

- Základní metody/tradice kvalivýzkumu: případové studie; etnografické studie; zakotvená teorie; fenomenologický výzkum +

Případová studie: studie jednoho či více případů (cílem zjištění, jaké jsou charakteristiky daného případu či případů) – osoba, komunita, skupina, organizace, událost... - typy podle výběru a účelu (jak se případová studie vztahuje k jiným případům?)

Etnografický přístup: popis kultury (postoje, hodnoty, normy...), holistický obraz skupiny, každodennost jedinců, snaha o porozumění dění ve skupině

Zakotvená teorie: výzkum směřuje k návrhu teorie pomocí dat (cílem vysvětlení daného fenoménu na základě dat)

Fenomenologický výzkum: porozumění zkušenostem jedinců (cílem porozumění významům prožívané zkušenosti)

- tři základní části výzkumu médií: produkce – text – recepce
- kvali výzkum mediálních produkčních a recepčních praxí (terénní výzkum): náročnější z hlediska sběru dat
- kvali výzkum mediálních textů: náročnější z hlediska analýzy dat

- **Tři základní typy dat: rozhovory (dotazování), pozorování, dokumenty**
- kvalitativní techniky sběru dat: hloubkový rozhovor, polostrukturovaný rozhovor, focus groups, orální historie/biografie, zápisky
 - záznam běžných praxí, zpracovatelských n. čtenářských
 - výpovědi často brány jako srozumitelné a vypovídající, bez nutnosti dalšího rozboru
 - klíčová je kontextualizace
- kvalitativní metody analýzy dat: sémiotická analýza, (kritická) diskurzivní a., konverzační a., recepční a., narativní a.
 - analýza mediálních textů (novinových článků, reklamních plakátů...)
 - v souladu s teoretickými/metodologickými východisky
- Častá triangulace dat v kvalitativním výzkum – kombinace různých technik sběrů dat a různých materiálů → holistický přístup, kontexty – sběr různých raw materiálů (záznamy pozorování, terénní poznámky, deníček výzkumníka, obrázky, videa, příspěvky na online sociálních sítích, dokumenty...)

(1) DOTAZOVÁNÍ/ ROZHOVORY

- **Strukturované rozhovory**
- **Polostrukturované rozhovory (s návodem)**
- **Hlubkové rozhovory**
- **Narativní rozhovory (biografické)**

Čím se od standardizovaných liší?:

Náročnost na tazatele – schopnosti, vztah s respondentem, příprava, zpracování dat

Jiný typ analýzy (různé přístupy)

Nahrávání a přepisy rozhovoru (terénní poznámky)

Jiné typy otázek

Vyšší validita, ale nižší reliabilita

Časově náročné

Liší se přípravou – strukturou rozhovoru

Etika, vliv na respondenta, výběr místa, responzivita, asertivita

- Jako samostatná technika nebo v kombinaci s jinými technikami v rámci metody (etnografický výzkum, případová studie)
- Teorie – interakce mezi výzkumníkem a respondentem (r. může navrhnout vlastní vztahy)
- Liší se nejen mírou strukturovanosti, ale i sofistikovanosti – možnost se s respondentem scházet opakovaně?
- Souběžně probíhají sběry, přepisy, analýza, designování (proměna výzkumného nástroje, vzorku) – nelinearita
- Debriefing po rozhovoru
- Poznámky a transkripce rozhovoru (mnoho typů)

Dramaturgie dotazování:

- Začátek/konec
 - Nejsnadnější otázky na přítomnost
 - Problematicčnost otázek na minulost/budoucnost
 - Otázky na názory a pocity
 - Návodnost a role tazatele
 - Reaktivnost a role tazatele (držení tématu vs. volnost)
 - Návrat k otázkám
 - Poznámky
- naslouchat a pamatovat si
 - nastolit dobrý vztah
 - ujištění, že nejsou dobré a špatné odpovědi – zájem o perspektivu
 - věnovat pozornost neverbální komunikaci, intonaci...
 - ponechat 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

Skupinové rozhovory/focus group

- Ve standardizované i nestandardizované podobě
- Rozhovor v menší skupině respondentů

Náročnost dramaturgie (hůře můžeme dopředu usuzovat o dynamice skupiny)

Tazatel je v roli moderátora

Když se respondenti ne/znají

Umožňuje interakci mezi jedinci

Efektivnější a levnější než rozhovory s jednotlivci (ale jen v některých případech, tématech)

Následné zpracování dat podobné tomu z rozhovorů s jednotlivci

Projekční techniky (neptáme se přímo)

Deníkové záznamy

- nejsou svébytnou výzkumnou technikou – většinou ve spojení s rozhovory (před rozhovory)
- respondent si např. zaznamenává nějaké aktivity podle návodu)
- Variabilita deníčkových metod
- Problémy – motivace respondentů, načasování, vytváření artefaktu

↶ VLOŽIT Kopírovat formát Schránka
B I U D ab ☒ ☑ A
☰ ☰ ☰ ☰ ☰ ☰ ☰ ☰ ☰ ☰
☒ Sloučit a zarovnat na střed \$ % ☞ ☞
☑ ☑ ☑ ☑ ☑
☑ ☑ ☑ ☑ ☑
☑ ☑ ☑ ☑ ☑

	A	B	C	D	E	F
3	Den	Co?	Jak? (TV / počítač apod.)	Odkud? (jaký TV kanál, jaká online služba, flashka...)	S kým?	V jaké situaci?
4	Pondělí	Masters of Sex	smart TV	Netflix	s partnerkou	večer, během večeře a po ní, až do půlnoci
5	Pondělí	Válka ve Vietnamu (dokument)	smart TV	ČT2	sám	odpoledne při kafi, když jsem byl doma sám
6	Úterý	Přátelé (1 díl)	nočas	z pevného disku, dříve stažené	sám	během snídaně
7	Úterý	Late Night Show	PC	YouTube	s kolegou	v práci
8	Středa	Jan Palach	kino		s přáteli	večer
9	Středa	Viktorie (seriál - dva díly)	TV - připojené PC	HBO GO	s partnerkou	během večeře a po ní
10	Čtvrtek	Přátelé	smart TV	Nova 2	sám	jako kulisa při vaření, večer
11	celý týden průběžně	Kočky videa na Facebooku	telefon	Facebook	sám	kdykoliv přes den (častokrát)
12						
13						
14						
15						
16						
17						

Photo-voice, fotodeníček

- Podobné deníčkové metodě
- Respondent fotí relevantní situace a objekty
- Kombinováno s rozhovory – význam fotek
- Méně časově náročné ve srovnání s deníčkovou metodou

(2) POZOROVÁNÍ

- Rovněž často kombinováno se dalšími metodami (rozhovory, analýzou dokumentů)
– zúčastněné pozorování je součástí etnografických výzkumů a případových studií
- Strukturované vs. nestrukturované dotazování
- Skryté vs. otevřené pozorování (ví účastníci o výzkumníkovi?)
- Zúčastněné vs. nezúčastněné pozorování (participuje výzkumník na zkoumané situaci?)



Research Instruments

Field Notes Observation Guide

WP8 Field Notes Template

NAME OF RESEARCHER: _____

DATE OF OBSERVATION: _____

DESCRIPTION OF EVENT/ACTIVITY: _____

LOCATION: _____

WHO IS ATTENDING OR BEING OBSERVED: _____

IN THE MOMENT (PARTICIPANT OBSERVATIONS)

Time	Objective Observation / Facts	Subjective Observation / Reflections

1. **Název akce:** _____

2. **Název strany:** _____ 3. **Datum:** _____ 4. **Místo:** _____

5. **Zahájení:** _____ 6. **Délka akce:** _____

7. **Kdo se zúčastnil:** a) lídr národní: ANO / NE _____ b) lídr regionální: ANO / NE _____

c) Další politici: _____

d) Moderátor: STRANÍK / PROFESIONÁL / NENÍ; jméno: _____

e) Další straničtí aktivisté (poradci atd.): _____

f) Endorsement: _____

g) Zapojení promotérů: DOBROVOLNÍCI / PLACENÍ / NEJSOU; přibližný počet: _____

h) Kolik se akce zúčastnilo lidí (odhad): _____

8) **Stranické mítinky:** a) celková doba setkání s voliči: _____

b) délka trvání stranických projevů: _____ c) délka trvání ostatních vstupů: _____

- Výzkumník se účastní pozorované situace
- Obtrusivní metoda (může ovlivňovat situaci)
- Zaznamenávání dat – **terénní poznámky** (pečlivost a organizace): popisné vs. Reflexivní

- **Různé další techniky sběru dat:** rozhovory, deníky, audio-video nahrávky, dokumenty, mediální obsahy, příspěvky na SNS
- Důležitá role klíčového informátora
- Náročnost na roli tazatele – jak moc vstupovat do dění? Jak neovlivňovat situaci? Jak se udržet v kontaktu? Jak navázat vztahy a získat důvěru? Reciprocita – jak zajistit to, aby respondenti měli pocit, že „z toho něco mají“?

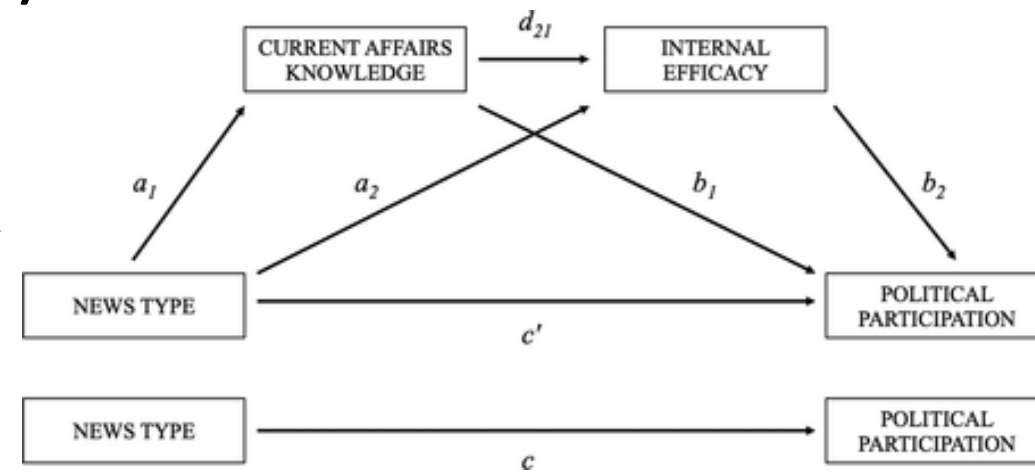
- Etika a dopady

Protože pršelo, dovezli mě ze zastávky autem. Připravili pro nás u nich v kuchyni grilování (kvůli dešti) a dozvěděla jsem se, že poslední členka vedení, se připojí po Skypu, protože nemá čas a je nemocná. Během jídla ještě před spojením s A., řešili obsah – co potřebují řešit a hlavně roli A. a vůbec posílení regionů, protože zatím je síla I koncentrovaná v Praze, zatímco aktivita jinde upadá. Bojují s tím, že členové nemají čas (práce, svatby...) a že by asi bylo potřeba spíše nabírat další členy – naděje vkládají do studentů (mají hodně času).

*Pozn. je patrné, že si moc nepamatují, jak si rozdělili pravomoci. Velkým tématem se stává hlavně komunikace mezi nimi. Původně měli skupinu, ale začali komunikovat na chatu - ale tam hůře dohledává (A.). Slíbili si, že skupinu obnoví, navíc ke schválení něčeho zapotřebí 3 z nich (z 5). Další na, čem se domluvili, že místo telefonování, budou takhle skypeovat. Cca jednou za dva měsíce se potkají na schůzi vedení. **Zdá se, že se tak spousta věcí v poslední době řešila ad hoc – nyní snaha o nějaké nastavení pravidel.***

Příprava a analýza kval. dat z rozhovorů/pozorování

- Nahrávání a následná transkripce rozhovorů (ne/doslovná, s poznámkami) – záleží na účelu a povaze výzkumu
- Návrh kategorií a systémů kategorií
- Vytváření typologií, typů (s dimenzemi)
- Nástroje zobrazení – schémata, diagramy (kauzální sítě), tabulky, grafy, mapy
- Tematická analýza – identifikace klíčových témat
- Dílčí postupy z diskurzivní analýzy
- Zakotvená teorie



- Glaser a Strauss
- Analýza dat z dokumentů/rozhovorů nemá striktně daný postup – vnímáno jako slabina kvalitativního výzkumu (zodpovědnost výzkumníka) – zvyšující se tlak na transparentnost při práci s daty
- Metoda zakotvené teorie jako jedna z mála metod s explicitním popisem postupu analýzy dat vhodným napříč různými typy obsahů
- jako přístup pro sběr i analýzu dat – cílem z dat formulovat teorii (středního dosahu) – výzkumník postupně odhaluje struktury v datech
- Teorie-data
- **Kódování jako základní nástroj** – často přebírá i mimo metodu – tři úrovně: otevřené, axiální, selektivní – od tvorby základních kategorií, prvního hrubého třídění, označování jevů a přidělování kódů s jasným obsahem, přes tvorbu obecnějších kategorií a podkategorií (kategorizace) shlukující kódy a jejich vlastnosti - ty jsou pak klíčové pro tvorbu teorie; až po specifikaci vztahů mezi těmito kategoriemi a jejich dimenzemi (příběh)
- **Jak kódovat?** Tužka/papír (stříhání, vybarvování), pomocí dokumentů a vykopírování pasáží (word, excel), pomocí analytických programů (Atlas.ti; MAXQDA, CAQDAS)
- Reliabilita kódování u více kóderů

(3) OBSAHY A JEJICH ANALÝZA

Odlišnosti a podobnosti s analýzou rozhovorů:

- Ve srovnání s analýzou rozhovorů často větší důraz na jazykovou stránku textů, užití slov, slovosled, skryté (latentní) významy, metafory, vizuály a jejich prvky atd...
- Stejně metody pro analýzu textu + metody další a specifické: sémantická analýza, diskurzivní analýza, konverzační analýza, narativní analýza, analýza rámců, žánrová analýza, analýza metafor, kvalitativní obsahová analýza...
- O redukci dat nerozhodují zkoumané subjekty
- Odlišnosti podle cíle – např. identifikace aktérů a jejich zobrazování, rámců, diskurzivních praktik v obsazích, lingvistických či vizuálních prvků, ideologie
→ posun z roviny textu, kontexty a interpretace

- snaha o porozumění používání znaků a tvorbě významů + jejich vztahů ve znakovém systému: ptáme se, proč je text uspořádán tak, jak je uspořádán? Jaké to má významy v kontextu dané kultury? (např. analýza reklamních sdělení, vizuálů)
- předpoklad, že komunikace je založena na výměně **znaků** (slovní, verbální, vizuální)
- každý znak má podobu **označujícího** (co vidíme, slyšíme) a **označovaného** (mentální koncept, který to představuje)
- 1 označující má mnoho podob označovaného → prostor pro tvorbu významů, volba + Význam nemusí být pro tvůrce a příjemce shodný
- výklad prvků, ze kterých se sdělení skládá (první význam, denotativní analýza): kdo tam je, co má na sobě, jak dlouho tam byl, co dělal + technické kódy (zobrazení, barva, vizuál)
- Konotativní analýza: asociace
 - paradigmatické (užití znaků, binární opozice) a syntagmatické uspořádání (řazení)
 - Metafory a metonymie

- Vyšší rovina, než je rovina textů
- Vztah mezi obsahy a společnostmi, prostředím, v němž vznikají
- Mocenské pozice a jejich vliv + jejich reflexe v obsazích

→ Nestačí analýza obsahů – hledání významů na vyšší úrovni

→ významy nejsou izolovány (jiné typy analýz krátké) od prostředí, kde vznikají

Zjednodušeně: **diskurz** jako sada textů k nějaké oblasti, tématu ve společnosti, které nějak budují význam a reflektují mocenské uspořádání

- Typů analýzy je mnoho, stejně tak jako definice „diskurzu“
- Komplexní přístup – vztažen k teorii + definuje, na co se dívat
- Nutnost specifikace proudu (jakou DA že to děláte?)

• Tři hlavní proudy:

- Diskurzivní psychologie, konverzační analýza
- Lingvistická (lexikálně sémantická) – Fairclough, Wodak, von Leeuwen (vizuální)
- Sociologicko-politická – Foucault

Zajímavé je pomezí 2-3: van Dijk – CDA – kritická diskurzivní analýza

Odlišné pojetí diskurzu: lingvistické (úzké)/sociologické

Wodak (CDA): diskurz jako forma produktivní sociální praxe, která se podílí na vytváření objektů vědění, situací, sociálních identit subjektů i uspořádání společnosti skrze mezilidské i skupinové vztahy

Foucault: soubor vědění o určitém tématu a současně systém pravidel a omezení usměrňujících produkci vědění – tedy vytváření nových výpovědí o dané oblasti

- Diskurz jako nástroj sociální konstrukce reality (souhrn vědění a výpovědí + praktik)
- Diskurzy složené ze znaků, ale i sociálních praktik
- Člověk jako subjekt, diskurz formuje způsoby uvažování a nastavuje pravidla
- Z diskurzu nelze vystoupit, jsou proměnlivé, je jich několik zároveň

CDA

- k řešení sociálních problémů
- moc, nerovnosti, ideologie, dominance
- řada možností, jak aplikovat → může nás například zajímat:

CO – Co je zmíněno v titulku, co je v úvodním odstavci, jaké události jsou v celém příběhu? Co je ústředním tématem? V jakém vztahu jsou jednotlivé části? Co je opomenuto?

KDO – Kdo je zdrojem? kdo je citován a kdo ne? Kteří aktéři jsou zmiňováni? Co to je za aktéry? Proč tam jsou?

KDE – Kde se příběh odehrává

KDY – Jaká je struktura příběhu? Chybí něco?

STRUKTURA – Propojení, zastření významu

Interpretace dat

(4) U informantů je patrná větší ochota podpořit výrobce díla jeho zakoupením, pokud je dané dílo předmětem vícenásobné spotřeby (software, hudba). U děl jednorázové spotřeby (filmy, televizní seriály) je patrná neochota investovat do zakoupení díla za stávající tržní ceny. Například Martin (29) v souladu s logikou morální ekonomie³³⁾ předkládá následující výpočet směnné hodnoty výrobku:

Hele, kdybych to měl počítat na užitnou hodnotu tomu člověku, tak ten film vidím jednou dvakrát a ten program používám tolikrát, kdybych to měl zprůměrovat a vydělit tím číslem, tak podle toho, jakou to má užitnou hodnotu, tak takovou by to mělo mít normální hodnotu.

Informanti totiž pokládají tržní ceny filmů a televizních seriálů v porovnání s cenami „trvanlivějších“ kulturních forem a „jedinečných“ událostí, jakými jsou návštěva kina či koncertu, za neúměrně vysoké, a tudíž za nespravedlivé:

- Záleží na typu studie (případová studie, etnografický výzkum) a specifické metodě – jiné důrazy v diskurzivní analýze, sémantické analýze
- Jiné typy interpretací a zaměření při analýze rozhovorů či pozorování, jiné zaměření při práci s dokumenty (mediálními obsahy)

Rozhovory : např.

- (1) diskurz (jako regulovaná oblast vypovídání, politika řeči): o čem se smí mluvit, o čem ne, co je hodnoceno jako samozřejmé, co jako irelevantní atd.
- (2) objektivní referenty řeči (témata/fakta): o čem se hovoří
- (3) subjektivita respondenta (Wengraf)

Mediální obsahy: např.

- (1) deskripce: je, nebo není sledovaný prvek (slovo, metafora, argument...) přítomen
- (2) interpretace: co sledovaný prvek a jeho přítomnost, resp. absence znamená
- (3) explanace: jak sledovaný prvek reprodukuje nebo přepisuje mocenské asymetrie mezi aktéry diskurzu

- **Zhuštěný popis a ilustrace - pečlivé interpretace a jistá míra abstrakce (ilustrace pomocí dat – úryvky z obsahů fungují podobně jako grafy a tabulky)**