

Číslo predmetu: **KMASK/bd121/10; KMASK/bd124/10**
Názov predmetu: **Teória a prax mediálneho výskumu I.**
Skratka predmetu:
Fakulta: **Fakulta masmediálnej komunikácie UCM**
Ročník, študijný program: **III. ročník, masmediálna komunikácia**
Semester: **zimný**
Rozsah výučby, kredity: **2/1, 3 kredity;**
Zodpovedný učiteľ (garant) predmetu:
Mgr. Norbert Vrabec, PhD.
Ďalší učitelia predmetu:
PhDr. Jozef Tinka

Kľúčové slová: mediálny výskum, metodológia vedy, výskumný proces, metódy výskumu, mediálne systémy, mediálne organizácie, výskum obsahu médií, mediálnych systémov, výskum publika, recipienta, účinkov a pôsobenia masmédií, interdisciplinárne metodologické teoretické a sociologické základy mediálnych výskumov, metódy a techniky masmediálnych výskumov.

Anotácia predmetu: Cieľom predmetu je poskytnúť systémový základ študijného odboru a vedných disciplín masmediálnych štúdií, metajazyka vedných disciplín integrovaných v axiologických a metodologických základoch mediálnych štúdií, teórie a praxe mediálneho výskumu ako odborov a smerov masmediálnych štúdií.

Syllabus predmetu:

Téma č. 1: Úvod do metodológie vedy

Definovanie pojmov veda, výskum, vedecká teória, spoločensko-vedný výskum. Teoretická a empirická rovina poznania. Empirický výskum v sociálnych vedách. Výskumné procedúry. Účel výskumných procedúr. Štatistická, monografická, experimentálna, historická, typologická výskumná procedúra. Výskum a prieskum.

Téma č. 2: Výskumný proces

Výskum a objektívna realita. Znaky vedeckej práce. Hlavné ciele výskumu, účel výskumu. Popis exploračného, popisného a explanačného výskumu. Druhy sociálnych výskumov. Charakteristika základného a aplikovaného výskumu. Etika vo výskumnej práci. Reliabilita a validita výskumu.

Téma č. 3: Fázy výskumného procesu

Charakteristika základných fáz výskumného procesu. Tvorba plánu výskumu. Voľba výskumnej témy. Práca s informačnými zdrojmi. Hypotézy. Predvýskum, sondáž, pilotáž. Charakteristika a výber premenných. Výskumná vzorka. Zber a analýza dát. Výskumná správa a prezentácia výskumu.

Téma č. 4: Mediálny výskum

Základné druhy mediálneho výskumu. Význam pre médiá a reklamný priemysel. Charakteristika na základe zvolenej paradigmy. Rôzne prístupy k skúmaniu médií. Akademický a komerčný výskum. Analýza rámca fungovania mediálnej komunikácie. Analýza účastníkov mediálnej komunikácie. Analýza mediálnych produktov. Analýza mediálnych komunikačných kanálov a technológií prenosu.

Téma č. 5: Interdisciplinárny prístup k skúmaniu médií

Podiel sociológie, psychológie, ekonómie, politológie, právnej vedy, lingvistiky, histórie a ďalších vedných disciplín na výskume masovej komunikácie.

Téma č. 6: Kvantitatívne stratégie vo výskume médií

Teoretické východiská kvantitatívneho výskumu. Metodológia kvantitatívneho výskumu. Experimentálny a neexperimentálny výskum. Reprezentatívne výskumy: Výber vzorky (náhodný a kvóťový výber), realizácia. Posudzovacie škály. Spracovanie a interpretácia získaných dát.

Téma č. 7: Využitie štatistických metód a nástrojov vo výskume médií

Prehľad najpoužívanejších štatistických metód pre spracovanie a analýzu dát. Programy na štatistickú analýzu dát. Výber premenných, deskriptívne a induktívne štatistické metódy. Výber najvhodnejších štatistických nástrojov a metód používaných pri výskume médií.

Téma č. 8: Metódy mediálneho výskumu - Anketa a rozhovor.

Výhody a nevýhody ankety. Výhody a nevýhody štandardizovaných rozhovorov. Typy otázok. Konštruovanie otázok a dotazníkov.

Téma č. 9: Metódy mediálneho výskumu – Pozorovanie.

Pozorovanie ako vedecký nástroj, jeho prednosti a nedostatky. Neštruktúrované a štruktúrované pozorovanie. Získavanie dát a spôsoby ich spracovania.

Téma č. 10: Analýza dokumentov a mediálnych obsahov

Analýza dokumentov a štatistických údajov. Analýza mediálnych obsahov. Základné teoretické východiská a prístupy k analýze mediálnych obsahov. Kódovacia kniha.

Téma č. 11: Metódy kvalitatívneho výskumu médií

Teoretické východiská kvalitatívneho výskumu. Metodológia kvalitatívneho výskumu. Prípadová štúdia. Etnografický výskum. Zakotvená teória. Fenomenologické skúmanie. Biografický výskum. Analýza dokumentov. Historický výskum. Akčný výskum. Kritický výskum.

Téma č. 12: Kombinácia kvantitatívnych a kvalitatívnych stratégií vo výskume médií

Charakteristika, význam a základné parametre zmiešaného výskumu. Konvergencia a divergencia výsledkov. Sekvenčné a paralelné fázové modely. Simultánne a sekvenčné kombinovanie. Integrácia zmiešaných výskumných modelov. Práca s informačnými zdrojmi v mediálnom výskume.

Nadväznosť:

Teória a dejiny masovej komunikácie, Teória masmédií, Sociológia a psychológia médií, Teória a prax marketingového výskumu, Psychológia a sociológia trhu, Psychológia reklamy.

Podmienky pre absolvovanie predmetu:

Študent musí preukázať zvládnutie problematiky predmetu z prednášok a seminárov, orientovať sa v predpísanej povinnej literatúre, schopnosť samostatne pracovať s domácou i zahraničnou literatúrou odporúčanou vyučujúcim. Študent musí preukázať praktické zvládnutie výskumných metód a techník v rámci praktických aktivít na seminároch.

Podmienkou absolvovania predmetu v zimnom semestri je:

- úspešné absolvovanie skúšky vo forme vypracovania a prezentácie **semestrálnej práce**, ktorá bude vypracovaná podľa pokynov vyučujúceho a v termínoch ním určených.

- odovzdanie predpísaných **seminárnych prác**, ktoré budú vypracované podľa pokynov vyučujúceho a v termínoch ním určených.

Semestrálne práce sa hodnotia v rozsahu A–Fx. Ak je študent hodnotený Fx, pre úspešné ukončenie predmetu musí semestrálnu prácu prepracovať podľa pokynov vyučujúceho a opätovne odovzdať na hodnotenie.

Seminárne práce sa hodnotia bodovým hodnotením v rozsahu 1 – 5 bodov. Podmienkou úspešného absolvovania predmetu je odovzdanie všetkých seminárnych prác vypracovaných podľa pokynov vyučujúceho. Odovzdané seminárne práce sa na výsledkom hodnotení predmetu podieľajú váhou 50 %. Študent je povinný odovzdať seminárnu prácu aj v prípade, že počas seminára mal absenciu.

DOCHÁDZKA

Počas semestra sú povolené **maximálne tri absencie**. Ak študent vie, že tento počet prekročí, musí sa s vyučujúcim vopred dohodnúť na individuálnom študijnom pláne.

Individuálny študijný plán: V prípade individuálneho plánu je nutná **minimálne 50% účasť** na seminároch (Pozri Študijný poriadok UCM, § 11). Ak študent vymešká viac ako polovicu seminárov, nemôže tento predmet ukončiť. Poslucháč s individuálnym študijným plánom musí okrem povinnej semestrálnej a seminárnych prác odovzdať na konci semestra aj **dodatočnú seminárnu prácu**. Tému a rozsah dodatočnej seminárnej práce si študent na začiatku semestra dohodne s vyučujúcim.

Literatúra k predmetu:

Povinná literatúra:

1. **TRAMPOTA, T. – VOJTĚCHOVSKÁ, M.:** Metody výzkumu médií. Praha : Portál, 2010. 296 s. ISBN 978-80-7367-683-4.
2. **BENČO, J. :** Metodológia vedeckého výskumu. Bratislava : IRIS, 2001.194 s. ISBN 80-89018-27-0.
3. **ONDREJKOVIČ, P. :** Úvod do metodológie spoločenskovedného výskumu. Bratislava : Veda, 2007. 245 s. ISBN 978-80-224-0970-4.
4. **JUSZCZYK, S.:** Metodológia empirického výskumu v spoločenských vedách. Bratislava : IRIS, 2006. 138 s. ISBN 80-89018-13-0.
5. **McQUAIL, D.:** Úvod do teórie masové komunikace. Praha. Portál 2009. 639 s. ISBN 978-80-7367-574-5.

Odporúčaná literatúra:

1. **VRABEC, N. :** Paradigmatické prístupy a nové trendy vo výskume mediálnej gramotnosti. Trnava: Fakulta masmediálnej komunikácie UCM v Trnave, 2013. 224 s. ISBN: 978-80-8105-507-2.
2. **MYTTON, G.:** Príručka výskumu rozhlasového a televízneho publika. Bratislava: Formát, 2007. 230 s. ISBN 978 - 80 - 89005 - 20 – 8.
3. **SCHULTZ, W. et al.** Analýza obsahu mediálnych sdelení. Praha : Karolinum, 2004, 152 s. ISBN 80-246-0827-8.
4. **HENDL, J.** Kvalitatívny výzkum. Praha: Portál, 2009. ISBN: 788-7367-485-4.
5. **KUNCZIK, M.:** Základy masové komunikace. Univerzita Karlova, vyd. Karolinum, Praha 1995. 307 s. ISBN 80-7184-134-X.
6. **DEFLEUR, M.L.:** Teorie masové komunikace. UK, vyd. Karolinum, Praha 1996. 363 s. ISBN 80-7184-09-8.
7. **BERGER, A.** Media research techniques. London: Sage Publications , 1998. 175 s. ISBN 978-07-6191-537-9.

8. **PRIEST, S.** Doing Media Research: An Introduction. London: Sage Publications , 2009. 272 s. ISBN:978-1412-96097-7.
9. **HOLINA, V.:** Zmeny mediálneho prostredia (sociologický aspekt), Bratislava, NCMK 1998.
10. **ŠRÁMEK, L.:** Výskum verejnej mienky – politika – médiá. Bratislava: MIC, 2000.
11. **DARMO, J.:** Z dejín vedy a výskumu žurnalistiky. NŠÚ, Bratislava 1991. 303 s.
12. **BREČKA, S.:** Teoreticko-metodologické východiská výskumu účinkov masovej komunikácie. Perspektívy z retrospektívy. In: Otázky žurnalistiky, 34, 1991, č. 2, s. 12 – 17.
13. **BREČKA, S.:** Sociologický výskum žurnalistiky a masovej komunikácie na Slovensku. Bratislava: NŠÚ, 1988.
14. **BREČKA, S.:** Médiá v Slovenskej republike. Trnava: UCM, 2002.