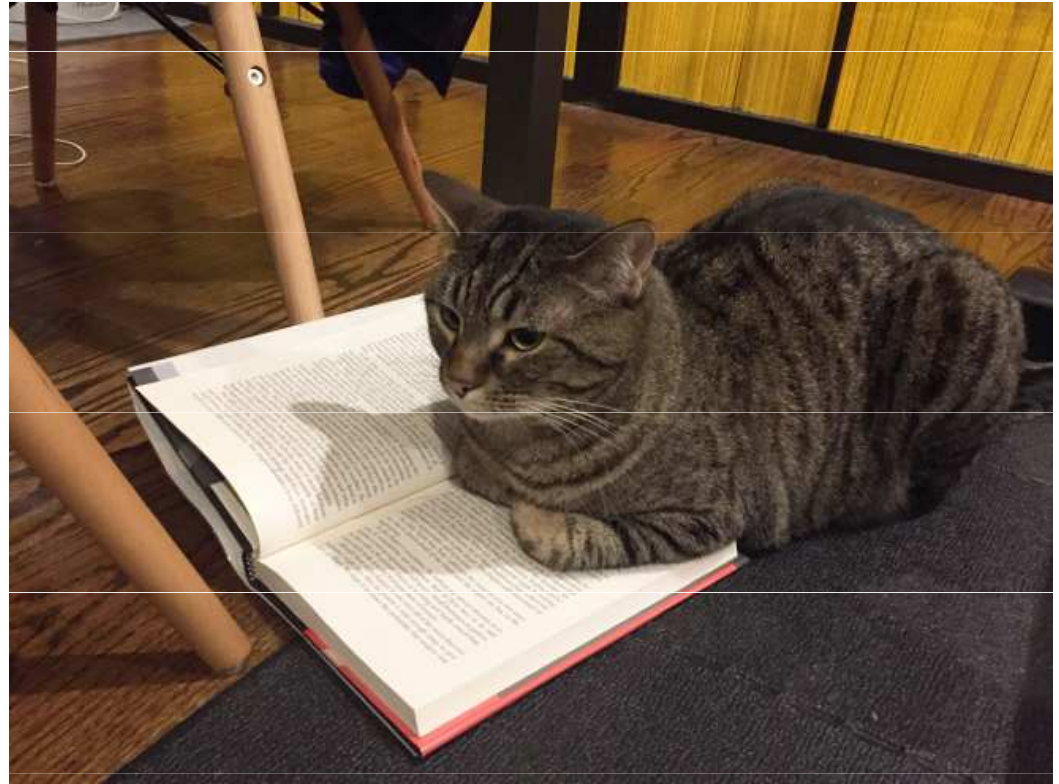
1. Obrana před stereotypním uvažováním a předsudky
2. Lepší porozumění vlastnímu mediálnímu systému
3. Lepší porozumění jiným mediálním systémům a společností
4. Testování platnosti určité teorie v různých podmínkách: obrana před zobecňováním zjištění z výzkumu jediného případů + tvorba abstraktních a univerzálně aplikovatelných teorií komunikace/médií
5. Zkoumání trans-nacionálních procesů napříč různými kontexty
6. Zkoumání lokální adaptace importovaných kulturních forem a trendů

# Komparativní výzkum: proč?

7. Připomenutí, že chování médií (a publik) se hluboce liší v závislosti na kontextu, ve kterém fungují, a lepší porozumění těmto vztahům a procesům
8. Obrana před media-centrismem v oblasti analýzy médií
9. Inspirace, jak lze různě řešit výzvy a problémy týkající se médií a žurnalistiky, a jaký je jejich přínos a efektivita

# Komparativní výzkum: proč?

- Esser & Hanitzsch (2012):  
6 důvodů, proč  
potřebujeme komparativní  
výzkum v oblasti  
komunikace - **Více v  
povinné literatuře – čtěte!**



# Má to ještě smysl i v době globalizace? Ano!

Peter Alfandary: The myth of globalisation (do 05:15)



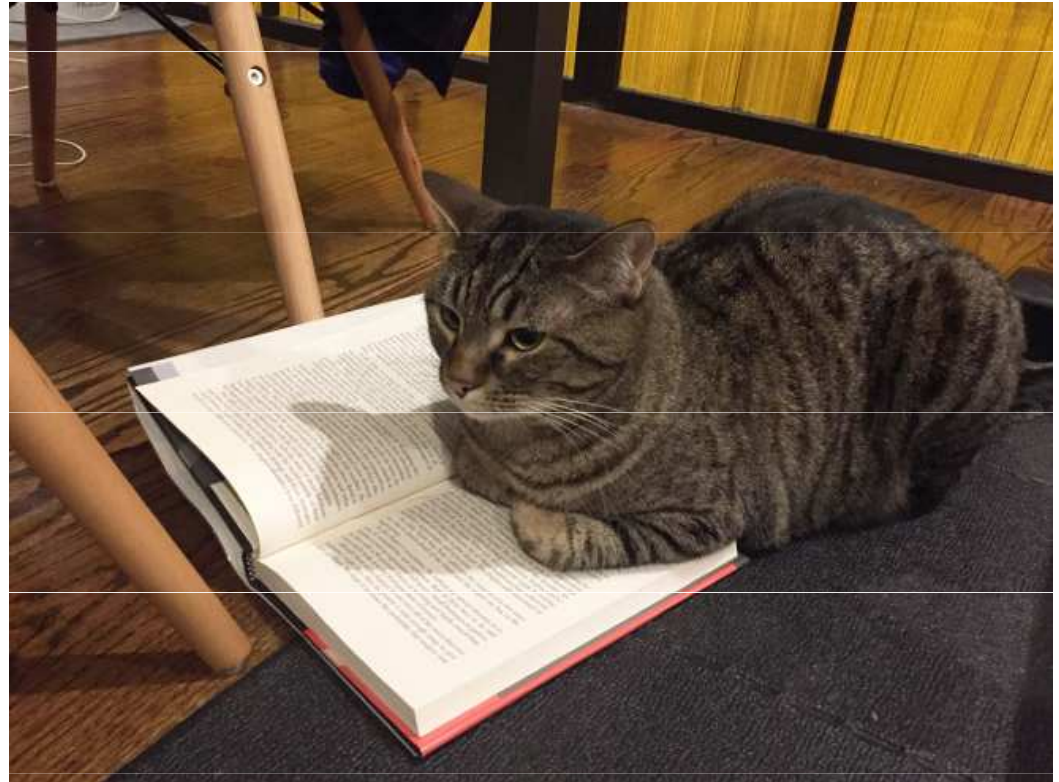


## **C. Design, metody a výběr případů v komparativním výzkumu**

# C1. Design komparativního výzkumu

# Komparativní výzkum: jak?

- Esser & Hanitzsch (2012): 5 kroků/výzkumných cílů, 3 hlavní teoretické přístupy - **více v povinné literatuře – čtěte!**



# Možné designy

1. Komparativní analýza postavena na případových studiích
  - Užitečné, pokud se případové studie drží jednotného zadání (mají stejný cíl a zkoumají stejný fenomén stejnou metodou)
2. Komparativní analýza malého počtu případů (*small-N comparative analysis*)
3. Komparativní analýza velkého počtu případů (*large-N comparative analysis*)

## 2. Komparativní analýza malého počtu případů

- *small-N comparative analysis*; cca 2 až 10 případů (např. zemí)
- „*case oriented*“
- Detailní srovnání omezeného počtu případů; umožňuje důkladně brát v úvahu jejich specifický kontext a použít jej při vysvětlení zkoumaných jevů
- Více intenzivní, méně extenzivní
- Spíše rozdíly a podobnosti mezi zeměmi než analýza vztahů mezi proměnnými
- Omezená možnost empirických generalizací

# 3. Komparativní analýza velkého počtu případů

- *large-N comparative analysis*
- „*variable oriented*“
- Menší důraz na zdůvodnění výběru; snaha o co největší výzkumný soubor (např. co nejvíce zemí)
- Menší zájem o kontextuální faktory, větší zájem o vztahy mezi proměnnými
- Obvykle kvantitativní analýza (a využití statistické analýzy dat)

# C2. Metody komparativního výzkumu

# Metody: sekundární analýza (využití již existujících dat)

1. Analýza odborné literatury
2. Analýza dokumentů (např. zákony a právní normy, výroční zprávy, mezinárodní řebříčky...)
3. Evaluace statistických dat
4. Analýza již existujících průzkumů



# Metody: sběr (nových) dat

1. Obsahová analýza
2. Dotazníkové šetření
3. Strukturované/polostrukturované/nestrukturované rozhovory
4. Expertní rozhovory
5. Skupinové rozhovory
6. Zúčastněné/nezúčastněné pozorování

# C3. Výběr případů v komparativním výzkumu

# Výběr jednotky analýzy

- Makro-level
- Mezo-level
- Mikro-level

# Výběr konkrétních zemí/trhů/systémů/kultur

- Je nutné vždy jasně definovat a zdůvodnit konkrétní volbu; čím menší počet jednotek srovnáváme, tím důkladnější musí být zdůvodnění
- Podle toho, jaké země zvolíme, nalezneme více podobností nebo odlišností
- Můžeme srovnávat dvě země, více zemí, nebo i celé skupiny zemí
- Často spíše pragmatická než teoretická volba

# Dvě strategie výběru případů: MSSD a MDSD

## 1. *Most Similar Systems Design (MSSD):*

- výběr podobných případů s podobným kontextem, ale vedou k odlišným výsledkům
- vzhledem k značné podobnosti umožňuje odhalit těch několika málo proměnných, které (pravděpodobně) zapříčiňují odlišný výsledek

## 2. *Most Different Systems Design (MDSD)*

- výběr maximálně odlišných případů s odlišným kontextem, které ale vedou k podobným výsledkům

## **D. Kde najít data? (Vybrané) zdroje mezinárodních dat**

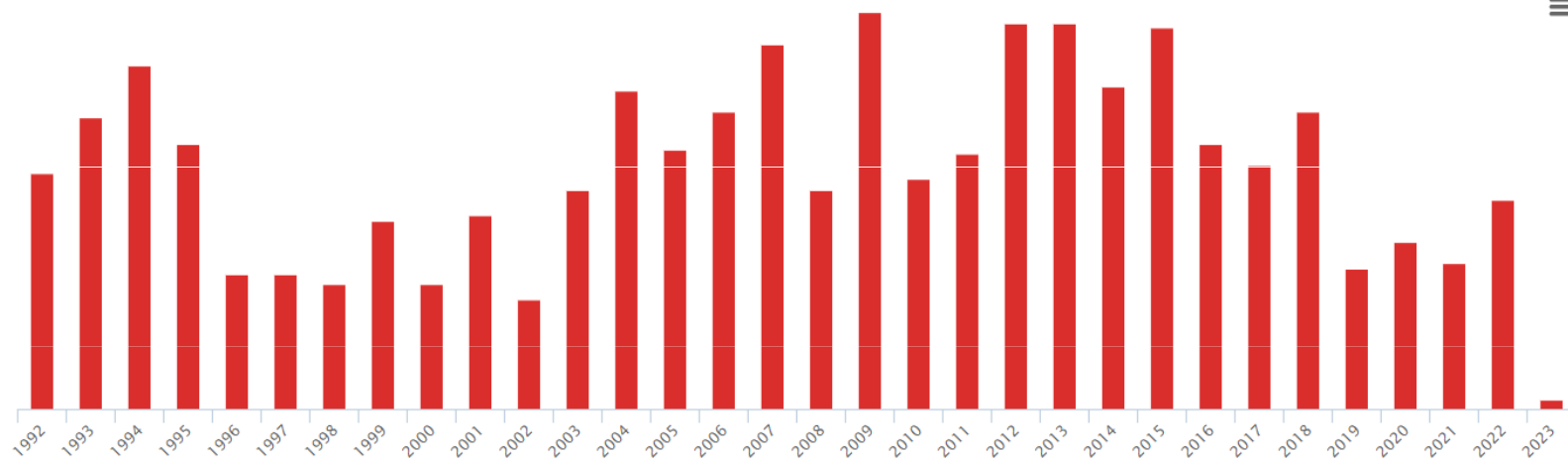
# Committee to Protect Journalists

- <https://cpj.org/>
- Počty novinářů a novinářek zavražděných, pohřešovaných a uvězněných v důsledku své činnosti v různých zemích světa od roku 1992

## Journalists Killed

between 1992 and 2023 / Motive Confirmed

Reset



MUNI  
FSS

CPJ

# Reporters Without Borders: Violations of Press Freedom Barometer

- <https://rsf.org/en/barometer>
- Počty novinářů a novinářek zavražděných a uvězněných v důsledku svojí činnosti v různých zemích světa od roku 2001

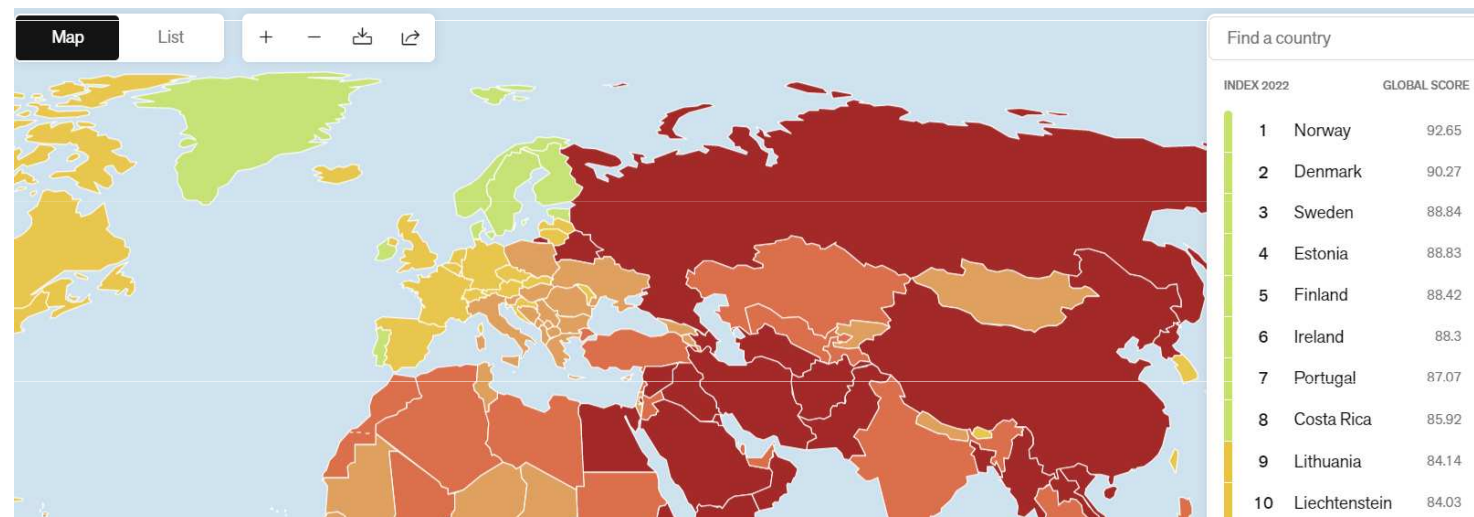




# Reporters Without Borders: World Press Freedom Index

- <https://rsf.org/en/index>
- Míra svobody médií ve 180 zemích od roku 2002
- Metoda: [dotazník](#) pro experty v dané zemi (jejich hodnocení míry plurality,

nezávislosti, autocenzury, legislativního rámce, transparentnosti, kvality infrastruktury) a kvantitativní data o násilí vůči novinářům (viz přechozí slide)



# Reporters Without Borders: World Press Freedom Index

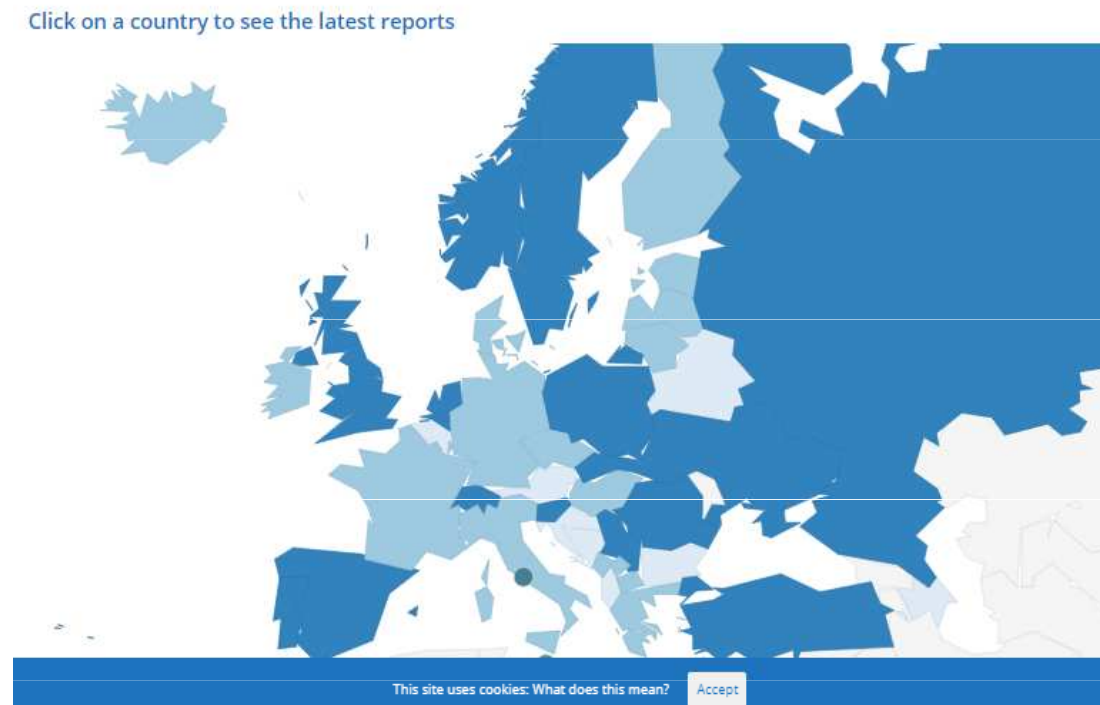


– Kromě samotného srovnání i národní zprávy (včetně ČR):

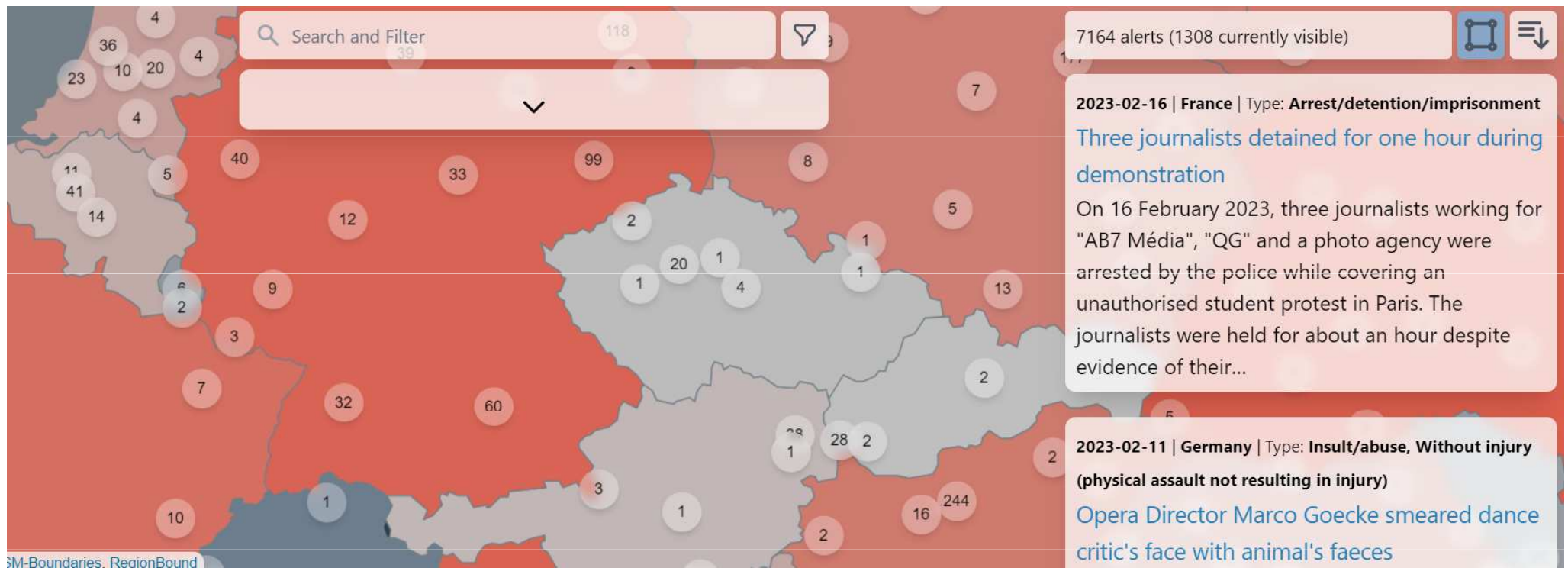
<https://rsf.org/en/czech-republic>

# European Centre for Press & Media Freedom: Mapping Media Freedom

- <https://mappingmediafreedom.org/>
- Od roku 2014 sleduje a sbírá různé případy omezení, ohrožení a narušení svobody médií a novinářů v zemích EU, kandidátských zemích a sousedních zemích
- Popis metody [zde](#)
- Národní zprávy (také za [ČR](#))

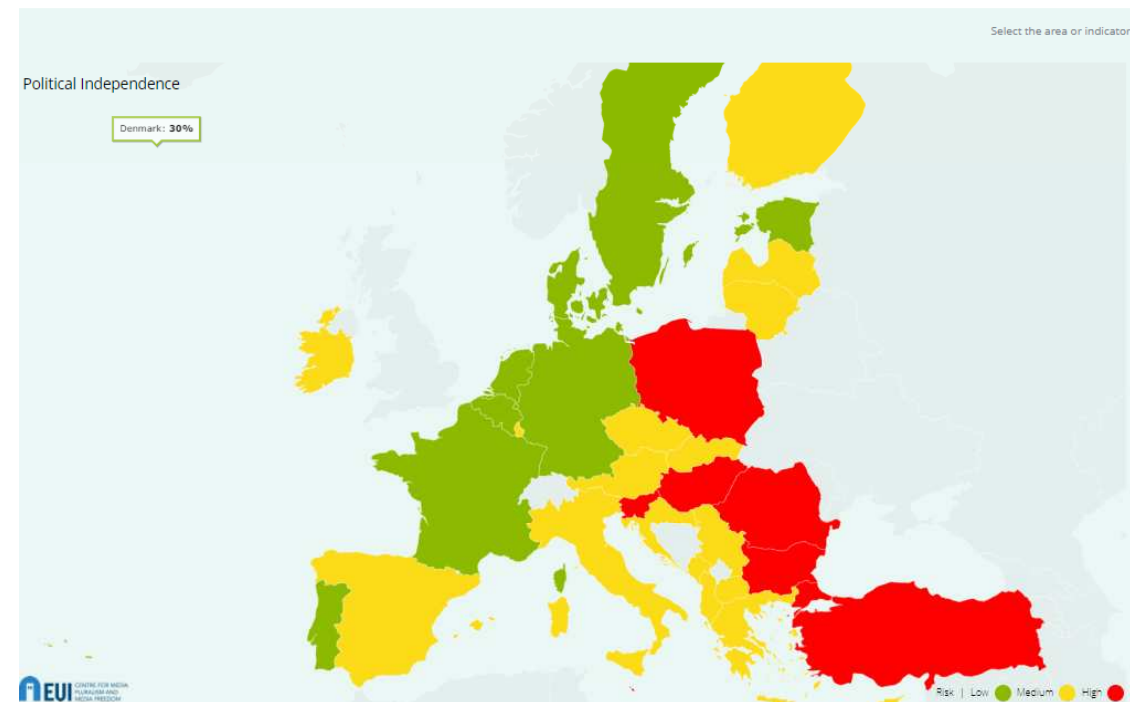


# European Centre for Press & Media Freedom: Mapping Media Freedom



# Centre for Media Pluralism and Media Freedom: Media Pluralism Monitor

- <https://cmpf.eui.eu/media-pluralism-monitor-2023/>
- Od roku 2014 hodnotí mediální pluralitu v členských zemích EU, v kandidátských zemích a některých dalších zemích
- Národní zprávy (také za ČR)



# The Worlds of Journalism Study



- [Worlds of Journalism Study](#): 67 zemí, 27 500 novinářů (pracovní podmínky, žurnalistická kultura, pocíťované vlivy a tlaky, autonomie, důvěra, role ve společnosti, rizika a nejistoty...)
- Volně dostupný dotazník i celé datové matice (tři kola; WJS 1: 2007-2011; WJS 2: 2012-2016; WJS 3: 2021-2023 – v běhu; 110 zemí)
- Národní zprávy (také za [ČR](#))

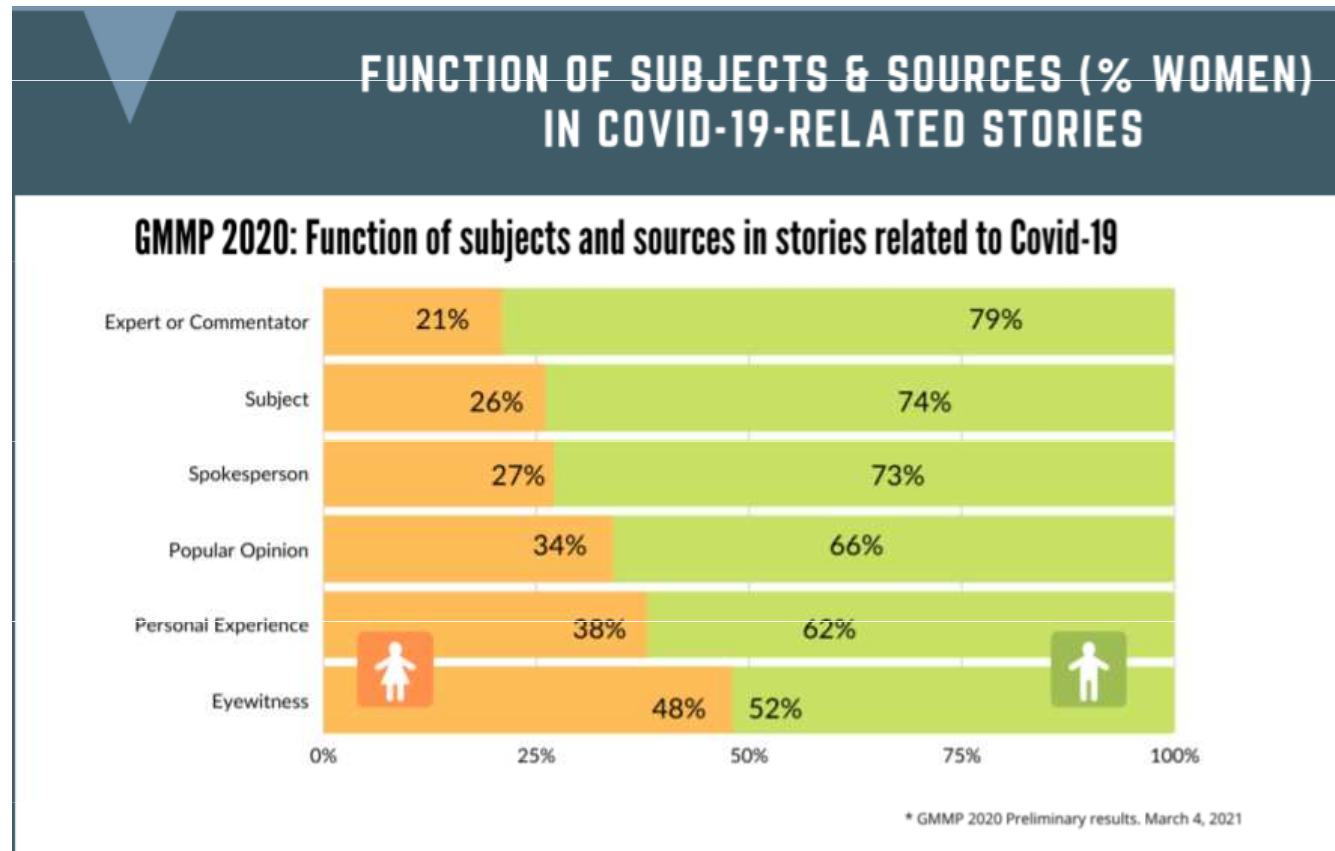
# Reuters Institute Digital News Report

- <http://www.digitalnewsreport.org/>
- Od roku 2017; dotazníkové šetření mezi více než 92 000 konzumenty on-line zpravodajství ze 46 zemí
- Data: [interaktivně](#)
- Také národní zprávy (i za ČR)



# Global Media Monitoring Project (GMMP)

- <https://whomakesthenews.org/>
- Vybrané indikátory týkající se genderu a médií
- Jeden den ve zpravodajství (print, TV, rozhlas, web)
- Každých pět let od 1995, 145 zemí





# Užitečné zdroje informací o mediálních trzích v Evropě a aktuálním dění v nich

- [European Audiovisual Observatory](#): The reference for market and legal information on film, television and VoD in Europe
- [European Journalism Observatory](#): Observes media and journalism research, trends in the media industries, and best practices in journalism
- [European Broadcasting Union](#): The world's leading alliance of public service media (PSM): 116 member organizations in 56 countries and an additional 34 associates in Asia, Africa, Australasia and the Americas

# Kde (dále) hledat

- Databáze: fyzické/elektronické (Web of Science, Scopus, EBSCO, ProQuest, Sage, Taylor & Francis...)
- <https://scholar.google.cz/>

# Dotazy?

