

Prednáška 3: Logika a design sociálno-vedného výskumu

ZUR 434 Metodologie mediálního výzkumu

Úloha

- Skúste vo dvojiciach navrhnúť výskumný problém, ktorému by sa podľa Vás v súčasnosti mali venovať mediálne štúdiá.
- Pripravte si stručné zdôvodnenie jeho relevancie.
- Na čo by ste prideliли peniaze, keby ste sedeli v Grantovej agentúre?

Osnova

1. Účel a použitie výskumu
2. Výskumné stratégie
3. Design empirického výskumu

1. Účel a použití výskumu

Účel výskumu

	exploratórny	deskriptívny	explanačný
existujúci výskum	veľmi obmedzený či vôbec neexistujúci	existuje, ale je nekompletný, s trhlinami	veľmi rozpracovaný
hlavné otázky	ČO? čo sa deje?	AKO? KTO? KDE? KEDY?	PREČO? prečo sa niečo deje?
ciele	dosiahnuť počiatočné zoznámenie s témou; rozvinúť/precizovať teóriu	dosiahnuť presný popis udalostí/javov; kategorizovať, klasifikovať ich	testovať teóriu/hypotézu; snaha vysvetliť javy a situácie

Použitie výskumu

	základný	aplikovaný
použitie	nepriame; „poznanie pre poznanie“	bezprostredné praktické použitie: podklad pre rozhodnutia, zhodnotenie sociálnych dopadov
publikum; kto definuje otázky?	vedecká komunita	politickí činitelia, verejná správa, komerčná sféra, NNO...
pre a proti	<ul style="list-style-type: none">• pre: vysoká kontrola výskumníka nad charakterom výskumu a jeho použitím• pre: nízke riziko zneužitia• proti: nízka miera prepojenia s praxou	<ul style="list-style-type: none">• pre: zaoberá sa reálnymi problémami, poskytuje reálne riešenia• proti: nízka miera kontroly na strane výskumníka• proti: nebezpečenstvo zneužitia pre súkromné či politické ciele

Typy organizácií zaoberajúcich sa mediálnym výskumom

Podľa: Jensen 2003: 283	Komerčná spoločnosť	Univerzitné pracovisko	Nezávislé výskumné centrum	Dokumentačné stredisko
Financovanie	príjmy od klientov	verejné zdroje	príjem z komercie a/alebo verejné zdroje	príjem z komercie a/alebo verejné zdroje
Očakávané využitie výsledkov	strategické plánovanie, vývoj produktov	popis a kritika minulých a súčasných mediálnych foriem	deskriptívne i proaktívne analýzy	popis a dokumentácia mediálnych obsahov a užívania médií

2. Výskumné stratégie

Výskumné stratégie

Indukcia (od jednotlivého k všeobecnému):

- tieto fazule sú biele →
- tieto fazule sú z tejto misy →
- všetky fazule v tejto mise sú biele

Dedukcia (od všeobecného k jednotlivému):

- všetky fazule v tejto mise sú biele →
- tieto fazule sú z tejto misy →
- tieto fazule sú biele

DEDUKCE

INDUKCE

Teorie

Pozorování

Hypotézy

Nalezené pravidelnosti

Pozorování

Předběžné závěry

Přijaté/ zamítnuté hypotézy

Teorie

(KVANITATIVNÍ VÝZKUM) **(KVALITATIVNÍ VÝZKUM)**

Miroslav Dismar. Jak se vyrábí sociologická znalost. Praha, Karolinum 1993, str. 77.

INDUKCE

DEDUKCE

TEORIE

Tvorba
konceptů,
rozvíjení a
tlačení tvrzení

Vyvozování
následků, tvorba
předpokad

Empirické
generalizace

Hypotézy

Formulace
generalizací
odhad
parametrů
populace

Výběr vzorku a
rozhodnutí o
nástrojích

POZOROVANÍ

KVALITATIVNÍ

KVANTITATIVNÍ

**H
E
R
M
E
T
I
C
K
E**

3. Design empirického výskumu

Hlavné fázy empirického výskumu

1. formulácia témy výskumu a výskumného problému
2. prehľad literatúry (kontext výskumu)
3. formulácia cieľa výskumu
4. formulácia výskumných otázok a hypotéz
5. konceptualizácia, operacionalizácia, hľadanie indikátorov
6. rozhodnutie o výskumnej stratégii, výskumnej metóde a technike zberu dát
7. rozhodnutie o výskumnom súbore
8. konštrukcia výskumného nástroja
9. pilotáž
10. zber dát
11. analýza a interpretácia dát
12. zodpovedanie položených výskumných otázok/hypotéz

Stanovenie výskumnej témy a problému

- pár odstavcov, ktoré popisujú povahu problému, ktorému sa budeme venovať
- **téma** = čo skúmame?
- výskumný **problém**
- relevancia
- kde hľadať výskumnú tému a problém?
 - realita životného sveta (osobná, politická)
 - literatúra (odborná i populárna)
 - diskusia s kolegami
 - predchádzajúca výskumná skúsenosť

Motívy a význam

- odôvodnenie toho, prečo je naša téma hodná výskumu
 1. akademické dôvody
 2. spoločenské dôvody
 3. osobné dôvody
- značný spoločenský význam
- nedostatočne preskúmaný problém
- snaha prispieť k hlbšiemu poznaniu problematiky
- odkazy na literatúru (teoretické state, výsledky výskumov), štatistiky

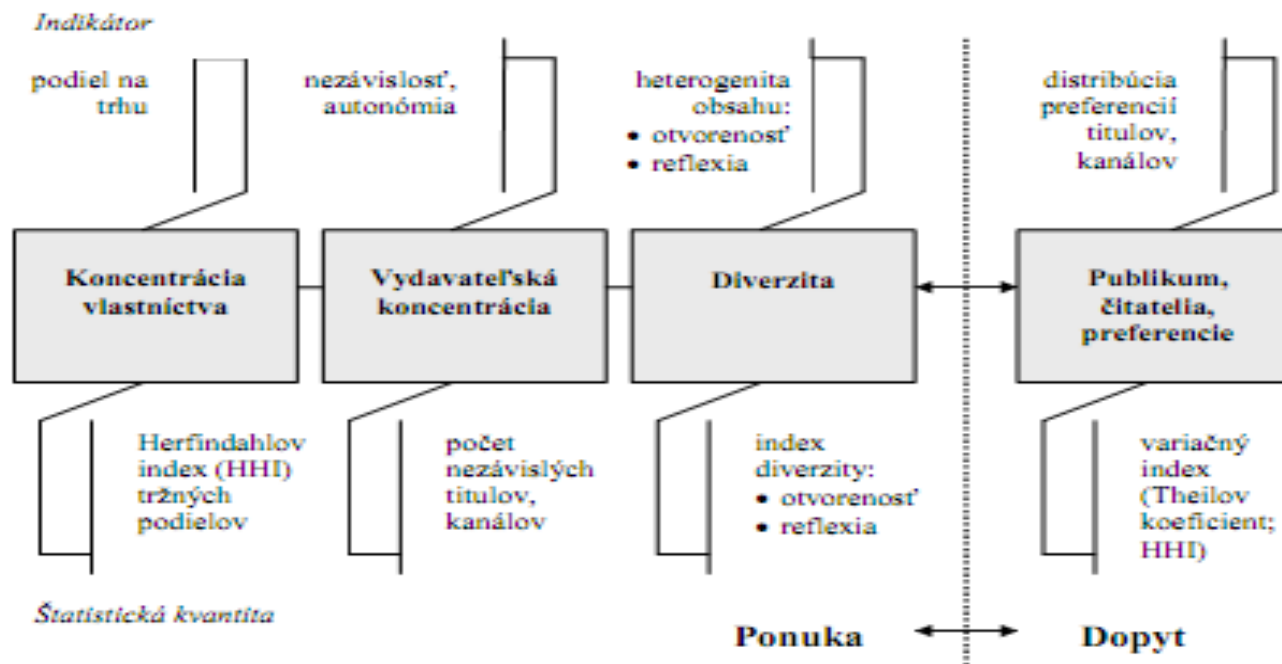
Teoretický kontext výskumu

- účel: popísať stav poznatkov, ktoré sa vzťahujú k výskumnému problému, cieľu a otázkam; preskúmanie a rešerš literatúry
 - zvýrazniť dôležitosť
 - spojiť navrhovaný výskum s existujúcimi relevantnými poznatkami
 - stanoviť rozdiel medzi doterajšími výskumami a tým naším
 - uviesť čo najviac slabín, nedostatkov, prehliadnutých oblastí
 - opísať, ako náš výskum tieto nedostatky nahradí
 - možné odpovede na naše výskumné otázky (hypotézy)
 - vyhnúť sa „objavovaniu objaveného“

Teórie, koncepty

- koncept: abstrakcia reprezentujúca nejaký objekt, jeho vlastnosť alebo fenomén
- zachytáva základné črty sociálneho sveta a definuje ich
- teória: špecifikuje vzťahy medzi konceptmi a vysvetľuje, prečo tieto vzťahy existujú

Obr. 4: Koncept mediálnej diverzity podľa holandského Komisarátu pre médiá



Ciel' výskumu

- mala by zaznieť veta „ciel'om tohto výskumu je...(popísať, objasniť, vysvetliť, preskúmať, analyzovať, pochopiť, zhodnotiť, odhaliť, zmeniť...)“
- nemiešať výskumné ciele s aktivitami, ktoré sú nevyhnutné pre samotné vykonanie výskumu
 - preskúmať
 - popísať
 - vysvetliť

Výskumné otázky

- obsahuje základné premenné (príp. koncepty), ktoré charakterizujú skúmaný problém
- od nej sa spravidla odvodzujú vedľajšie výskumné otázky, príp. hypotézy
- tri základné typy otázok
 - čo? (popis)
 - prečo? (vysvetlenie)
 - ako? (intervencia)
- vedľajšie výskumné otázky

Hypotézy

- predbežný predpoklad, domnienka o:
 - (1) existencii javu
 - (2) príčine javu
 - (3) vzťahu medzi javmi
 - (4) priebehu nejakého procesu
 - (5) zmene apod.
- má charakter výroku, tvrdenia, ktoré ešte doteraz nebolo prijaté ako všeobecne platné
- empiricky testovateľné
- nulová hypotéza: medzi dvoma premennými neexistuje vzťah
- alternatívna hypotéza: vzťah medzi premennými

Kedy nie je hypotéza testovateľná?

- keď obsahuje pojmy, ktoré sú príliš vágne, nejasné, všeobecné alebo mnohovýznamové
- keď je vnútorne protirečivá
- keď obsahuje dve a viac tvrdení
- keď je tautologická (vysvetlenie sa točí v kruhu)
- keď sa odvoláva na sily alebo idey, ktoré veda (doteraz) nepozná

Konceptualizácia

- špecifikácia toho, čo presne myslíme pod jednotlivými termínmi
- koncept = jasne vymedzená myšlienka, odvodená z konkrétneho teoretického modelu
- nebezpečenstvo „konceptuálnej anarchie“
- postup:
 1. získať čo najviac rôznych definícií konceptu
 2. identifikovať spoločné prvky a klasifikovať definície do určitých kategórií
 3. rozhodnúť sa pre určitú definíciu
 4. načrtnúť dimenzie konceptu

Operacionalizácia: od pojmu ku znaku

- proces definície konceptu (konceptov), vyjadrený popisom operácií, ktorými bude meraný
- konceptualizácia - dimenzie – indikátory
- Paul Felix Lazarsfeld: 4 etapy operacionalizačnej procedúry:
 1. intuitívna predstava o objekte či jave (= *teoretická analýza*)
 2. analytický rozklad tejto predstavy na čiastkové elementy (dimenzie) (= *konceptualizácia*)
 3. hľadanie empirických indikátorov pre každú z dimenzií
 4. zhrnutie empirických indikátorov v celok (index)

Indikátor (ukazovateľ)

- = empirická reprezentácia pojmu/konceptu
- koľko indikátorov?
- ak neexistuje ustanovený spôsob, ako merať určitý koncept, môže byť nápomocné vytvoriť indikátory pre viacero definícií a sledovať, ako sa to prejaví vo výsledkoch a interpretácii
- multidimenzionalita
- pilotáž – je možné, že časť indikátorov sa ukáže ako nepotrebná
- záverečné rozhodnutie – praktická úvaha

Úloha

- Ako by ste operacionalizovali koncept bulvarizácie? Skúste navrhnúť indikátory, prostredníctvom ktorých by ste merali a porovnávali mieru bulvarizácia MF Dnes a Blesku.

Úloha

- Skúste vo dvojiciach operacionalizovať koncept politickej orientácie (pre jednoduchosť len osu pravica – ľavica). Ako (prostredníctvom akých otázok, indikátorov) by ste ju merali v dotazníkovom prieskume?

Príklad operacionalizácie – bulvarizácia

- indikátory

1. skracovanie písaného textu (dĺžka článkov, počet slov)
2. vysoká miera vizualizácie správy (dĺžka článkov, prítomnosť fotografií, veľkosť fotografií, veľkosť titulku, pomer textu a obrazu)
3. posun k zábavnej funkcii článkov (podiel hard a soft news)
4. zmena spravodajských tém (podiel seriózných a bulvárnych tém)
5. negativita (pozitívne/negatívne vyznenie správ)
6. personalizácia (prítomnosť personalizácie)
7. premena citovaných zdrojov od expertov k vox populi (počet citácií jednotlivých typov zdrojov)
8. vysoké percento športových správ (počet/podiel športových správ)

Metóda výskumu, technika zberu dát

- Kvantitatívne, kvalitatívne, zmiešané

Metódy:

1. Prípadová štúdia
2. Survey
3. Experiment

Techniky zberu dát: dotazník, štandardizovaný rozhovor, obsahová analýza, hĺbkový rozhovor, focus group....

Rozhodnutie o výskumnom súbore

- výber ľudí/artefaktov, ktoré chceme skúmať
- definícia základného súboru
- definícia výberového súboru:
 - 1.náhodný výber
 - 2.nenáhodný výber
- konkrétna technika výberu, zdôvodnenie

Zber dát

- ak používame už overený a vyskúšaný výskumný nástroj, uvedieme jeho zdroj
- ak tvoríme nový výskumný nástroj, musíme ho najprv otestovať (pilotáž)