

Informačný list predmetu

Akademický rok 2024/2025

Vysoká škola	Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave
Fakulta	FMK UCM
Kód predmetu	KMASK/23meKOMU903/23
Názov predmetu	techniky mediálneho výskumu
Počet kreditov	5

Obsahová prerekvizita

Ide o predmet štátnej skúšky. Študent/ka splní požiadavky na účasť na štátnej skúške, ak úspešne absolvuje všetky povinné a povinne voliteľné predmety (resp. výberové predmety) podľa študijného plánu a v jednotlivých rokoch štúdia získa príslušný počet kreditov.

Podmienky na absolvovanie predmetu

Štátna skúška prebieha v ústnej forme, prezenčne alebo virtuálne (v súlade s aktuálnou pandemickou situáciou). Predmet štátnej skúšky je hodnotený na základe kolektívneho rozhodnutia komisie pre vykonanie štátnej skúšky na štátnych skúškach.

Záverečná hodnotiacia stupnica (v percentách):

100 – 92 =A; 91 - 83 =B; 82 – 74 =C; 73 – 65 =D; 64 - 56 =E; 55 a menej = FX.

Výsledky vzdelávania

Poslucháčky a poslucháči po absolvovaní predmetu získajú tieto vedomosti, schopnosti, zručnosti, kompetencie:

- # vedia definovať vedecké poznanie a jeho zásady, ovládajú štruktúru vedy,
- # majú prehľad o rozdieloch medzi vedeckým, nevedeckým a mimovedeckým poznaním a vedia ich aplikovať na jednotlivé procesy poznávania,
- # ovládajú zásady aktívneho a efektívneho čítania vedeckej literatúry,
- # poznajú zásady štylizácie vedeckého textu a dokážu ich uplatňovať v praxi,
- # vedia vysvetliť rozdiely medzi subjektom, objektom a cieľom vedeckého výskumu, ako aj medzi významom pojmov teória, empiria a prax,
- # ovládajú praktické využitie jednotlivých logických myšlienkových postupov a kriticky vnímajú ich rozdielne charakteristiky,
- # majú povedomie o interdisciplinárnej podstate mediálnych a komunikačných štúdií,
- # majú prehľad o uplatnení a význame jednotlivých typov publikácií realizovaných v rámci vedeckej literatúry,
- # vedia vymedziť rozdiely medzi kvalitatívnymi a kvantitatívnymi výskumnými technikami a špecifikovať ich silné a slabé stránky,
- # ovládajú spôsoby realizácie všetkých fáz výskumného procesu v oblasti mediálnych a komunikačných štúdií, vedia rozčleniť fázy výskumného procesu a riadiť sa nimi,
- # dokážu vymedziť základné druhy mediálneho výskumu a rozdiely medzi nimi,
- # ovládajú stratégie kreovania reprezentatívnych výskumov, rozumejú ich uplatneniu v praxi a vedia selektovať reprezentatívne výskumné vzorky,
- # dokážu vysvetliť špecifiká, silné a slabé stránky jednotlivých výskumných techník a ich praktické

uplatnenie, najmä čo sa týka experimentu, pozorovania, dotazníka, štandardizovaného rozhovoru, hĺbkového rozhovoru, focus group, kvantitatívnej obsahovej analýzy, semiotickej analýzy, diskurzívnej analýzy, naratívnej analýzy, historicko-porovnávacej analýzy, hermeneutickej analýzy, obrazovej analýzy a metódy zakotvenej teórie,

dokážu samostatne a kompetentne analyzovať, spracovať a interpretovať dáta vyplývajúce z realizácie kvalitatívnych alebo kvantitatívnych výskumov,

ovládajú zásady etického narábania s informačnými zdrojmi v rámci vedeckej činnosti a všeobecné zásady prezentácie výsledkov vedeckého výskumu.

Stručná osnova predmetu

1. Definícia vedy, znaky vedeckej práce, vedecká metóda, vedecký jazyk, štruktúra vedy.
2. Predvedecké, mimovedecké a vedecké poznanie v kontexte mediálneho výskumu.
3. Zásady aktívneho a efektívneho čítania vedeckej literatúry.
4. Vyjadrovanie vo vedeckom texte a štylizácia jednotlivých pasáží. Autorský plurál, neosobné vetné konštrukty a problém tzv. odbornického vyjadrovania.
5. Subjekt, objekt a cieľ vedeckého výskumu. Teória, empiria a prax.
6. Logické myšlienkové postupy, ich význam a uplatnenie v rámci teoretického a empirického skúmania.
7. Mediálne a komunikačné štúdiá – charakteristika odboru z hľadiska interdisciplinárnych prístupov a výskumných metód jednotlivých vied, metodológia, validita, reliabilita.
8. Prehľad základných typov vedeckých publikácií a spôsobov ich praktického uplatnenia.
9. Kvalitatívne a kvantitatívne výskumné techniky. Komparácia kvalitatívnych a kvantitatívnych výskumných techník. Kvalitatívne a kvantitatívne výskumné nástroje a základné možnosti ich uplatnenia.
10. Výskumný proces – fázy výskumného procesu, projekt výskumu, voľba výskumnej témy, výskumné otázky a hypotézy, predvýskum, sondáž, pilotáž.
11. Mediálny výskum – význam pre médiá a reklamný priemysel, základné druhy mediálneho výskumu, výskum inštitúcií, výskum obsahov, výskum publika a výskum mediálnych účinkov.
12. Reprezentatívne výskumy – rôzne typy výberu výskumnej vzorky alebo výskumného materiálu a ich realizácia, reprezentatívnosť výberu.
13. Experiment – spôsob aplikácie výskumnej techniky v praxi.
14. Pozorovanie – spôsob aplikácie výskumnej techniky v praxi.
15. Dotazník – spôsob aplikácie výskumnej techniky v praxi.
16. Štandardizovaný rozhovor – spôsob aplikácie výskumnej techniky v praxi.
17. Hĺbkový rozhovor – spôsob aplikácie výskumnej techniky v praxi.
18. Focus group – spôsob aplikácie výskumnej techniky v praxi.
19. Kvantitatívna obsahová analýza – spôsob aplikácie výskumnej techniky v praxi.
20. Semiotická analýza – spôsob aplikácie výskumnej techniky v praxi.
21. Naratívna analýza – spôsob aplikácie výskumnej techniky v praxi.
22. Diskurzívna analýza – spôsob aplikácie výskumnej techniky v praxi.
23. Historicko-porovnávacia analýza – spôsob aplikácie výskumnej techniky v praxi.
24. Hermeneutická analýza – spôsob aplikácie výskumnej techniky v praxi.
25. Metóda zakotvenej teórie – spôsob aplikácie výskumnej techniky v praxi.
26. Obrazová analýza – spôsob aplikácie výskumnej techniky v praxi.
27. Analýza, spracovanie a interpretácia dát z kvalitatívneho výskumu.
28. Analýza, spracovanie a interpretácia dát z kvantitatívneho výskumu.
29. Zásady etického narábania s informačnými zdrojmi v kontexte vedeckej práce. Citovanie, parafrázovanie, preberanie kategoriálneho aparátu.
30. Všeobecné zásady prezentácie výsledkov vedeckého výskumu v rámci vedeckej komunity.

Odporúčaná literatúra

- Berger, A. A. (1998). Media Research Techniques. London: SAGE Publications.
- Burton, G., & Jiráček, J. (2001). Úvod do studia médií. Brno: Barrister & Principal.
- Ferjenčík, J. (2010). Úvod do metodologie psychologického výskumu. Prague: Portál.
- Gavora, P. (2006). Sprievodca metodológiou kvalitatívneho výskumu. Bratislava: Regent.
- Gavora, P., et al. (2010). Elektronická učebnica pedagogického výskumu. Bratislava: UK.
- Katuščák, D., et al. (2005). Akademická příručka. Martin: Osveta.
- Ondrejko, P. (2017). Kapitoly z metodologie výskumu v sociálních vedách. Levice: Client Service.
- Poláková, E. (Ed.). (2011). Teoretické východiská masmediálnej komunikácie. Trnava: FMK UCM.
- Radošinská, J. (2019). Propedeutika (mas)mediálnych štúdií. Trnava: FMK UCM.
- Radošinská, J., et al. (2019). Empirické aspekty filmov o superhrdinách. Trnava: FMK UCM.
- Sedláková, R. (2014). Výzkum médií. Nejužívanější metody a techniky. Prague: Grada.
- Schulz, W., et al. (2004). Analýzy obsahu mediálních sdělení. Prague: Karolinum.
- Šanderová, J. (2007). Jak číst a psát odborný text ve společenských vědách. Prague: SLON.
- Trampota, T., & Vojtěchová, M. (2010). Metody výskumu médií. Prague: Portál.
- Rabušic, L., Soukup, P., & Mareš, P. (2019). Statistická analýza sociálněvědních dat (prostřednictvím SPSS). Brno: Masarykova Univerzita.
- Wimmer, R. D., & Dominick, J. R. (2011). Mass Media Research: An Introduction (9th ed.). Boston: Wadsworth, Cengage Learning.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu

slovenský