

Metody výzkumu publika

ZUR434 Metodologie mediálního výzkumu

Výzkum publika v mediálních studiích

- ▶ (změna dominantního paradigmatu v sociálních vědách: strukturalismus a jeho varianty → fenomenologie, etnometodologie, sociální konstruktivismus)
 - ▶ → ZUR110/ZUR410 TMK: Historické proměny výzkumu mediálních účinků
 - ▶ (frankfurtská škola – birminghamská škola: reifikovaná masa – aktivní publikum, subverze, sémiotická demokracie)

- ▶ tři základní části výzkumu médií: produkce – text – recepce
 - ▶ DA/CDA nejčastěji (nikoli výlučně) zkoumá texty
 - ▶ challenges při aplikaci DA/CDA na rozhovory (s producenty/recipienty)
 - ▶ KP předpokládá, že výzkumníkovi záleží na jeho osobitých zkušenostech a interpretacích, proto ho o rozhovor požádal...
 - ▶ CDA předpokládá zahrnutí konceptu symbolické moci do designu výzkumu; pokud není dobře zdůvodněno, pak
 - KP může mít dojem, že je považován za manipulátora
 - KP může mít dojem, že je považován za manipulovaného



Výzkum publika v mediálních studiích

- ▶ modelová definice kvalitativního výzkumu: práce v terénu, induktivní přístup, holistický přístup, hledající smysl/porozumění
- ▶ metody sběru dat: orální historie, hloubkové rozhovory, polostrukturované rozhovory, strukturované rozhovory; focus groups; pozorování
 - ▶ výzkumné zápisníky/deníky
 - příklad (Latour)
 - zápisník 1 pro zaznamenávání výzkumníkovy chápání zkoumaného problému
 - zápisník 2 pro zaznamenání získaných informací, chronologického sledu a jejich možných souvislostí/návazností
 - zápisník 3 pro „ad libitum writing trials“
 - zápisník 4 pro sledování reakcí těch, kteří se výzkumu účastnili jako respondenti, na výzkumníkovo zpracování tématu
 - „*If you don't want to take notes and to write them down well, don't try to get into sociology: it's the only way there is to become slightly more objective.*“ (p. 135)
 - ▶ často kombinace (komplexní porozumění)
- ▶ metody analýzy dat: DA/CDA (...)



„Subjektivita“ kvalitativního výzkumu

- ▶ nezáměrné ovlivňování sledovaného sociálního prostředí/sociálních aktérů
 - ▶ vymezení výzkumného pole a rozhodnutí, které aktivity jsou v jeho rámci relevantní (**indukce x dedukce x abdukce**)
 - ▶ výzkumník pozorované interpretuje: překládá do akademického jazyka (změna diskurzu: ztráty v „překladu“, možné odlišnosti mentálních modelů)
 - ▶ přítomnost výzkumníka (při pozorování), charakter výzkumníka (objektivní + individuální charakteristiky), předchozí znalost respondentů, místo setkání, reakce respondenta na fakt nahrávání...
- ▶ reflexivní sociologie (Bourdieu), dvojí hermeneutika (Giddens)
 - ▶ as an ontologically and epistemologically informed critique of social scientific methodology, which “aims... to provide **cognitive tools that can be turned back on the subject of the cognition**, not in order to discredit scientific knowledge, but rather to check and strengthen it” (Bourdieu, 2004, p. 4)



Kritéria kvality kvali výzkumu

- ▶ použití některých kvantitativních technik (reprezentativní vzorek)
- ▶ modifikovaná forma kritérií kvantitativního výzkumu (J. P. Gee: konvergence, shoda, pokrytí, přesnost lingvistické analýzy)
- ▶ validita
 - ▶ vnitřní: koherence
 - ▶ vnější
- ▶ zdůraznění kvality interpretace
 - ▶ insider status
 - ▶ member checking
 - ▶ rich data
 - ▶ relevance
 - ▶ praktická využitelnost (aplikovatelnost) výstupů

Sampling

- ▶ techniky výběru nespolehající na pravděpodobnost
 - ▶ snow-ball
 - ▶ účelový (criterion based / purposive)
 - ▶ výběr typických příkladů
 - ▶ výběr kritických příkladů
 - ▶ teoretický



Etika výzkumu

- ▶ výzkumník jako investigativní novinář (Chicago school of sociology): podobnosti a rozdíly
- ▶ vztah výzkumníka a KP: rovnocenný, nepovyšovat se a nepodlézat (obojí projev nízkého respektu vůči druhému)
- ▶ přepis/transkripce
 - ▶ i velmi odlišné normy (přepis pro lingvistickou x sociologickou analýzu)
 - ▶ měl by obsahovat minimálně informace o IR, IE, času a místu konání rozhovoru, výzkumném účelu rozhovoru
 - ▶ zveřejnění – nezveřejnění v závěrečné studii
- ▶ autorizace
- ▶ informovaný souhlas
- ▶ anonymizace
- ▶ očekávání respondenta
- ▶ to carry out the research „**with**“ **not** „**on**“ people

Hlubkové rozhovory: zarámování

- ▶ nekopíruje každodenní komunikaci; institucionalizace
- ▶ různé tradice kvalitativního výzkumu: odlišné pojetí HR
 - ▶ vědění: pre-existující nebo konstruované? (metafory cestovatele vs. zlatokopa)
 - ▶ role výzkumníka: aktivní nebo pasivní?, souznějící nebo nesouhlasící? (ani angažovanost neimplikuje mentální zaslepenost)
 - ▶ strukturování rozhovoru: kdo nastoluje témata, výzkumník n. dotazovaný?
- ▶ klíčové prvky HR
 - ▶ kombinace strukturovanosti a flexibility (přípravenosti a pohotovosti)
 - ▶ komplexní, ne povrchní průzkum
 - ▶ generativní
 - ▶ interaktivní (dialogický)
 - ▶ komunikace tváří v tvář
- ▶ scénář rozhovoru (topic guide)



Hlubkové rozhovory: fáze rozhovoru

- ▶ 1: příjezd
 - ▶ přivítání, rozptýlování možné nervozity (běžná konverzační témata)
- ▶ 2: představení výzkumu
 - ▶ představení tématu +
 - ▶ znovupotvrzení důvěrnosti a anonymity
- ▶ 3: zahájení rozhovoru
 - ▶ úvodem nekonfliktní témata, širší (background info o KP)
 - ▶ připraveno, nicméně nesmí působit jako čtení ze seznamu (žádoucí je demonstrovat zájem)
- ▶ 4: během rozhovoru (hlavní část HR)
- ▶ 5: ukončení rozhovoru
 - ▶ signalizace ukončení 5-10 minut před skutečným koncem
- ▶ 6: po rozhovoru
 - ▶ poděkování, zpět do „každodenního režimu“, rozloučení



Hlubkové rozhovory: kladení otázek

- ▶ typy otázek
 - ▶ content-mapping: základní (ground mapping), podrobnější (dimension m.), perspektivu rozšiřující
 - ▶ content-mining: rozšiřující (amplificatory), explorativní, vysvětlující, projasňující (clarificatory)
- ▶ formulace otázek
 - ▶ široké a zúžené otázky
 - ▶ jasné a srozumitelné: ne příliš abstraktní, ne dvojité, ne s předsunutým dlouhým vysvětlením + pozor na jazyk a terminologii
 - ▶ ne návodné



Hlubkové rozhovory: další strategie k prohloubení zkoumaných témat

- ▶ naslouchat a pamatovat si
- ▶ nastolit dobrý vztah s KP
 - ▶ ujištění, že nejsou dobré a špatné odpovědi – zájem o perspektivu KP
 - ▶ věnovat pozornost neverbální komunikaci, intonaci...
 - ▶ ponechat KP dostatek času na promyšlení odpovědi
- ▶ vyhnout se domněnkám a intervencím
 - ▶ nekomentovat, nesumarizovat, nedokončovat
- ▶ vyhnout se předčasnému uzavírání
- ▶ přiměřeně reagovat na neobvyklé situace
 - ▶ vztek
 - ▶ mlčenlivost
 - ▶ snaha o dominanci



Hlubkové rozhovory: role výzkumníka

- ▶ role výzkumníka a respondenta/„komunikačního partnera“
 - ▶ 1: vést rozhovor a usnadnit promlouvání
 - ▶ 2: pečlivě odpovídat, přemýšlet a reflektovat vyslovené, upozornit na jiné aspekty zkoumaného fenoménu, které se zdají relevantní a výzkumník je nezmínil
- ▶ požadavky na výzkumníka
 - ▶ nároky na mentální a intelektuální schopnosti: teoretická připravenost, logické myšlení, dobrá paměť...
 - ▶ organizační schopnosti (viz focus groups)
 - ▶ komunikační dovednosti: schopnost naslouchat, schopnost vytvořit příjemnou, nekonfliktní atmosféru při rozhovoru...
- ▶ výhody a nevýhody hloubkových rozhovorů



Orální historie

- ▶ doplnění klasických metod historiografie
- ▶ podobnosti ve srovnání s hloubkovým (a novinářským) rozhovorem
- ▶ rozdíly
 - ▶ vědění: konstruované, fragmentarizované
 - ▶ role výzkumníka: naslouchání spíše než moderování rozhovoru (intenzivněji než u HR, minimální zásahy)
 - ▶ strukturování rozhovoru: participants are given a fairly free rein to shape their own narratives
- ▶ celkem populární
 - ▶ obor Orální Historie - Soudobé dějiny FHS UK
 - ▶ Centrum orální historie | Ústav pro soudobé dějiny AV ČR
 - ▶ Oddělení orální historie Národního filmového archivu
 - ▶ projekt Paměť a dějiny totalitních režimů - Ústav pro studium totalitních režimů
 - ▶ Projekt Čtenáři a čtení v České republice (kvali linie) - Ústav pro českou literaturu AV ČR



Focus groups: zarámování

- ▶ FG není souhrn několika HR; odlišná pravidla
- ▶ klíčové prvky
 - ▶ rozšířená role participantů: mluvit, naslouchat ostatním, reflektovat jejich hlediska
 - ▶ synergistická fce
 - ▶ spontaneita, „přirozenost“ komunikace
- ▶ typy focus groups
 - ▶ podle strukturovanosti diskuze
 - ▶ „jednorázové“ nebo reconvened
 - ▶ setkání fyzické nebo virtuální



Focus groups: fáze, jimiž skupina při diskuzi prochází

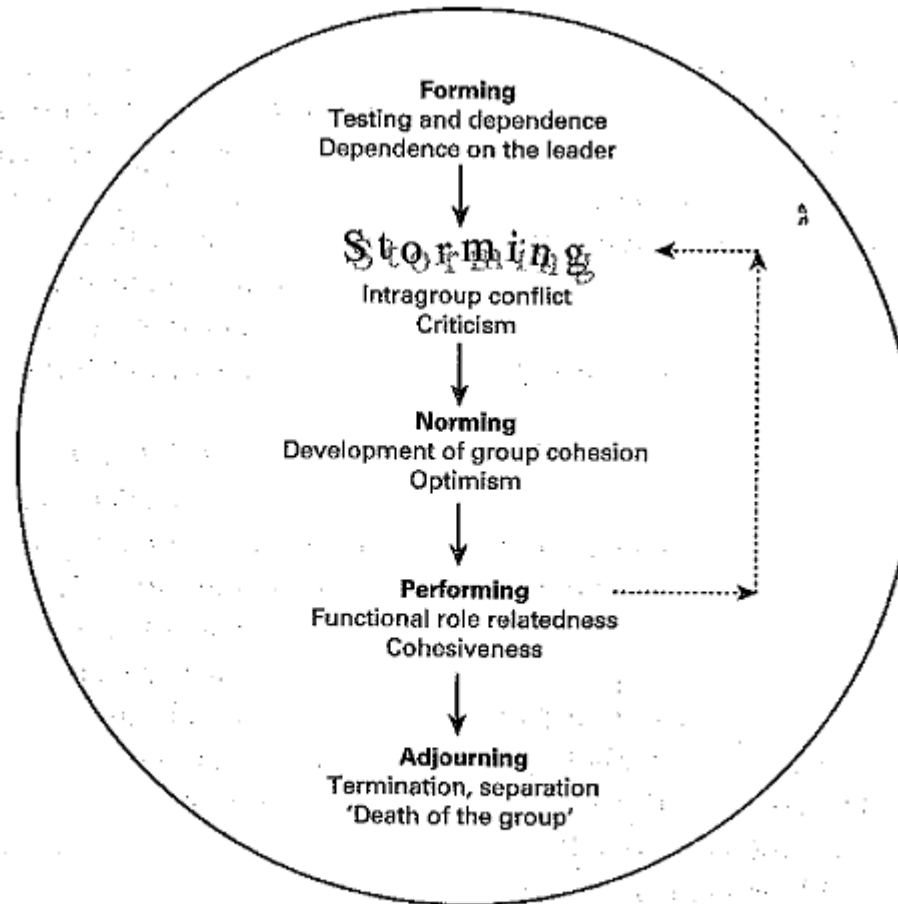


Figure 7.1 **A model of group phases (Based on: Tuckman and Jenson, 1977)**

Focus groups: řízení diskuze

- ▶ flexibility and structure: controlling the discussion
- ▶ probing for fuller response
- ▶ noting non-verbal language
- ▶ controlling the balance between individual contributions
 - ▶ creating space for everyone to contribute
 - ▶ addressing dominant participants
 - ▶ drawing out reticent participants
 - ▶ avoiding simultaneous dialogue
- ▶ focusing on participants' personal views
- ▶ encouraging in-depth exploration of emergent issues
- ▶ exploring diversity of view
- ▶ challenging social norms and apparent consensus
- ▶ enabling and projective techniques



Focus groups: zajištění organizačního zázemí

BOX 7.1 ORGANISING A FOCUS GROUP: A CHECKLIST OF PRACTICALITIES

Timing

- Time of day
- Day of the week
- Time of year
- Number of groups per day

Venue

- Type of establishment (ethos)
- Building (access)
- Location (proximity, safety)
- Room (size, comfort, privacy, quiet, ambience)
- Availability of second room if needed
- Physical arrangement (seating, table)

'Hosting' the group

- Management of:
 - Transport/childcare
 - Refreshments
 - Incentives (cash, vouchers)
 - Other people who come with participants

Observers and co-moderators

- Role
- Seating

Recording

- Quality of equipment
- Familiarisation
- Checking before and after group

Pozorování

- ▶ observational/field research x experimental r.
- ▶ kategorizace
 - ▶ standardizované a nestandardizované pozorování
 - ▶ skryté a zjevné pozorování
 - ▶ sociální nebo fyzické krytí
 - ▶ zúčastněné a nezúčastněné pozorování
- ▶ funkce výzkumníka – pozorovatele
 - ▶ úplný pozorovatel
 - ▶ pozorovatel jako participant
 - ▶ participant jako pozorovatel
 - ▶ úplný participant
- ▶ **plán pozorování**: definován předmět p., způsob p., kódování p., záznam p.

Literatura

- ▶ Morley, D. and Silverstone, R.: Communication and context: ethnographic perspectives on the media audience. In: Jensen, Klaus B. and Jankowski, N.W. (eds.): *A handbook of qualitative methodologies for mass communication research*. London : Routledge, 1991, str. 149-162.
- ▶ Lewis, Jane – Ritchie, Jane (eds.). 2003. *Qualitative research practice: a guide for social science students and researchers*. London: Sage.
- ▶ Thompson, Paul. 2000. *The voice of the past: oral history*. Oxford : Oxford University Press.
- ▶ Yates, Simeon – Taylor, Stephanie – Wetherell, Margaret (eds.). 2001. *Discourse as data: a guide for analysis*. London: Sage.

