



- 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  | <b>Den</b>          | <b>Co?</b>                   | <b>Jak? (TV / počítač apod.)</b> | <b>Odkud? (jaký TV kanál, jaká online služba, flashka...)</b> | <b>S kým?</b> | <b>V jaké situaci?</b>                     |
| 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.***

# (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



# Analýza vizuálních sdělení, obrazová analýza

- Často pracuje s prolínáním kvantitativních a kvalitativních výzkumných postupů
- Často se doplňuje se sémiotickou analýzou
- Zkoumání videí, fotografií, ilustrací
- Menší pozornost než textu v oblasti MS – předpoklad, že např. obrázek v novinách je odrazem skutečnosti
- Koláže, úpravy, stylizace, grafy a vizuální schémata → nabírá na důležitosti – i při výběru např. fotografie do novin dochází k několikanásobné selekci, která může posouvat význam sdělení → obraz dané události a konstrukce významů
- Symbolika a využití znaků (barevnost, prostředí)



**MAPA VŠECH ZAVÍREK**  
Kterým silnicím se vyhnout? str. 44, 46

**TIPY, TRIKY A BABSKE RADY**  
str. 52, 54

**IQ TESTY, SERIÁL PRO CHYTRÉ**  
str. 58

**Už zlá a ho odhalíme!**  
Třída 67

**DNES**  
742254538

**ZLÍNSKÝ**  
Fotbalová čtveřice přepukla do hrůzovitého závěru. Evropský šampionát začíná. Hráčské síly bojují proti nešťastným osudům. Mistrovství Evropy začíná do 14 dní.

**„Hranice zavřít umíme“**



Už se všichni Evropané těší na rozhořčení po zbytečně postavených hranicích. Ať už se jedná o hranice mezi státy, nebo o hranice mezi státy a občany. V opačném případě může být tohle všechno srovnáno s hrůzami, které Evropané žijí.

Už se všichni Evropané těší na rozhořčení po zbytečně postavených hranicích. Ať už se jedná o hranice mezi státy, nebo o hranice mezi státy a občany. V opačném případě může být tohle všechno srovnáno s hrůzami, které Evropané žijí.

**Vaculíková jsem odpustila, říká paní Mašla**  
Cech se vrátil z Koreje s podezřením na MERS

**50 TIPŮ NA KNIHY NA DOVOLENOU**  
Detektivky, romantika i dětské četby. str. 10, 12

**IQ TESTY, SERIÁL PRO CHYTRÉ**  
str. 58

**Už zlá a ho odhalíme!**  
Třída 67

**DNES**  
742254538

**PLZEŇSKÝ**  
Odpočívání v přírodních lázních. Poutní místo se stalo i pro produkci filmu. Právě se začíná.

**Napětí u hranic**



Uprchlíky tady nechceme, říká obyvatelé obcí u hranic Česka s Rakouskem i Francie s Itálií.

Uprchlíky tady nechceme, říká obyvatelé obcí u hranic Česka s Rakouskem i Francie s Itálií.

**Praha oděná v růžové? Mohlo by sem přijet Giro**  
Do Řecka s eury v hotovosti

**VŠE O RŮŽÍCH**  
Podle čeho je vybírat, na jaká místa je sázet a jak o ně správně pečovat? str. 10, 12

**LIBERECKÝ**  
Slovesnický přehled. Má obzvláště úcty a pravdy. Policie obstarává úcty. Lidé se rozhodli, raději kradli.

**DNES**  
742254538

**LIBERECKÝ**  
Slovesnický přehled. Má obzvláště úcty a pravdy. Policie obstarává úcty. Lidé se rozhodli, raději kradli.

**Plán, jak zavřít hranice**



MF DNES získala podrobnosti o strategii pro případ masového příchodu utečenců do Česka.

MF DNES získala podrobnosti o strategii pro případ masového příchodu utečenců do Česka.

**Prokleté mýto: kde vzít plat 80 tisíc**  
Mynářovo „přiznání“ Jde proti Zemanovi

**KARTIČKA PRVNÍ POMOCI ZDARMA**  
Klíč, ožeh či popáleniny. Jak je správně ošetřit? str. 10, 12

**LIBERECKÝ**  
Slovesnický přehled. Má obzvláště úcty a pravdy. Policie obstarává úcty. Lidé se rozhodli, raději kradli.

**DNES**  
742254538

**LIBERECKÝ**  
Slovesnický přehled. Má obzvláště úcty a pravdy. Policie obstarává úcty. Lidé se rozhodli, raději kradli.

**Nový uprchlický tábor v Česku. Už našli místo**



Příjemci Česko nikdy nechtěl, ale teď se rozhodli, že ho přijmou. Policie obstarává úcty. Lidé se rozhodli, raději kradli.

Příjemci Česko nikdy nechtěl, ale teď se rozhodli, že ho přijmou. Policie obstarává úcty. Lidé se rozhodli, raději kradli.

**E-cigarety, byznys za 146 miliard korun**  
Analýza DNA: sedět za bombu pravý pachatel?

**V KOZI STROJUVŮCE EXPRESU PENDOLINO**  
Jak se řidi negry chytají vlak Českých železnic? str. 10, 12

**ROZHOVOR: VÍME, JAK ČELIT SUCHU**  
Čtěte na str. A14

**DNES**  
742254538

**LIBERECKÝ**  
Slovesnický přehled. Má obzvláště úcty a pravdy. Policie obstarává úcty. Lidé se rozhodli, raději kradli.

**Vzpouora uprchlíků**



Protesty uprchlíků v Bělé. Zadrželi LANR, stovky šel LIBERECKÉ NEJEDNÁNO PROTI ŠTÁLU.

Protesty uprchlíků v Bělé. Zadrželi LANR, stovky šel LIBERECKÉ NEJEDNÁNO PROTI ŠTÁLU.

**LETNÍ KUCHAŘKA**  
Valíme na chalupu – nový díl přírodního seriálu. Bramboráčka, knedlíky s houbovou omáčkou, zelňáky. str. 10, 12

**DNES**  
742254538

**LIBERECKÝ**  
Slovesnický přehled. Má obzvláště úcty a pravdy. Policie obstarává úcty. Lidé se rozhodli, raději kradli.

**Zeman: Do Česka běžence nikdo nezval**



Kanovní Cech Purzili „avon“ Česka. Mám snahu pomoci jako Matka. Lévy zveřejnila po smrti, jako Amantová, která pomohla plánu hranic s Městem.

Kanovní Cech Purzili „avon“ Česka. Mám snahu pomoci jako Matka. Lévy zveřejnila po smrti, jako Amantová, která pomohla plánu hranic s Městem.

**AUTOŠKOLA: TESTY ZDARMA**  
Nová sada otázek pro řidiče v MF DNES str. 10, 12

**ROZMARNÉ LETO 2015**  
Zapomněte na znamení podběh

**DNES**  
742254538

**MORAVSKOSLEZSKÝ**  
Slovesnický přehled. Má obzvláště úcty a pravdy. Policie obstarává úcty. Lidé se rozhodli, raději kradli.

**Soudci žádají posily kvůli přílivu uprchlíků**



Hory hlásí rekordní zisky díky větru. Případ pošta: 200 miliónů každý rok, zni v naháru.

Hory hlásí rekordní zisky díky větru. Případ pošta: 200 miliónů každý rok, zni v naháru.

**TEST PÍTÍ PRO DĚTI**  
Které nejvíce škodí? str. 10, 12

**AUTOŠKOLA ZDARMA**  
Další testy pro řidiče

**ROZHOVOR: JIŘÍ SUCHÝ**  
Jak zachránil Semafor? str. 10, 12

**DNES**  
742254538

**KARLOVSKÝ**  
Slovesnický přehled. Má obzvláště úcty a pravdy. Policie obstarává úcty. Lidé se rozhodli, raději kradli.

**„Česká policie, špatný, špatný. Jdu do Německa“**



Reportéři MF DNES na cestě za uprchlíky, které české úřady propustily ze sběrného tábora. Čína dělá burzy černým pondělím. Pozor na vodu! Nový Bor ochromila náhaza.

Reportéři MF DNES na cestě za uprchlíky, které české úřady propustily ze sběrného tábora. Čína dělá burzy černým pondělím. Pozor na vodu! Nový Bor ochromila náhaza.

**DNES**  
742254538

**DNES**  
742254538

**DNES**  
742254538

**DNES**  
742254538

- Rozbor reklamních sdělení (sémiotická analýza)
- Zájem často orientován na nějaké dění nebo skupiny obyvatel (ženy vs. muži) s ohledem na stereotypy, naraci (příběh) a obrazový rámeček
- Dříve se užívaly spíše kvantitativní postupy, v současnosti spíše kombinované (či kvalitativní, viz sémiotika)
- Řada zaběhnutých postupů k analýze technických i symbolických prvků

Např. *funkční vizuální gramatika* (Kress, van Leeuwen)

- Technické kódy: velikost zobrazení (detail-celek), úhel pohledu (přímý, podhled, nadhled), optika, osvětlení...
- Symbolické kódy: barva, zvuk, prostředí a umístění
- Role, reprezentace: interakce, role (činitel děje)...



# R. Barthes – analýza reklamy

Denotace: taška s těstovinami, potraviny, nápis

Konotace:

- název + barvy → „italskost“
- Otevřená taška → nákup, čerstvost
- Hodně produktů → komplexnost
- Střed obrazu → důležitost
- Barevnost a značka → jednota, komplexnost, italskost

Metafora rybářské sítě

Metonymie: celá italská kuchyně, těstoviny jako představitel

- 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 usměřňujících 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?

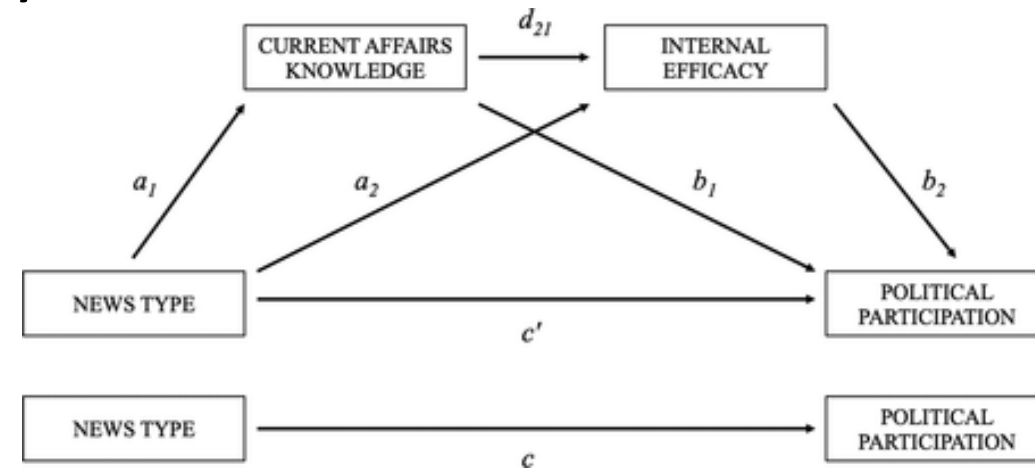
KDE – Kde se příběh odehrává

KDY – Jaká je struktura příběhu? Chybí něco?

STRUKTURA – Propojení, zastření významu

# 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





# Metoda zakotvené 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 přebírán 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

# Vždy začni detailním čtením vzorku/části svých dat

1. Hledání klíčových, esenciálních, divných, zajímavých věcí, které lidé či text říkají nebo dělají; opakování
2. Dělání poznámek, značek, zkratk
3. Odlišování toho, jak věci nazývají participant a vašimi kategoriemi

# Vždy čti a systematicky pojmenovávej a označuj tvá data

- Pojmenuj a označ klíčové, esenciální, divné nebo zajímavé věci
- Pojmenuj podobné jevy stejnými jmény
- Tyto názvy/jména/kody mohou vycházet jednoduše induktivně z hloubkového čtení tvých dat, ale mohou být také založeny na předchozích výzkumech a teoretické rešerši
- S každým novým jménem/kodem, reviduj své předchozí kroky a přemýšlej, zda jméno/kod neseďí k tomu, co jsi už vytvořil doposud. Pokud ano, použij kod. Pokud ne, vytvoř nový. Pokud částečně, reviduj obsah kodu.

# Vždycky přemýšlej, proč děláš to, co děláš

- Vytvoř si dokument s přehledem tvých kódů. Užitečné může být vytvořit si příklady kódu, jedné či dvou vět, které budou vysvětlovat, o co ve kterých případech jde a které jevy se snažíš zařadit pod tento kód a proč

# Pořád reviduj tvé kódy a kódovací postupy

- Pro každý kód si „zobraz“ všechna data, který si pod kód přiřadil. Ptej se, zda jsou data opravdu koherentní, ptej se jaké jsou klíčové vlastnosti a dimenze VŠECH dat přiřazených pod tento kód.
- Snaž se kombinovat tvoje kódy, dívej se na vazby a vztahy mezi nimi, dívej se po opakováních, výjimkách a snaž se je redukovat. Tento krok často znamená posun od deskriptivních, jednoduchých kódů k více konceptuálním, abstraktním a analytickým kategoriím
- Pokračuj v hodnocení, upravování, posunování tvých kódů a kódovacích postupů
- Vracej se k tomu, co už jsi udělal, a přejmenovávej staré kódy v souladu s novými schématy nebo nápady

Vždy se soustřed' na to, co vnímáš jako klíčové kódy/kategorie a na vztahy mezi nimi

- Přemýšlej nad tím, co podle analýzy chápeš jako centrální kategorie a a na ty se soustřed'
- Snaž se dívat po spojeních, vzorcích, vztazích, uspořádáních návaznostech.

*(Silverman 2014 – Interpreting Qualitative Data)*

# 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 ekonomie<sup>33)</sup> 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)**