

Renáta Sedláková



*Studentům, které to baví,
a díky nimž to baví mne.*

Výzkum médií

Nejužívanější metody a techniky

Renáta Sedláková



Grada Publishing

Upozornění pro čtenáře a uživatele této knihy

Všechna práva vyhrazena. Žádná část této tištěné či elektronické knihy nesmí být reprodukována a šířena v papírové, elektronické či jiné podobě bez předchozího písemného souhlasu nakladatele. Neoprávněné užití této knihy bude **trestně stíháno**.

Mgr. Renáta Sedláková, Ph.D.

VÝZKUM MÉDIÍ**Nejužívanější metody a techniky**

TIRÁŽ TIŠTĚNÉ PUBLIKACE:

Vydala Grada Publishing, a.s.
U Průhonu 22, 170 00 Praha 7
tel.: +420 234 264 401, fax: +420 234 264 400
www.grada.cz
jako svou 5751. publikaci

Recenzovali:

Mgr. Michal Bočák, PhD., pověřený vedoucí Katedry komunikačních a mediálních študií
Filosofické fakulty Prešovské univerzity v Prešově
PhDr. Helena Pavličíková, CSc., vedoucí Katedry společenských věd Pedagogické fakulty
Jihočeské univerzity v Českých Budějovicích

Odpovědná redaktorka Jana Kubínová
Jazyková korektura Jana Červená
Sazba a zlom Vojtěch Kočí
Návrh a zpracování obálky Vojtěch Kočí
Počet stran 544 + 4 strany barevné přílohy
Vydání 1., 2014

Vytiskly Tiskárny Havlíčkův Brod, a.s.

© Grada Publishing, a.s., 2014
Cover Photo © archiv autorky

ISBN 978-80-247-3568-9

ELEKTRONICKÉ PUBLIKACE:

ISBN 978-80-247-9641-3 (ve formátu PDF)
ISBN 978-80-247-9642-0 (ve formátu EPUB)

Obsah

Úvod	9
1. Na poli vědy.....	17
1.1 Základní pojmy obecné metodologie	18
1.2 Specifika výzkumu v sociálních vědách	36
Složitost sociální reality	39
2. Jak zkoumat sociální realitu.....	47
2.1 Kvantitativní versus kvalitativní přístup	47
Validita a reliabilita výzkumných šetření.....	53
2.2 Struktura vědeckovýzkumného procesu.....	56
3. Jak začít aneb Štěstí přeje připraveným.....	65
3.1 Příprava empirického výzkumu.....	65
Volba výzkumného tématu	66
Specifikace předmětu výzkumu	68
Návrh výzkumné strategie.....	74
Projekt empirického výzkumu	77
3.2 Výzkum v knihovně.....	82
4. Výzkumné jednotky: Koho/co budeme zkoumat?	85
4.1 Cílová populace, výzkumné jednotky a vzorek.....	86
4.2 Jak vybrat vzorek?	91
Náhodné a záměrné výběry	93
Rizika výběru zkoumaných jednotek.....	103
5. K čemu potřebujeme hypotézy?	111
5.1 Hypotéza a její role ve výzkumném procesu.....	112
Formulování hypotéz.....	116
Typy hypotéz: teoretické versus pracovní.....	118
5.2 Indikátor, ukazatel, znak, proměnná	122
Proměnné a jejich typy: nominální, ordinální a kardinální úroveň měření.....	129
5.3 Hledání měřitelných indikátorů – operacionalizace.....	131
Postup operacionalizace.....	134

Vliv operacionalizace na validitu a reliabilitu výzkumu	140
Operacionalizace v kvalitativním výzkumu	142
6. Základní techniky sběru dat	151
6.1. Dotazování – standardizovaný rozhovor	155
Survey (dotazníkové šetření)	157
Typy dotazníkového šetření a jejich specifika.....	159
Etika surveye: anonymita dotazníkových šetření a zabezpečení osobních dat.....	174
Dramaturgie dotazníku.....	176
– Typy otázek v dotazníku.....	180
– Umění klást otázky	183
– Formulace variant odpovědí	193
Finalizace výzkumného nástroje a předvýzkum.....	205
6.2 Kvalitativní formy dotazování	207
6.2.1 Hlubkový rozhovor.....	213
Zásady pro úspěšné vedení rozhovoru	217
Narativní rozhovor a orální historie	227
Evidence rozhovoru a příprava pro analýzu dat.....	232
6.2.2 Technika skupinových rozhovorů – focus group	236
Slabiny a silné stránky skupinových rozhovorů.....	240
Praktická realizace focus group	242
7. Pozorování a etnografické postupy sběru dat	249
7.1 Vědecké pozorování.....	250
Typy pozorování.....	251
7.2 Etnografický přístup v mediálních a kulturních studiích	258
Etnografie on-line identity a virtuálních komunit.....	265
7.3 Etnografické pozorování	269
Výhody a omezení	269
Pobyt v terénu: schopnost vidět a umění naslouchat.....	274
8. Analýza dokumentů	287
8.1 Obsahová analýza – nástroj pro zpracování velkého množství textů	291
Vymezení metody a pohled do minulosti.....	291
Limity obsahové analýzy.....	296
– Nesnáze s měřením objektivity	303
Jak postupovat	309
– Formulace zadání a výběr vzorku.....	310
– Příprava pro kódování dat.....	313
– Měření kodéřské reliability	319
Příklady realizace obsahové analýzy.....	322
8.2 Kvalitativní techniky analýzy dokumentů	328
8.2.1 Sémioticko-strukturální analýza	329
Výchozí sémiotické koncepty	331
Základní postupy sémioticko-strukturální analýzy	341
– Identifikace textu	343

– Analýza prvního stupně označování.....	346
– Analýza druhého stupně označování	357
– Technika analýzy vyprávění	369
– Analýza třetího stupně označování	376
Další nástroje pro analýzu audiovizuálních sdělení	381
Ještě trochu teorie.....	383
8.2.2 Alternativní postupy analýzy dokumentů	386
Historicko-srovnávací metoda	386
Interpretativní čtení	390
9. Kvalitativní analýza dat.....	395
Odlišná pojetí výstupů z kvalitativní analýzy dat.....	398
9.1 Zakotvená teorie	400
Postup vytváření zakotvené teorie	405
– Úskalí realizace zakotvené teorie – nikdy nic nepovažuj za samozřejmé	408
Kódování – základní nástroj zakotvené teorie	412
– Jak si poradit s kódováním.....	414
9.2 Analýza diskurzu – víc než jen analýza textu.....	426
Vymezení diskurzu a jeho vliv na podobu analýzy	431
Analýza diskurzu – možnosti, jak postupovat	438
– Inspirace podle J. P. Gee: zaměřeno na jazyk.....	439
– Inspirace podle N. Fairclougha: analýza intertextuality a interdiskurzivity	442
– Inspirace T. A. van Dijkem: analýza ideologie mediálního diskurzu rasismu.....	446
– Inspirace G. Roseovou: diskurzivní analýza obrazu a prostoru.....	455
Odlišná pojetí diskurzivní analýzy.....	461
– Konverzační analýza	461
– Členská kategorizační analýza	466
10. Před cílovou páskou: publikování závěrů výzkumu	469
Media studies methodology and research	483
Seznam vyobrazení.....	489
Seznam tabulek.....	491
Seznam příkladů.....	493
Seznam citované literatury.....	495
Použité materiály.....	522
Věcný rejstřík.....	523
Jmenný rejstřík	535

Úvod

*„Až když si uvědomíme, jak málo víme,
si můžeme začít klást ty správné otázky.“*
(Halloran 1998: 19)

Mediální studia jsou takový tavicí kotlík, ve kterém se setkávají a mísí různé sociální i humanitní obory a jsou taveny do nové postdisciplinární slitiny. Pro zastánce tradičních, staletými posvěcených vědních disciplín často příliš fluidní, ne zcela vyhraněná a obtížně vymezitelná oblast vědeckého zájmu. Navíc s ne úplně jasnými hranicemi vzhledem k jiným novým oborům, jako jsou kulturní, komunikační či queer studia, k těm starším: sociologii, politické vědě nebo antropologii, ale i k těm tradičním: historii, ekonomii či literární kritice. Ti, kteří se domnívají, že amalgamace (ani kultur, ani oborů) nemůže fungovat, jim mnohdy nemohou přijít na jméno a s trochu hanlivým příděchem je označují za „studia“ (nikoli za vědní obory), čímž chtějí naznačit, že se těm zavedeným nemohou rovnat. Navzdory tomu v posledních třiceti letech dochází ke vzniku dalších disciplín, proti kterým jsou i filmová studia nebo genderová studia již veterány. Jejich zaměření je zpravidla mnohem úžeji vymezené než u tradičních věd a soustředí se na specifické objekty zkoumání.¹ Namátkou audience

1 Tento proces ale není specifikem nových vědních oborů. Podobně se tříští např. fyzika (na biofyziku, astrofyziku, fyziku pevných látek atd.) či politická věda (na evropská studia, bezpečnostní studia, mezinárodní studia atd.), a zcela analogicky ani v rámci studia literatury již nelze být odborníkem na romantickou anglickou literaturu (natož na anglickou literaturu obecně), ale třeba jen na Charlese Dickense. Dokládají to i názvy periodik těchto nových úzce specializovaných oborů: např. *Palgrave Advances in Charles Dickens Studies*, podobně *Shakespeare Studies* atd.

studies,² production studies,³ komiksová studia, studia nových médií⁴ či kyberantropologie. Zrod těchto subdisciplín může vysvětlit nárůst počtu vědeckovýzkumných pracovníků a mnohonásobně zrychlená produkce vědění, na niž obory i badatelé reagují další specializací svého profesního zájmu. V rámci studia společnosti a kultury přicházejí zásadní změny s tím, jak se rozvíjejí informačně-komunikační technologie a proměňují se způsoby komunikace i sociálních interakcí, čímž vznikají nové oblasti pro výzkum.

Situace je o to komplikovanější, že ani samotná komunita těch, kteří se oboru věnují, jej nevymezuje shodně. Příkladem mohou být právě komunikační studia, jež se v České republice vyčlenila jako samostatný obor, ale na některých zahraničních univerzitách jsou součástí těch mediálních, nebo naopak, jinde jsou mediální studia podoborem studia komunikace, popřípadě mediální komunikace. Na jedné straně vymezení předmětu komunikačních, mediálních či kulturních studií není zcela přesné, na druhé straně se zde při studiu relativně nových jevů setkává a doplňuje řada tradičních akademických oborů. Liší se otázkami, které si kladou, východisky, z nichž čerpají, stejně jako metodami, které při zkoumání (mediální) komunikace či kultury, jejích institucí, obsahů a jejich šíření, původců i příjemců aplikují. Zdrojem dynamiky těchto rychle se rozvíjejících disciplín je právě vzájemné obohacování, jež přináší možnost aplikovat výzkumné postupy na otázky a témata, která jimi zatím nikdy nebyla řešena.⁵ Je zřejmé, že interdisciplinární přístup ke studiu mediální komunikace je nejen přínosný, ale i nezbytný pro pochopení jevů, jež se v posledních padesáti letech staly součástí každodennosti (minimálně západní) společnosti. Z určitého pohledu lze komunikaci označit za jednu z nejpodstatnějších oblastí života nejen na úrovni jedinců, ale i v rovině celospolečenské a institucionální. To vyžaduje propojit makro – i mikrorovinu zkoumání, získat přehled o fungování širších celků, sociálních i kulturních struktur a zároveň zohledňovat, jak jsou utvářeny a znovu ustavovány v každodenních interakcích konkrétních jedinců, které formují, ale současně jsou jimi zpětně tvořeny. Široké spektrum přístupů a záběru mediálních studií je někdy zvenčí

2 Označení oboru se používá v anglickém originále a nemá zavedený český název.

3 Přístup rozvíjený v rámci amerických filmových a televizních studií zaměřený na výzkum profesní komunity filmařů jako nositelů specifické subkultury.

4 Gauntlett (2011) mluví o mediálních studiích 2.0.

5 Kupříkladu lze analyzovat televizní seriál jako etnografický materiál získaný výzkumníkem v terénu a zkoumat postavy seriálu jako příslušníky specifické komunity? Dočtete se v kapitole 7.

považováno za znak krize legitimacy a identity a pro nezainteresované kritiky může být důkazem nevyhraněnosti a nekoherence oboru, ale ti, kteří se na tomto poli pohybují, považují právě teoretický i metodologický pluralismus a diverzitu oboru za jeho výhodu.

Pro ustavení nového akademického oboru jsou důležité tři oblasti, jež tvoří jeho nosné pilíře. Především je to postupné budování teoretického korpusu z poznatků vyvozených z empirických výzkumů. K tomu je nezbytná specifická oborová metodologie a příslušné oborové periodikum, v němž jsou výzkumné závěry publikovány⁶ a šířeny širší akademické obci. V neposlední řadě jde o akreditaci oboru pro studium na magisterském stupni vysoké školy. Všechny tyto podmínky mediální, kulturní i komunikační studia splňují, a to i v České republice. Mediální studia zde lze studovat minimálně na čtyřech univerzitách (FSV UK, FSS MU, FF UP a MUP),⁷ kde také nalezneme jejich katedry a kde je realizován výzkum v této oblasti. Aktuálně vycházejí i dvě odborná oborová recenzovaná periodika: *Mediální studia* (vydáváná Fakultou sociálních věd Univerzity Karlovy) a revue *Kultura–Média–Komunikace* (vydáváné Centrem kulturních, mediálních a komunikačních studií při Univerzitě Palackého); výzkum v této oblasti je však realizován i jinde, například v rámci Centra pro mediální studia FSV UK nebo Institutu výzkumu dětí, mládeže a rodiny na FSS MU.

Tato monografie chce přispět ke konstituci oboru mediálních studií především v rovině oborové metodologie. Pro její koncepci je proto důležitý pohled zpět, na to, co současnou podobu mediálních studií formovalo. Lze vysledovat různé kořeny zakotvené do několika oborů. Tím klíčovým je (nejen) podle mého názoru sociologie, přesněji sociologie masových médií, dříve teorie masové komunikace, a proto i v této knize je sociologizující linie nejvýraznější. A to nejen po stránce teoretické, ale především metodologické, neboť jedním z definičních znaků vědy je oborová metodologie a postupy, kterými svůj předmět zájmu zkoumá.⁸ Ze sociologické metodologie přitom čerpali nejen výzkumníci zájímající se o fungování médií, masovou komunikaci nebo výzkum veřejného mí-

6 Jako když v roce 1895 É. Durkheim založil první katedru sociologie a o tři roky později začal vydávat *L'Année Sociologique* nebo ve stejném roce A. Small *American Journal of Sociology* (který mimochodem sloužil jako důležitá platforma pro diskusi o fungování médií na počátku 20. století).

7 Kulturní a komunikační studia v tomto směru zaostávají a lze je zatím studovat pouze na Filozofické fakultě UP v Olomouci.

8 Srov. Petrusek (2008).

nění, ale i další tradiční vědní obory, jako jsou politologie, antropologie, sociolingvistika či pedagogika, nebo novější odvětví studia, například marketing, teorie spotřební kultury nebo studia kyberkultury apod.⁹

Pro rozvoj mediálních studií byly neméně důležité impulzy filozofické, především kritické teorie, psychologické, lingvistické či literárněvědní, politologické, antropologické, etnografické, feministického hnutí i další. Habermas (1972) uvádí tři tradice vědění, jejichž podíl lze vysledovat i na konstituci mediálních studií. Jsou jimi: (1) empiricko-sociální věda, (2) interpretativní přístupy a (3) kritické teorie. Pro první z nich je charakteristická inspirace přírodními vědami a jejich metodami poznávání, s důrazem na pozorování, experiment, kvantifikaci a statistické analýzy. Naopak interpretativní přístupy zdůrazňují odlišnost světa lidského (sociálního) a přírody a v návaznosti na to nutnost porozumění zkoumanému z hlediska samotných aktérů, jejichž jednání je intencionální a vedené tím, jak sami událostem a okolnímu světu rozumějí. Proto je zde dominantní výzkumnou metodologií etnografie a další kvalitativní postupy zkoumání. Třetí, kritická tradice spojuje více neomarxistických proudů (např. teorii Frankfurtské školy, feministické přístupy, ale i britská kulturní studia apod.), jež se snaží odhalovat ideologické pozadí fungování současných společností a upozorňovat na různé typy maskovaných nerovností. Její specifikum není ani tak v používaných metodách zkoumání, ty zahrnují obě předchozí varianty, ale spíše v úhlu nahlížení témat, optice kladených otázek a cílech výzkumu. Řadu otázek týkajících se komunikace a médií je přitom vhodné řešit kombinací více výzkumných technik a teorií, kterými získaná data uchopíme a interpretujeme (ale není to názor všech).

Na různých akademických pracovištích a různými vědci je daný obor vždy rozvíjen specificky, s různým zaměřením a s důrazem na odlišné tematické okruhy studia. Jsem si vědoma, že v mém podání mediálních studií je přítomna výrazná inspirace sociologií. Pro její ospravedlnění shledávám hlavně dva důvody. Především právě na tomto poli již téměř před sto lety vznikaly první akademické výzkumy masových médií, které byly vedeny kvantitativní novopozitivistickou metodologií. V roce 1941 založil jeden ze stěžejních průkopníků oboru Paul F. Lazarsfeld *Bureau of Applied Social Research*, ve kterém za pomoci sociologických metod

9 Uvedené metodologické údaje mají širší obor platnosti a použitelnost představených metod zkoumání se nevztahuje pouze na výzkum médií či komunikace, proto kniha může být přínosná pro příznivce všech těchto vědních oborů, stejně jako pro ty, jež zajímá fungování médií v době pozdní modernity.

zkoumal účinky médií. Lazarsfeld je dnes považován nejen za toho, kdo rozpracoval postupy výzkumu veřejného mínění, navrhl řadu stále používaných metod výběru vzorků i vedení výzkumu, ale i za zakladatele sociologie masových médií, na kterou mediální studia navazují.¹⁰ A za druhé, řada témat, která tvoří klíčové okruhy zájmu mediálních studií, je inherentně sociologická. Namátkou jmenuji témata, jako jsou moc, nerovnost, ideologie, instituce, profesionalizace, gender, sociální interakce, jazyk, každodennost a další. Zároveň se domnívám, že není možné adekvátně porozumět a vysvětlovat fungování médií v současné společnosti, aniž bychom zároveň neměli důkladné povědomí o ní samotné. Osobně za nejzajímavější část mediálních i kulturních studií považuji právě jejich průnik v oblasti výzkumu publika a recepce mediálních sdělení a dále tematiku reprezentace a mediální konstrukce reality. Také to se patrně odráží v obsahu tohoto titulu, rozhodně to však neznamená, že by se omezoval na výzkum publika nebo mediálních obsahů a uvedené výzkumné postupy nebyly aplikovatelné na další témata, okruhy, problémy a otázky.

Kniha, kterou otevíráte, poskytuje vhled do speciální metodologie mediálních, ale částečně i kulturních a komunikačních studií. Seznamuje s termíny, metodami a výzkumnými nástroji, s nimiž pracuje nejen výzkum mediální komunikace, ale také studium jevů (populární) kultury a používají se jak při zkoumání mediálních obsahů, tak jejich recepce, i ve výzkumu mediálních organizací a médií jako instituce. Důležité termíny z metodologie oboru jsou vždy v případě prvního použití nebo tam, kde následuje jejich podrobnější výklad, uvedeny tučně. V některých případech, především pokud to není zcela triviální, uvádím v závorce i jejich anglické znění. Jestliže se při čtení textu setkáte s konceptem, jenž vám není zcela známý a jeho vysvětlení je obsahem publikace, najdete u něj poznámku pod čarou, která odkazuje na kapitolu, v níž je vysvětlen.

Tento text by měl pomoci zorientovat se na poli sociálněvědního výzkumu v oblasti studia médií či kultury, poradit, jak takový výzkum navrhnout, připravit i zrealizovat nebo jak posuzovat výzkumy druhých a jejich výsledky. Obecně však platí, že pro osvojení si zde prezentovaných dovedností je klíčový nácvik těchto postupů,¹¹ nejen teoretická znalost. Ta vám ale pomůže vyhnout se při empirické práci zásadním chybám.

10 Srov. Petrusek (2008), Jeřábek (1997).

11 Zároveň se lze hodně naučit i kritickým hodnocením výzkumného úsilí ostatních.

Publikace se snaží obsáhnout nejčastěji aplikované postupy sběru a analýzy dat využívané při studiu médií a kultury (v antropologickém slova smyslu) a ilustrovat je na příkladech. Prostor věnovaný jednotlivým výzkumným metodám není zcela vyvážený a některým přístupům se dostalo větší pozornosti než jiným. Částečně to vyplývá ze složitosti prezentovaných konceptů, které se především v případě kvalitativních postupů ukázaly být obtížně popsatelné bez uvedení alespoň jejich základního teoretického zakotvení.¹² Pro realizaci vlastního empirického výzkumu však bude vhodné, když uvedené informace doplníte studiem dalších titulů, zaměřených přímo na zvolené výzkumné techniky. Proto na mnoha místech najdete odkazy na vhodné rozšiřující nebo specificky zaměřené publikace. Uvedeny jsou především české zdroje a tituly dostupné v knihovnách sociálněvědních či filozofických fakult v České republice.

Domnívám se, že pro kvalitní vědeckou práci v daných oborech je nezbytné ovládat jak kvantitativní, tak kvalitativní postupy sběru a analýzy dat. Přesto výklad analytické práce s kvantitativními daty, jejich statistické zpracování a aplikace popisné i inferenční statistiky zůstaly zcela stranou. Je tomu tak především proto, že se jedná o obsáhlou součást empirické práce, kterou nelze přijatelně zjednodušit do jedné kapitoly, ačkoli u analýzy kvalitativní jsem se o to pokusila. Proto vás v případě potřeby zvládnutí kvantitativní analýzy dat odkáži na samostatné tituly věnované statistice a práci s příslušnými softwary pro statistickou analýzu dat (např. SPSS, Statistika). Podobně se nebudu věnovat ani softwarům usnadňujícím analytickou práci s kvalitativními daty (např. Atlasem, Nudistem).

Na závěr připojím ještě několik poznámek k formální podobě textu. V některých větách používám více výrazů, oddělených pouze lomítkem; jedná se o případy, v nichž jsem se nedokázala rozhodnout, který z nich použít, protože oba mají v daném místě své opodstatnění a vyjadřují určitý aspekt popisovaného problému. Označení „výzkum“, „výzkumné šetření“ nebo jen „šetření“ v knize užívám jako synonyma a různá pojmenování volím pouze ze stylistických, nikoli významových důvodů. Když mluvím o objektu výzkumu, neuvádím systematicky, že jím mohou být jevy i procesy, podobně pod označením výzkumné jednotky se mohou skrývat jak jedinci, tak skupiny nebo mediální texty či organizace apod.

12 Jsem si vědoma, že v některých případech je uvedený teoretický background jednotlivých postupů značně zjednodušený a někdy nedostatečný. Proto na těchto místech alespoň uvádím odkazy na další literaturu.

V případě, že píšete o praktické realizaci sběru dat, používám v zásadě antropologickou terminologii, která mluví o pobytu výzkumníka v „terénu“ mezi „domorodci“, i když se dnes většinou odehrává v rámci západní společnosti. Pokud není uvedeno jinak, citace zahraniční literatury, která nevyšla česky, jsou uvedeny v mém překladu.

V neposlední řadě bych měla vysvětlit, proč se v knize střídají přísudky v první i ve druhé osobě jednotného i množného čísla. Pokud vypovídám o vlastních názorech či postojích k problematice, píšete v první osobě jednotného čísla. Je-li text v čísle množném, pak pomyslným *my* označuji i čtenáře, které se tak snažím vtáhnout do popisovaného výzkumného procesu; a když používám druhou osobu množného čísla, pak se obracím přímo na ně. Současně bych měla ospravedlnit, proč systematicky nepoužívám mužský i ženský rod, pokud mluvím o výzkumnících nebo čtenářích či respondentech. Není to výraz genderové nekorektnosti, důvodem je zjednodušení a plynulost textu, kterou uvádění obou forem narušuje.

Na závěr bych chtěla poděkovat všem, kteří mne podporují v mé práci i při psaní této knihy; dále pak těm, kteří přispěli ke koncipování jejího obsahu a poskytli mi zpětnou vazbu a nedocenitelné podněty pro její zlepšení, kolegům, studentům i recenzentům.

Děkuji a přeji všem podnětné čtení.

autorka

