

Výzkum médii

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, Ph.D., pověřený vedoucí Katedry komunikačních a mediálních štúdií
Filosofické fakulty Prešovské univerzity v Prešově
PhDr. Helena Pavličiková, 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 interdiskurzivní	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 vymežitelná 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 nevyomezuje 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* (vydávaná Fakultou sociálních věd Univerzity Karlovy) a revue *Kultura–Média–Komunikace* (vydávané 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 zájímaví 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. Petrušek (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 vysvětlit fungování médií v současné společnosti, aniž bychom zároveň neměli důkladné povědomí o ní samotné. Osobně za nejzajímavější část mediálních i kulturních studií považují 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. Petrussek (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, píši 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

Na poli vědy

1.

„Hra vědy je v principu bez konce.“
(Popper 1997: 34)

Tato kniha představuje základní výzkumné postupy využívané mediálními, kulturními a komunikačními studii. Specifickou metodologií těchto vědních oborů je nezbytné ukotvit do širšího rámce obecné metodologie vědy, která se ustavovala minimálně poslední dvě století.¹³ Bez ohledu na to, zda se jedná o vědy humanitní, sociální či přírodní, obecná pravidla se vztahují na všechny. Proto je tato vstupní kapitola věnována náčrtu základních konceptů platných napříč vědními obory. Jedná se opravdu jen o nahlédnutí na pole obecné metodologie, protože staletí se vyvíjející filozofické úvahy nelze smysluplně redukovat do části jedné kapitoly. Nejedná se proto o ucelený výklad, ale spíše o nástin těch nejdůležitějších konceptů, se kterými budeme pracovat v dalších částech textu. Jejich znalost je však nezbytná pro jakoukoli vědeckou práci, její rozvažování i kritickou reflexi. Protože i české odborné publikace zahrnují řadu obsáhlých pojednání o těchto základních konceptech, bude zde uvedené vymezení příliš zjednodušené. Proto pro hlubší osvětlení gnozeologických¹⁴ otázek a seznámení se s nejcitovanějšími autory, kteří se jim věnovali, odkáží na další odbornou literaturu z této oblasti – například Fajkus (2005), Popper (1997, 1998), Fay (2002).

13 To neznamená, že bychom se s vědou a filozofickými názory na možnost poznání nesetkali hlouběji v minulosti.

14 Gnozeologie či epistemologie neboli teorie poznání se soustředí především na otázky poznatelnosti světa, způsoby získávání poznatků o něm a úlohu smyslů a rozumu v tomto poznání atd. Srov. např. Blecha (1995).

1.1 Základní pojmy obecné metodologie

Věda je jedním ze způsobů poznávání světa. Je příkladem sociální instituce a poznat, jak funguje, znamená seznámit se se způsoby, jak se dělá.¹⁵ Ačkoli to někteří vědci neradi slyší, můžeme vedle ní postavit například zdravý rozum, náboženství, umění nebo filozofii, které se také snaží zachytit a interpretovat okolní svět. V západní evropské tradici se v 18. století v průběhu osvícenství, jež přineslo důraz na rozum, racionalitu a vzdělanost, věda prosadila jako dominantní způsob výkladu světa. Základy novodobého evropského myšlení, včetně vědy, byly položeny v renesanci.¹⁶ Vědecké poznání bylo rozpoznáno jako hodnota, která přispívá k rozšiřování moci člověka nad okolním prostředím a vede ke zlepšování životních podmínek. Klíčovým akcelerátorem byl rozvoj přírodních věd (zásluhou Newtona, Darwina a dalších) během průmyslové a vědeckotechnické revoluce, metod vědeckého bádání a následně i informačních technologií. Kořeny vědy jako tzv. scientia, jež byla odnoží filozofie, však sahají do antiky, již tehdy byla prostředkem poznávání základních principů fungování světa a odhalování pravd. Věda měla plnit (idealistickou) funkci: zdokonalení lidského života, přinášení praktických řešení a přispívání k rozvoji lidské společnosti.

Vědu můžeme chápat jako sociální systém orientovaný na generování vědění.¹⁷ Statické pojetí ji považuje za ucelený soubor poznatků o dílčích fenoménech světa, ve kterém žijeme. Vědu ale lze charakterizovat i jako nepřetržitý dlouhodobý systematický proces, usilující o vytvoření tohoto souboru poznatků, snahu popsat a objasnit vlastnosti jevů a vztahy mezi nimi. Toto pojetí zdůrazňuje činnost – to, co vědci dělají – a je označováno jako dynamické. Na vědu lze ale také nahlížet jako na systém komunikace mezi badateli, který vyžaduje společně sdílená pravidla,

15 Jeden z nejznámějších českých sociologů Jan Keller vymezuje instituci jako „způsob, jak se co dělá“ (1995: 56) a připojuje, že: „Poznat cizí kulturu znamená zjistit, jak fungují její instituce,“ (tamtéž). S vědou je tomu analogicky.

16 Zasloužili se o to především malíř a vědec Leonardo da Vinci, astronom a matematik Mikuláš Koperník, lékař a alchymista Paracelsus, anatom Andreas Vesalius či astronom a fyzik, (později) zastávající experimentální metody označované také za otce vědy Galileo Galilei a další. Jejich práce a myšlenky pomohly vymanit vědu z područí teologie, neboť středověký model vědy byl teocentrický.

17 Srov. Petrusek, Vodáková (1996).

terminologii i shodu na tom, co je považováno v daném odvětví a historickém období za vědu.¹⁸

Cílem vědy je tvorba vědění, formulace obecných zákonů¹⁹ a teorií, které pomohou orientaci ve světě a předvídání dalšího vývoje²⁰ (usuzovat ze známého na neznámé). Vědecké poznání má zkoumané jevy a procesy: (1) popisovat (deskripce) a klasifikovat; (2) vysvětlit²¹ (explanace) a usilovat o jejich porozumění; (3) pomáhat k jejich předpovědi (predikce) a případně k řízení společnosti na základě vědeckých poznatků.

Vědci pracují na zjišťování poznatků a formulování zákonů, jež budou mít širší či obecnou platnost. Základním způsobem, jak zajistit důvěryhodnost svých zjištění, je dodržovat metodologická pravidla daného oboru, která specifikují, jak mají být jednotlivé výzkumné kroky provedeny a jak lze podpořit, testovat či ověřit jejich správnost. Dále vědci usilují o správnost a pravdivost svého poznání. Není jednoduché specifikovat, co to přesně znamená, protože na obsahu kategorie pravdy se mnozí neshodnou.²² Na druhé straně přístupy, které pravdu relativizují, zároveň relativizují i samotné vědecké poznání. Stoupenci exaktních věd jsou přesvědčeni, že svět, v němž žijeme, je poznatelný a že (alespoň část) dosavadního vědění o něm je správná, přínosná a stvrzená intersubjektivním souhlasem vědecké komunity. Ačkoli se vědci k poznání pravdy pouze blíží, jedná se o obecný imperativ, kterému podřizují své postupy

18 Srov. Fajkus (2005), Hendl (2005), Kuhn (1997).

19 Za vědecký zákon je považováno tvrzení, jež má zpravidla podobu statisticky pravděpodobnostního výroku o existenci určitého jevu, jeho relativně stálém chování nebo o opakujícím se vztahu mezi jevy za určitých podmínek platnosti.

20 Abychom mohli predikovat, musíme vědět, jak spolu jednotlivé jevy souvisejí, proto se věda nesoustředí na samostatná fakta, ale usiluje o jejich poznání v zákonitých souvislostech s jinými fakty.

21 Vysvětlení mají obecnější povahu a vztahují se nejen na přímo pozorované jevy, ale odhalují jejich příčiny a vzájemné souvislosti.

22 Dominantními směry, které se v historii prosadily, byly objektivismus a korespondenční teorie pravdy, podle níž je pravdivost poznání dána shodou mezi objektivní, na lidské mysli nezávisle existující realitou, o které vypovídá, a daným poznáním. To je spojené s naivním realismem a přesvědčením, že zkoumaný svět existuje nezávisle na svých aktérech a pomocí rozumu lze odhalit a poznat jeho zákonitosti. V polovině 20. století Karl R. Popper ukázal, že jakkoli mohou být vědecké teorie v souladu s empiricky pozorovaným, jejich pravdivost to negarantuje. Falibilismus, směr, který rozpracoval, tvrdí, že o žádném poznání nemůžeme s naprostou jistotou říci, že je pravdivé. Je pouze více či méně pravděpodobné (viz níže). Také postmoderní směry druhé poloviny 20. století jistotu poznání zpochybňují a relativizují. Podle nich univerzální pravda neexistuje, nýbrž je sociálně a historicky podmíněná. Dochází k přesunu od realistického pojetí pravdy ke konstruktivnímu, vyžadujícímu shodu ohledně pravdivosti, popřípadě k pragmatické teorii pravdy, která upřednostňuje to, co je užitečné pro praktická rozhodnutí a použitelné v praxi. Podrobněji např. Fay (2002).

zkoumání, protože usilují o to, aby jejich zjištění byla intersubjektivně stvrzena ostatními.

Naopak běžní aktéři používají pro řešení všedních problémů svůj zdravý, nebo chcete-li selský, rozum.²³ V jejich případě ale není výjimkou, když přijímají i zdánlivě správná vysvětlení, která jsou v souladu s jejich představami o fungování světa. Tak mohou jako příčinu a následek spojit i zcela nesouvisející jevy a akceptují i transcendentální vysvětlení odvolávající se na nadpozemské entity nebo vysvětlení posvěcená tradicí dané kultury či komunity. Věda se však soustřeďuje na jevy, které mohou být pozorovány či měřeny a výroky o souvislostech mezi nimi lze empiricky ověřit.

Vědci při zkoumání užívají vědecké metody, postupují systematicky podle předem stanovených a vědeckou komunitou dohodnutých pravidel.²⁴ K základním metodologickým pravidlům práce ve vědě, jak je shrnuje například Kerlinger (1972), patří:

- ▶ pracovat s vymezenými termíny;
- ▶ specifikovat a dodržovat metodické postupy, aby výzkum mohl být zopakován;
- ▶ empiricky testovat hypotetická tvrzení;
- ▶ při výzkumu kontrolovat možné intervenující faktory;
- ▶ neužívat nahodilých důkazů a vyvarovat se transcendentních vysvětlení, která nemohou být testována.

Své hypotézy a z nich složené teorie vědci testují a snaží se přitom nepřehlížet jevy, které jim neodpovídají, ve prospěch korespondujících důkazů. Jsou si vědomi obecně lidské tendence nacházet spíše potvrzující případy a naopak chtějí ty nesouhlasné při své práci eliminovat. Proto je důležitou součástí jejich práce kontrola provedeného postupu a vědecká otevřenost. To znamená, že svá zjištění i aplikované výzkumné postupy podrobují posouzení vědecké komunity a případné kritice. Na základě uvedených metodiky je každou vědeckou práci možné znovu zopakovat.

23 Jako zdravý rozum (*common sense*) je v sociologii označován způsob uvažování běžných aktérů. Bauman (1996: 13) jej popisuje jako: „bohaté, i když neuspořádané, nesystematické a často neartikulované a nevyslovitelné vědění, jehož využíváme ke zvládnání každodenních záležitostí našeho života“.

24 Americký pragmatik, filozof Charles Sanders Peirce charakterizoval čtyři obecné způsoby poznání: (1) metodu tradice, v níž je přesvědčení stvrzeno dlouhodobou zvyklostí; (2) metodu autority, která je záštitou platnosti tvrzení (význačné osobnosti nebo posvátného textu); (3) metodu a priori, jež vyžaduje soulad s intuicí (to se rozumí samo sebou), nikoli na základě zkušenosti a (4) metodu vědy, která poměřuje tvrzení na jedincích nezávislými obecnými kritérii, a tak umožní dospět všem ke stejnému konečnému závěru, protože charakter věcí je zcela nezávislý na tom, co si o nich myslí lidé (Buchler 1955).

A takovým způsobem provedená srovnávací studie by měla přinést srovnatelná data.²⁵ Proto jsou používány standardizované výzkumné metody, které výzkumníkovi při práci stanoví určité mantinely, a jeho postup tak může být revidován dalšími členy vědecké komunity. V dialogu vědců o jednotlivých výsledcích zkoumání a alternativních teoriích je pak ustavována shoda o poznaném. Tento způsob práce ve vědě je označován jako kritická intersubjektivita, která nahradila dřívější požadavek objektivity poznání (viz níže).

Na druhé straně je potřeba podotknout, že samotné postupování podle stanovené metody nezaručuje získání nových poznatků.

Jednotlivé vědní obory vymezuje jednak (1) předmětový zájem – předmět zkoumání, (2) metody zkoumání a empirický výzkum a jednak (3) výsledný soubor poznatků formulovaných do teorií.

Ad 1. Za **předmět** či objekt²⁶ zkoumání považujeme tu část reality, na kterou se soustřeďuje výzkumné snažení vědců daného oboru. Především v sociálních a humanitních vědách (ale i v těch přírodních) se předměty zkoumání jednotlivých vědních odvětví často překrývají a liší se spíše optika, jíž na ně vědci daného oboru nahlízejí, a otázky, které si kladou. Podobně metody i teorie jsou často různými obory sdílené.

Ad 2. Empirie v základním slova smyslu odkazuje k poznání získanému pozorováním (či zkušeností). Ve vědeckém kontextu odkazuje k výzkumu, jež své poznatky odvozuje z dat²⁷ získaných v procesu pozorování.²⁸ Vědecký výzkum lze charakterizovat jako logicky uspořádaný, kontrolovaný, empirický a kritický proces zkoumání přirozených jevů a předpokládaných vztahů mezi nimi.²⁹ Smyslem výzkumu je vysvětlení jevů prostřednictvím teorií. V tomto systematickém procesu jsou postupně eliminována alternativní vysvětlení a formulována obecná

25 Zpravidla se uvádí, že by měla přinést srovnatelné výsledky. Data však lze v závislosti na zvoleném přístupu výzkumníka a jeho teoretickém zakotvení interpretovat odlišně, což je zvláště v sociálních vědách poměrně obvyklé. Závěry jednotlivých výzkumníků proto mohou být odlišné a budou v diskusi vědecké komunity soupeřit o to, kterému se dostane většího souhlasu.

26 Ačkoli jsou někdy rozlišovány, většinou se oba pojmy používají jako synonyma.

27 Někdy se jako synonymum termínu „data“ používá označení „fakta“ nebo „údaje“, nejedná se ale o termíny.

28 Na obecně metodologické rovině se označení pozorování někdy používá v širším významu a neodkazuje pouze k záměrnému sledování jevu, ale obecně k různým způsobům realizace empirické práce, tedy spíše jako synonymum ke zkoumání.

29 Srov. Kerlinger (1972).

teorie. Výsledkem procesu poznávání je soubor vědeckých poznatků. Cílem empirického výzkumu je prověřovat správnost z teorie odvozených hypotéz a poskytovat data pro generování teorií nových. Testovat teorie a odpovídat na vědecké otázky lze pouze na základě empiricky získaných dat, v opačném případě se jedná o spekulativní postupy.

Zpravidla rozlišujeme dva typy výzkumů: **základní** a **aplikovaný**. První se soustředí na řešení zásadních teoretických problémů daného vědního oboru a rozšíření jeho poznatkové báze. Jeho výsledkem jsou nové teorie a obohacení oboru. Druhý se používá při řešení praktických problémů. Využívá dříve dosažené poznatky pro zodpovězení konkrétních otázek běžných aktérů. Jeho cílem bývá navrhnout odpovídající opatření pro zlepšení daného stavu nebo výchozích podmínek. Přechod mezi základním a aplikovaným výzkumem však není ostrý a často se prolíná. Pro úplnost bych měla dodat, že práce na poli vědy se nevyčerpává empirickým výzkumem, ale její integrální součástí je i teoreticko-analytická linie, která vychází z předchozích poznatků oboru a spočívá v myšlenkové práci s nimi (a nezahrnuje vlastní empirické šetření).

Základem realizace empirického výzkumu jsou vědecké metody zkoumání, formalizovaná pravidla vymezující postup při empirické práci. V překladu z latinského originálu metoda znamená cesta za něčím. Metoda je poměrně přesně stanovený postup plánované činnosti (návod jednání)³⁰ směřující k určitému cíli, kterým je získání nových poznatků.³¹ Označení metody je obecným názvem pro různé postupy zkoumání. Jako **vědecké metody**³² jsou označovány závazné, formalizované, plánované systematické postupy využívané v procesu vědeckého poznávání.³³

30 Někdy se uvádí, že se jedná o algoritmus, což není zcela přesné. Použití algoritmu garantuje dosažení cíle, ale spolehlivý návod zaručující získání nových poznatků zatím neexistuje.

31 Tato pravidla vznikla postupně zobecněním zkušeností přechodících generací vědců a odráží postupy, které se ve výzkumu osvědčily. Jejich respektováním se vědci do značné míry chrání před chybami, jimž při vědecké práci čelí.

32 Zpravidla je za prvního, kdo formuloval zásady vědecké metody, označován francouzský filozof, představitel racionalismu a matematik René Descartes (1992), mluví o nich ale již Aristoteles. Descartes byl přesvědčen o možnosti poznání absolutně platných nepochybných pravd pomocí rozumu. Při dodržení zákonů logiky je podle něj pomocí analytického postupu (rozkladu problému na dílčí jednoduché problémy) a všeobecného pochybování možné rozumově dospět k odhalení nepochybných pravd tvořících základ poznání. Tento přístup je označován jako karteziánské pojetí racionality, které za zdroj poznání označuje racionální rozum. To je v kontrastu s názorem empiristů, pro něž je klíčovou smyslová zkušenost. Patřili k nim např. Francis Bacon nebo John Locke.

33 To nevyklučuje využití štěstí, náhody či intuice vědce, ale spoléhat se na ně nedá.

Vědecké metody³⁴ si kladou nárok nejen na systematickост, ale také na přesnost, kontrolovatelnost, ověřitelnost a opakovatelnost. Pokud to splňují, jsou metody i jimi získané výsledky považovány za objektivní. Objektivita ale ještě negarantuje správnost poznání; vyjadřuje hlavně to, že bylo vyvozeno z empirických dat, nikoli na základě představ výzkumníka. Tvrzení, která není možné empiricky přezkoumat, jsou z vědeckého hlediska považována za nevěrohodná. Častěji než termín objektivní³⁵ ale dnes v sociálních vědách používáme označení **intersubjektivní**,³⁶ což znamená přijaté a sdílené členy vědecké komunity a současně otevřené kritickému přezkoumávání (viz výše).

Vědní disciplína, která se soustřeďuje na studium metod, se nazývá metodologie – nauka o metodách či teorie metod. Obecná metodologie vědy se soustřeďuje na ontologické a gnozeologické otázky: Co, případně jaká, je skutečnost? a Jak je možné ji poznat? (pokud vůbec).³⁷ Metodologie vědy³⁸ zkoumá metodická východiska vědy, její povahu a principy fungování. Kriticky posuzuje použitelnost jednotlivých metod zkoumání, srovnává výsledky, jež přinášejí, a stanovuje kritéria, která je třeba dodržovat při jejich aplikaci. Naproti tomu **metodika** je popis konkrétního výzkumného postupu (tzv. designu výzkumu) a metod zkoumání, jež byly použity při realizaci určitého výzkumného šetření.³⁹

Mezi vědecké jsou standardně řazeny (1) metody obecně teoretické: analýza, syntéza, klasifikace, analogie, komparace, abstrakce, generalizace, indukce, dedukce, a (2) **metody empirické**: pozorování a experiment,

34 Proto se někdy mluví o metodách poznávacích, od kterých se odlišují metody tvůrčí, jež staví na kreativitu a prosazují se v umění (Vodáková, Petrušek 1996). Ovšem i práce ve vědě vyžaduje tvořivost.

35 Jedná se o podobný problém jako s vymezením pravdivosti. Aktuální metodologie sociálních věd nepřijímá objektivistický ideál hodnotově nestranné objektivity, ale ani falibilistický relativismus, který mluví pouze o objektivitě metod zkoumání, nikoli poznatků, a přiklání se k chápání objektivity jako kritické intersubjektivitě (viz výše). V tomto smyslu objektivita neznamená pravdivost ani není zárukou shody vědecké komunity (vědci mohou postupovat objektivně a dospět k odlišným závěrům/interpretacím svých zjištění) (Fay 2002).

36 Intersubjektivita je základním konceptem fenomenologie a klíčovou vlastností žitého světa. Odkazuje k jevům, které nejsou vázány pouze na jeden subjekt, ale naopak jsou sdílené širším kolektivem, více subjekty (Vodáková, Petrušek 1996).

37 Věda se při zkoumání reality řídí dvěma druhy pravidel: zásadami teorie poznání (epistemologickými/gnozeologickými) a metodologickými postupy, které specifikují, jakým způsobem poznávat (Babbie 1986).

38 Velmi blízko k ní má filozofie vědy, jež se soustředí na analýzu jazyka vědy, pojmovou strukturu věd nebo zkoumá výstavbu a vlastnosti vědeckých teorií.

39 V řadě prací je pro specifikaci užitých metod zkoumání nesprávně použito označení metodologie, ačkoli jen naprosté minimum z nich opravdu řeší metodologické otázky daného oboru.

včetně měření.⁴⁰ Ty jsou považovány za **metody obecně vědní**, neboť se mohou uplatnit ve všech vědních odvětvích, ale každé z nich se využívá v různé míře. Vedle těchto odlišujeme **metody speciální** (např. statistická, biografická apod.), které jsou specifické pro různé vědní obory. Proto mluvíme o speciální metodologii nebo také **metodologii oborové**, která je svázána s výzkumnými postupy vybraného vědního oboru.⁴¹ Použité metody sběru dat ovlivňují jejich povahu. Každá metoda je vhodná pro získávání jiného typu údajů. Často se uvádí, že metody jsou ateoretické nástroje (nejsou vázány na konkrétní teoretickou tradici) a mohou být použity v rámci různých přístupů. Platí to ale jen do určité míry. Některé metody zkoumání, jako například analýza funkcionální, fenomenologická či sémiotická, jsou naopak úzce svázány s určitou teorií, která specifikuje jejich postup použití a současně je výkladovým rámcem pro získaná data.

Na poli empirie často mluvíme také o výzkumných **technikách**. Různí autoři používají oba termíny (metody i techniky) v různých kontextech, zpravidla techniku vymezují jako užší či specifičtější případ vztahující se k praktické realizaci ve výzkumu, ale není výjimkou, když jsou užívány i jako synonyma.⁴² V této knize se jejich význam snažím odlišovat a metody považuji za obecnější označení než techniky. Pokud mluvím o „technikách“ výzkumu, jedná se o aplikaci zvoleného typu určité metody v konkrétním výzkumném šetření. Techniky jsou zpravidla vázané na určitou teoretickou optiku nahlížení na zkoumaný jev nebo jsou spojeny s konkrétní teoreticko-výzkumnou tradicí oboru. V jednom výzkumném šetření může být použito více technik a může se jednat jak o různé techniky sběru dat, tak o postupy jejich analýzy. Můžete se setkat i s odlišením, které uvažuje o technikách jako o nástrojích získávání – sběru dat⁴³ – a metody považuje za postupy jejich zpracování – analýzy dat – vedoucí ke generování poznatků. Ani jedno z uvedených pojetí však není v českém kontextu ustálené a používané jednotně.

Vraťme se krátce k výše uvedeným obecně vědním metodám, začneme těmi teoretickými, jejichž užití je rozšířené napříč vědními obory a sahá

40 Ochrana (2009) tyto metody označuje jako explanační a vedle nich přiřazuje ještě metody interpretační: narativní (vyprávění) a hermeneutické (porozumění textu).

41 Náplní práce speciálního metodologa je zkoumání různých výzkumných postupů, srovnávání jejich výsledků a posuzování přínosu pro daný obor, popřípadě stanovení kritérií správnosti jejich použití.

42 Někteří autoři rozlišují ještě metody v obecném (širším) a v užším slova smyslu, např. Pelikán (2007).

43 Tomuto rozdělení neodpovídá například označení pro techniku zakotvené teorie, která je postupem analýzy dat, nikoli jejich sběru (viz kapitola 9.1).

hluboko do historie. Při **analýze** se výzkumník soustředí na detaily jevu. Základem analýzy je rozklad celku složitější skutečnosti na jednodušší části. Základní rovinou analýzy je klasifikace jednotlivých částí celku a jejich rozčlenění do kategorií podle společně sdílených (nebo naopak rozdílných) znaků. Následně je zkoumána struktura celku a vztahy mezi jeho jednotlivými prvky. Dochází tak k rozpracování zkoumaného problému, rozlišení podstatného a nepodstatného, k hlubšímu proniknutí do jeho podstaty a odhalení obecného. Podstatou analýzy je rozčlenit vyšší celek na jednotlivé prvky, prozkoumat jejich vzájemné vztahy, odhalit a objasnit vztahy příčinné souvislosti.

Syntéza je opačným procesem, neboť funguje na spojování dvou nebo více prvků do jednoho celku. Dospívá k závěrům na základě shrnutí dílčích poznatků a jejich zobecňováním. Pomocí syntézy poznáváme vnitřní strukturu celku, odhalujeme vztahy jednotlivých prvků a jejich funkce v rámci celku, případně „skládáme“ části tak, abychom dosáhli specifického chování či vlastností celku. Syntéza obvykle navazuje na předchozí analýzy zkoumaných jevů a oba procesy se vzájemně doplňují a tvoří kompaktní výzkumný nástroj.

Základem **komparace** je hledání společných či shodných nebo naopak rozdílných vlastností zkoumaných jevů. Na rozdíl od prostého srovnání, které může mít charakter pouhého popisu více jevů/objektů, komparace má přísnější pravidla. Především musí být určen její objekt a cíl a dále předem stanovena kritéria komparace zkoumaných objektů. Tato metoda je využívána nejen ve statistice, ale také v politologii při studiu politických systémů jednotlivých států a stojí v základu historicko-srovnávací metody.⁴⁴

Mezi obecné vědecké metody bývá dále řazena **metoda historická**, založená na zkoumání jevu v širších historických souvislostech, a **metoda analogie**, při které výzkumník na základě známých podobností mezi dvěma nebo více jevy usuzuje na jejich podobnost i v dalších (zatím neznámých) aspektech. Závěry formulované na základě analogie ale mají jen pravděpodobnostní charakter. Analogie se často odehrává pouze na úrovni myšlenkové úvahy výzkumníka, který může využívat také postup **abstrakce** (odhlížení) a **zobecnění** (generalizace).⁴⁵ Při abstrakci odhlížíme od určitých vlastností jevu ve prospěch těch, které se ukáží jako klíčové, ve snaze odhalit a vysvětlit podstatu jevu. Jejím opakem je

44 Podrobněji viz kapitola 8.2 zaměřená na kvalitativní analýzu dokumentů.

45 Pro jednotlivé pojmy používám to označení, které je v českém sociálněvědním diskurzu standardně zažité.

konkretizace. Abstrakce je logický myšlenkový proces, jenž umožňuje zobecnování. Při zobecnování postupujeme od konkrétního, jedinečného, k obecnějšímu právě tím, že rezignujeme na specifické odlišné detaily, které považujeme za nepodstatné, a zdůrazňujeme vlastnosti, jež jsou společné širší skupině (kategorií) jevů, kterou můžeme označit obecným pojmenováním. Zkoumané jevy pak můžeme rozdělovat – kategorizovat – podle toho, zda do této obecné skupiny patří či ne. Třídění jevů do jednotlivých kategorií je označováno jako **klasifikace**.⁴⁶ Jednotlivé kategorie přitom musejí splňovat některé základní požadavky: (1) postihovat zásadní vlastnosti jevu; (2) opírat se o jednoznačné kritérium, podle něhož je možné jev zhodnotit; (3) nepřekrývat se a (4) navzájem se vylučovat (jev nemůže být zároveň zařazen do více kategorií).⁴⁷

Indukce a dedukce⁴⁸ jsou dva základní postupy práce s daty a vyvozování závěrů z empirické práce. Induktivní metoda si při pozorování vybraných empirických jevů všímá jejich pravidelností (vzorců), ty zobecňuje a popisuje v nových obecnějších hypotetických tvrzeních. Postupuje tedy od jednotlivého k obecnému, od konkrétního k abstraktnímu. Deduktivní postup je opačný, vychází z obecných tvrzení a vztahuje je na konkrétní případy. Z hlediska empirického je testováním, do jaké míry jsou data v souladu s výchozí, předem formulovanou teorií.

Indukce je pravděpodobně historicky starším nástrojem vědy než dedukce, neboť kopíruje postupy zdravého rozumu. Zjednodušeně: poznání získávám zobecnováním těch empirických dat, která se často opakují; odborněji: vědecké hypotézy formuluji na základě zobecnění observačních faktů. Indukci znali již v antice, později⁴⁹ s ní pracovali především někteří pozitivisté, hlavně John Stuart Mill. Její omezení naopak zdůraznil filozof s rakouskými kořeny Karl Raimund Popper (viz níže). Slabina indukce spočívá v nemožnosti prokázat kauzální souvislost, ale i v logické nedokazatelnosti předpokladu, na kterém staví. Z pozorované

46 Označení kategorizace a klasifikace se zpravidla používají jako synonyma.

47 Srov. Buriánek (1993).

48 Ch. S. Peirce zavedl ještě metodu abdukce (retrodukce), při které výzkumník formuluje obecná hypotetická vysvětlení pozorovaných jevů, aniž by si byl jistý, že jsou správná. Abdukce je zpětný proces usuzování na příčiny jevu, když známe jeho výsledky, a logickými implikacemi se snažíme odvodit nejhodnější vysvětlení pro pozorovaná fakta. Minulá zkušenost přitom dává badateli důvěru, že předpovědi induktivně z ní odvozené budou platné i do budoucna. Abdukce je provizorním přijetím hypotézy o výsledcích chování jevů, které mohou být následně potvrzeny experimentálně.

49 Často je v tomto kontextu uváděn Francise Bacon (1774), který ale indukci chápal odlišně, než je tomu dnes.

pravidelnosti výskytu určitého případu neplatí, že při pozorování dalších tomu bude stejně. Proto pravdivost pozorování jednoho případu neznamená důkaz platnosti obecného zákona. Induktivně vyvozený závěr je ale tím silnější, čím více rozmanitých případů jsme do pozorování zahrnuli. Protože induktivní zobecňování je vždy neúplné, nevede ke spolehlivým závěrům a neumožňuje predikce platné i v budoucnosti.

Deduktivní postup je opačný a postupuje od obecného ke zvláštnímu; vyvozuje závěry o specifických jevech z obecných teorií. Jejich správnost je zde tedy funkcí pravdivosti výchozích teorií a formálně logicky bezchybného usuzování; jsou-li pravdivé výchozí premisy, je pravdivý i závěr. Dedukce se často opírá o předchozí indukci a ta je naopak ověřována dedukcí, tak se v procesu vědy oba postupy neustále kombinují a ve svých závěrech doplňují.

Empirické metody jsou spjaté s empirickou rovinou práce ve vědě (viz výše), nejčastěji založené na pozorování a měření. **Pozorováním** rozumíme výběrové zaměřené smyslové vnímání, jímž získáváme data potřebná pro naplnění stanovených výzkumných cílů. Před jeho realizací je nezbytné vymezit předmět pozorování a následně dodržovat navržený postup zkoumání. Podrobněji v kapitole 7.

Termín **měření** je převzat z přírodních věd. Situaci měření popisuje Řehák takto: „Pozorovatel měří vlastnosti objektu tak, že mu přiřazuje hodnoty měřicí stupnice (škály) pomocí měřicího přístroje a měřících postupů v určitém prostředí. Měřicí stupnicí se obvykle rozumí číselná stupnice; je to předem daný jednoznačný systém, jehož hodnoty jednoznačně odpovídají úrovním měřené vlastnosti.“ (1971: 638) Pouze v minimu případů, s nimiž v sociálních vědách pracujeme, mají číselné symboly, jež objektům připisujeme, opravdu číselnou hodnotu, mnohem častěji se jedná pouze o číselné kódy (viz kapitola 5). Na rozdíl od přírodních věd také zpravidla nedisponujeme kalibrovanými měřicími nástroji ani standardizovanými stupnicemi, měření často nelze opakovat a odehrává se v prostředí, které nelze standardizovat. Navíc je obtížné eliminovat vliv subjektu pozorovatele na průběh měření. Pokud mluvíme v sociálních vědách o měření, jde o „proces přiřazování prvků jedné množiny, jimiž mohou být vlastnosti výzkumných jednotek, charakteristiky sociálních procesů apod., prvkům jiné množiny, jimiž mohou být čísla a číslice. Zpravidla půjde o zastupující indikátory (ukazatele), jejichž prostřednictvím vlastnosti zkoumaných jednotek, sociálních procesů apod. měříme“ (Loučková 2010: 196). Zjednodušeně řečeno, za měření považujeme vytvořený vztah mezi sledovaným znakem a vyjádřením míry jeho zkoumané vlastnosti. Podle toho, jak přesně chceme tuto vlastnost

postihnout, takové volíme měřítko – obor hodnot znaku – a jednotlivé hodnoty, kterých může nabývat. V terénu pak zjišťujeme konkrétní hodnoty znaků u všech výzkumných jednotek a každé z nich přiřadíme právě jednu hodnotu měřicí stupnice. Od měření odlišujeme ještě čítání – kterým zjišťujeme a vyjadřujeme počet prvků s danou vlastností.⁵⁰

Experimentální metoda je klasickou (po pozorování pravděpodobně nejstarší) metodou vědeckého zkoumání a v principu v sobě zahrnuje obě předchozí. Podstatou experimentu je studium řízené situace v kontrolovaných podmínkách, kdy badatel kontroluje nebo ovlivňuje jednu či více nezávislých proměnných a sleduje změny proměnné závislé.⁵¹ Právě experimentální schéma umožňuje sledovat vliv nezávisle proměnné na závislou, což dovoluje prokázat kauzalitu vztahů.⁵² Pokud experiment probíhá v laboratorních podmínkách, je nazýván umělý, ale existují i experimenty označované jako přirozené, při kterých je kontrola podmínek malá a situace se odehrává v přirozeném prostředí. Výhodou aplikace laboratorního experimentu je možnost ovlivňovat dobu a čas jeho konání i další okolnosti jeho průběhu a také možnost jej opakovat a ovlivňovat faktor, jehož působení zkoumáme. Nejenže experiment umožňuje sledovat změny ve zkoumané proměnné, dovo-

50 Podrobněji viz Řehák (1971).

51 Podrobněji viz kapitola 5.

52 V metodologické rovině je podstatný rozdíl v tom, zda mluvíme o souvislosti jevů, statistické závislosti nebo o kauzalitě. Ve všech případech chceme vyjádřit vztah mezi zkoumanými jevy. Jestliže spolu dva jevy souvisejí, neříká nám to nic víc, než že je mezi nimi nějaký vztah. Pokud ale mluvíme o statistické závislosti jevů neboli jejich příčinné souvislosti, pak můžeme určit její směr a specifikovat, který z jevů ovlivňuje a který je ovlivňován (můžeme určit příčinu a následek, závislou a nezávislou proměnnou). Kauzalita je speciálním případem statistické závislosti. Abychom mohli vztah dvou jevů označit za kauzální, musí u obou proměnných zároveň docházet ke změnám v odpovídajícím časovém pořadí a při jejich zkoumání musí být vyloučeny vlivy všech dalších jevů, které by do vztahu nezávislé a závislé proměnné mohly intervenovat. Jinak by se mohlo jednat o tzv. nepravou souvislost. Prokázat kauzalitu proto není snadné a v sociálních vědách, vzhledem ke složitosti zkoumané sociální reality, obzvláště (viz níže). Pokud pracujeme s jednorázovým, průřezovým šetřením, nemáme data potřebná k doložení časové souslednosti změn zkoumaných jevů a nejsou splněny všechny podmínky pro dokázání kauzality. Sílu vztahu mezi jevy (respektive jejich proměnnými) měříme pomocí statistických koeficientů (asociace, souvislosti a korelace). Koeficienty se liší v závislosti na tom, s jakým typem dat pracujeme (viz kapitola 5). Vztahy mezi proměnnými mohou být z hlediska jejich matematického vyjádření poměrně jednoduché (např. lineární) nebo složité. Velmi silný lineární vztah mezi dvěma proměnnými je označován jako „korelace“. Mezi proměnnými ale mohou být i vztahy nelineární. Na rovině statistické analýzy ale můžeme odhalit i silný vztah mezi proměnnými, které spolu ve skutečnosti nesouvisí. Proto je při interpretaci testovaných vztahů potřeba adekvátně posoudit získaný výsledek z hlediska logické konzistence, neboť ne každá odhalená souvislost je příčinnou kauzalitou. Podrobněji viz např. Disman (1995), Řehák, Řeháková (1986).

luje i zaznamenat, v jaké časové posloupnosti se odehrály, což je klíčová podmínka prokázání příčinné kauzality. Navíc u experimentu bychom měli být schopni vyloučit i vliv dalších intervenujících vlivů. Proto je experiment považován za velmi exaktní a průkaznou metodu zjišťování vlivu zkoumaného jevu.⁵³ Na druhé straně jeho výpovědní hodnota je omezená na zkoumané objekty, které jsou navíc vytrženy ze svého běžného prostředí. Řízení experimentu v přirozených podmínkách je ale obtížné, neboť je problematické kontrolovat veškeré okolnosti, jež jeho průběh mohou ovlivňovat. V sociologii se proto experimentální postupy příliš nevyužívají a když, tak právě ty odehrávající se v přirozených podmínkách, neboť umělý laboratorní experiment je považován za příliš odlišný od běžného života jedinců ve společnosti, a ve svých zjištěních tedy nevypovídající o jejich autentickém jednání. Setkáme se s ním ale na poli ekonomie, psychologie či pedagogiky, proto je legitimní, i když ne příliš často využívanou výzkumnou technikou také v mediálních studiích. Patrně nejznámějšími experimentálními výzkumy médií jsou armádní experimenty Carla Hovlanda, jenž po vstupu USA do druhé světové války zkoumal změny v motivaci nových rekrutů po zhlédnutí vysvětlujícího filmu *Why we fight?*,⁵⁴ a výzkumy psychologa Alberta Bandury, které ho vedly k rozpracování teorie učení do sociálně kognitivní teorie⁵⁵.

Experiment se od jiných výzkumných postupů odlišuje hlavně svojí základní strukturou. Především pracuje se dvěma analogickými skupinami, které badatel sleduje ve stejných podmínkách. Jedna skupina slouží jako experimentální, druhá jako kontrolní. Struktura obou skupin musí být stejná ve smyslu svého složení a všech známých i neznámých vlastností.⁵⁶ To se zajišťuje tím, že zkoumané jednotky jsou do jednotlivých z nich zařazeny podle pravidel náhodného výběru.⁵⁷ Experiment zpravidla začíná měřením sledované proměnné v obou skupinách (pretest). Následně vystavíme experimentální skupinu působení faktoru (nezávisle proměnné), jehož vliv chceme zkoumat. Ve třetím kroku opakujeme měření (posttest) závisle proměnné. Výsledky, které mají ukázat vliv testovaného faktoru na zkoumanou proměnnou, odečteme z rozdílů

53 Kerlinger (1972) označuje kontrolovaný experiment za ideální vědecký postup.

54 Podrobněji viz např. Lowery, De Fleur (1983).

55 Podrobněji viz např. Janoušek (1992).

56 Od klasického experimentu odlišujeme kvaziexperiment, ve kterém nemůžeme náhodně rozdělit zkoumané osoby do experimentální a kontrolní skupiny; mluvíme proto pouze o skupině srovnávací. Přesto i kvaziexperimenty usilují o zkoumání kauzálních vztahů (Kerlinger 1972).

57 Podrobněji o náhodných výběrech v kapitole 4.

posttestu mezi experimentální a kontrolní skupinou.⁵⁸ Označme výsledek pretestu experimentální skupiny PtE a výsledek posttestu TtE; k tomu analogicky pro kontrolní skupinu PtK a TtK; faktor označíme X.⁵⁹ Základní schéma experimentu vypadá takto:

PtE	X	TtE
PtK		TtK

Ad 3. Třetí pilíř každého vědeckého oboru tvoří **teorie**. Tento pojem užíval již Sokrates, a to v kontrastu k věštbám, později stál v opozici k pojmu praxe nebo empirie. Vědu nelze redukovat na shromažďování dat. Samotná data jsou bez vysvětlující teorie bezcenná, vždy potřebujeme širší kontext, ve kterém je uchopíme a interpretujeme. Interpretovat znamená odhalovat a vysvětlovat význam. Interpretaci provádíme na základě provedené analýzy dat a jejich výsledků. Empirická data lze interpretovat pouze pomocí teorie. **Vědecká teorie** je souborem uspořádaných, na základě empirických dat zobecněných, vzájemně souvisejících tvrzení – výroků – vysvětlujících jednotlivé jevy a vztahy mezi nimi. Teorie nejen organizují vědecké poznatky, ale také určují směr dalšího výzkumu. Jednotlivé teorie jsou spojovány do větších celků a vysvětlovány teoriemi vyšší obecnosti. Takový teoretický korpus tvoří základ vědní disciplíny a je z něho zřejmé, na jaké problémy se daný obor soustředí, jaké jsou postupy jejich zkoumání a co je považováno za jejich vyřešení.

Snahou vědce je formulovat teorie, které se blíží pravdě a odolají kritice dalších badatelů (a jsou použitelné v praxi). Snahou teorie je vysvětlovat a případně predikovat chování zkoumaných jevů. Aby určité tvrzení,

58 Ve specifickém případě lze experiment zredukovat a provést pouze jedno měření po vystavení experimentální skupiny působení faktoru. V tom případě předpokládáme, že výsledky kontrolní skupiny odpovídají datům, která bychom získali v pretestu obou skupin.

59 Jestliže jsme v pretestu a posttestu naměřili následující hodnoty:

PtE	X	TtE	35 %	X	55 %
PtK		TtK	30 %		35 %

vliv zkoumaného faktoru vypočteme jako: $F = (TtE - PtE) - (TtK - PtK)$. V uvedeném hypotetickém případě: $X = (55 - 35) - (35 - 30) = 15$. Zkoumaný faktor tedy způsobil 15% změnu ve zkoumané proměnné u experimentální skupiny, která mu byla vystavena. Zbývající rozdíl 5% byl způsoben jiným než měřeným faktorem. Příčinou mohou být např. vlivy prostředí, rozdíly srovnávaných skupin, chyba měřicího nástroje, distribuce testů nebo únava zkoumaných jednotek, ale i efekt zrání (pokud experiment probíhá v delším časovém období, zkoumané objekty mohou být zkušenější) apod. V ideálním případě, kdy do experimentu neintervenuje žádný jiný než zkoumaný faktor, by hodnoty PtE, PtK a TtK byly shodné. Podrobněji viz např. Ferjenčík (2000).

formulované na základě empirických dat, bylo přijato jako součást teoretického korpusu vědy, musí:

- ▶ pracovat s přesně vymezenými termíny;
- ▶ být jednoznačné;
- ▶ zohledňovat všechny⁶⁰ jevy související s vysvětlovaným;
- ▶ být konzistentní (bezrozporné).⁶¹

Termín je jazykový výraz, jenž má v daném oboru dostatečně přesně vymezený význam vztažený k určitému aspektu skutečnosti (pro kterou přirozený jazyk nemusí mít vlastní označení). Vymezení termínů je v průběhu vědecké práce postupně zpřesňováno. Právě přesnost vymezení je to, čím se termín odlišuje od jiných, například nevědeckých, označení. Soustava termínů představuje terminologii daného oboru. Ačkoli se poměrně běžně používají označení termín a pojem jako synonyma,⁶² není to přesné. Pojem je myšlenková představa, odraz skutečnosti v myšlení, kterou označujeme nějakým pojmenováním – termínem.⁶³ Je výsledkem procesu abstrakce, v němž se na základě generalizace jednotlivin snažíme vystihnout podstatu jevu. Obsah a rozsah pojmu musí být vymezen specifikující definicí. V sociálních a humanitních oborech není výjimkou, když jsou stejné pojmy označovány různými termíny, protože v pluralitě přístupů často autoři z odlišných tradic oboru budují svou vlastní terminologii a vymezují pojmy znovu a samostatně, nikoli v jednotné linii.⁶⁴

Vědecké poznání je sociálně podmíněné, ovlivněné společensko-historickým kontextem⁶⁵ a odráží filozofické a metodologické zakotvení badatele a jeho názory na okolní svět. Pluralita sociálněvědních přístupů ale dokládá, že výzkumné úhly pohledu vědců jednoho oboru nemusejí být jednotné. Do značné míry je příčinou složitost sociální reality, ale také tzv. **multiparadigmaticčnost** oborů, jako jsou mediální studia, kulturní studia či sociologie. Pojem **paradigma** je velmi frekventovaný, ale stejně

60 Jak ukáží později, všechny se zkoumat zpravidla nepodaří, ale vědci se o to snaží.

61 V rámci jedné teorie nemohou zároveň platit dva protichůdné výroky.

62 Současná terminologie sociálních věd při užívání označení pojem a termín příliš nerozlišuje. Spíše je jejich volba podřízena stylistice a určité zvyklosti používat dané označení v určitém kontextu či slovním spojení. Také v tomto textu nejsem důsledná a na řadě míst používám označení (teoretický) pojem pro pojmenování určitého jevu. Často právě v případech, ve kterých je užití tohoto označení zažité.

63 Pokud bychom si pomohli terminologií sémiotiky, pojem znamená označované a termín označující.

64 Proto je potřeba při přípravě jakékoli vědecké práce vymezit používané termíny nebo se odvolat na konkrétní autory, kteří již takové vymezení provedli (podrobněji níže a v kapitole 5).

65 Ukazuje to sociologie vědění, kupř. M. Scheler nebo K. Mannheim, viz např. Berger a Luckmann (1999), Hubík (1999).

tak nejednoznačný.⁶⁶ Zpravidla je vztahován k americkému teoretikovi vědy Thomasi Kuhnovi, který jej použil v knize *Struktura vědeckých revolucí* (1962, česky 1997). Jako paradigma zpravidla označujeme základní vzor vědy,⁶⁷ jenž organizuje myšlení, zkoumání a porozumění vědců určitého oboru, vedené již přijatými a uznávanými vědeckými výsledky, které představují typy oborem řešených problémů a model jejich řešení. Pro Kuhna je pojem paradigma klíčovým při vysvětlování vývoje vědy, v němž se střídají období tzv. normální vědy a vědeckých revolucí.⁶⁸ Kuhn ale nebyl první, kdo s pojmem pracoval. V rámci sociologie jej v polovině minulého století používal strukturální funkcionalista Robert King Merton (1968),⁶⁹ který se věnoval sociologii vědy, stanovil principy, jimiž by se měl řídit vědecký výzkum, a formuloval koncepci teorií středního dosahu. V současném diskurzu sociálních věd se však termín paradigma používá ve významu, jenž přesně neodpovídá ani pojetí Kuhnovu, ani Mertonovu. Za paradigma je považován rámec uvažování vědecké komunity, v němž jsou kladeny vědecké otázky a hledány jejich odpovědi. Paradigma je způsob vidění světa vědcem, který zahrnuje přijímané příklady aktuální vědecké práce v oboru.⁷⁰ Může být spojeno s určitou tradicí oboru, navazovat na výzkumy určité školy nebo konkrétního vědce, například kulturní paradigma mediálních studií navazující na Birminghamskou školu a výzkumné Centrum pro studium současné kultury⁷¹ působící od roku 1964 v Británii.⁷² V tomto smyslu je paradigma vzorem, co v rámci dané disciplíny zkoumat a jak postupovat, za použití jakých výzkumných postupů. V sociálních vědách, které

66 „[...] i sám pojem paradigmatu se stal v podstatě hodnotícím a bylo by možná lepší ho do budoucna vůbec opustit,“ píše na začátku devadesátých let v období resuscitace české sociologie Josef Alan (1994: 11).

67 V metodologickém slova smyslu paradigma nesouvisí se saussureovskou sémiotikou.

68 Kuhn (1997) tvrdí, že v tzv. normální vědě existuje pouze jedno paradigma a jednotlivá paradigmatata, jež po sobě následují z hlediska historického, oddělená vědeckými revolucemi, jsou vzájemně nesouměřitelná. Kuhново pojetí nevysvětluje, jak posoudit, zda je jedno paradigma lepší než druhé, ani jak dochází k jejich výměně. Proto je kritizován z relativismu, subjektivismu a iracionalismu.

69 Jak ukazuje Buriánek (1993), podle Mertona má paradigma ve vědě sloužit jakou seznam zkoumaných pojmů a jejich vztahů a nástroj kontroly jejich užívání a zavádění, kumulovat poznatky o sociálních jevech, zmenšovat zavádění skrytých předpokladů do vědy a přispívat k propojení kvalitativní a statistické analýzy.

70 Toto pojetí má ke kuhnovskému poměrně blízko, ale nepřijímá nesouměřitelnost paradigmat (viz níže), čímž se naopak výrazně odlišuje.

71 Centre for Contemporary Cultural Studies.

72 Podrobněji v kapitole 7 nebo např. Turner (2003).

jsou inherentně multiparadigmatické, neboť v nich vedle sebe zároveň v jednom čase existují různé přístupy, způsoby řešení a vysvětlování otázek, je paradigma někdy přirovnáváno k úhlu pohledu na zkoumaný jev. V mediálních studiích mluvíme o dvou základních paradigmatech, starším **dominantním paradigmatu** a novějším kritickým **alternativním paradigmatu**.⁷³ Analogicky tomuto rozdělení⁷⁴ odpovídá paradigma **procesuální** a **sémiotické** či **kulturální**.⁷⁵ Zároveň se v mediálních studiích odrážejí i tři základní paradigmaty sociologická: **konsenzuální, konfliktní a interpretativní**.⁷⁶ Tyto odlišné přístupy nejsou v rámci sociálních věd vnímány jako vzájemně neslučitelné, ale spíše jako odlišné řezy sociální realitou, které se, jak ukazuje například Keller (1995), často doplňují. To, na pozici jakého paradigmatu výzkumník stojí, výrazně ovlivňuje nejen jeho náhled na sociální realitu, ale i na otázky, které si klade, a používané výzkumné metody (podrobněji v kapitole 3).

Základním filozofickým směrem, který stál u zrodu sociologie⁷⁷ jako moderní vědy a dodnes se odráží v některých výzkumných postupech i v oborech na ni navazujících, byl **pozitivismus**. Hlavní snahou jeho zakladatele, francouzského matematika a myslitele Augusta F. X. Comta (2000), bylo vytvořit vědu, která bude o sociálním světě přinášet stejně exaktní poznatky jako přírodní vědy. Klíčem k tomu, poskytovat obecně platná tvrzení o kauzálních vztazích mezi jevy (viz výše), je studium empirických faktů pomocí výzkumných metod přírodních věd, především pozorování a experimentu. Cokoli jiného jsou metafyzická tvrzení.⁷⁸ Podle pozitivistů a následně **novopozitivistů** (neopozitivistů, logických pozitivistů, později logických empiristů), zastoupených především

73 Podrobněji viz např. McQuail (1999).

74 Taková dělení jednotlivých tradic oboru do paradigmat jsou vždy umělá, vytvořená pro zpřehlednění struktury oborové teorie. Proto se vymezení jednotlivých paradigmat mohou lišit a také určité výzkumné tradice a školy mohou být v rámci různých koncepcí řazeny do jiných paradigmat. To dokládá výraznou odlišnost používání tohoto označení od pojetí Kuhnova (1997), které paradigma považuje za uzavřené a vzájemně nekomunikující diskurzy. Osobně se snažím termín příliš nepoužívat, i když v některých kontextech je silně zažitý, např. standardně mluvíme o kvalitativním a kvantitativním paradigmatu (viz kapitola 2).

75 Podrobněji viz Fiske (2000).

76 Podrobněji viz např. Keller (1995).

77 Jak jsem uvedla v úvodu, považuji sociologickou tradici pro konstituování mediálních studií za nejdůležitější, proto z ní vycházím nejen metodologicky, ale také k ní nejčastěji odkazuji.

78 Zde ve spíše negativním významu jako mimovědecká a spekulativní, empiricky nepodložená vysvětlení (nikoli ve smyslu Aristotelovské metafyziky).

tzv. Vídeňským kruhem,⁷⁹ je základem vědeckého zkoumání poznání empirické reality skrze pozorování a jeho logická analýza a verifikace, které umožňují dospět k objektivně platným a pravdivým výpovědím o světě, jež mají charakter zákonů. Jejich pravdivost a správnost je dána pravdivostní hodnotou základních, dále neredukovatelných tzv. protokolárních vět o čistých faktech (empirických danostech), z nichž jsou odvozeny, a dodržením vědecké metody. Novopozitivisté usilovali o vytvoření jednotného jazyka vědy na základě fyziky a logiky.⁸⁰ Tato snaha však byla výrazně kritizována a prokázána jako nereálná. Novopozitivistický přístup se však dodnes odráží v prezentaci vědy jako nástroje obecně platného poznání poskytujícího verifikovaný soubor bezrozporných pravdivých poznatků o světě a univerzálních postupů jeho zkoumání. Pozitivistická epistemologie vyjadřuje objektivistickou ontologii, podle níž realita existuje sama o sobě (nezávisle na myslí lidí, kteří ji obývají, a tedy i výzkumníků)⁸¹ a jako taková je poznatelná. Základní kvalitou, již mají výsledky zkoumání splňovat, je objektivita chápaná jako intersubjektivní shoda vědců o výsledcích dosaženého poznání.

Novější metodologické přístupy, například perspektivismus, naopak zdůrazňují vázanost poznání na určitou teoreticko-výzkumnou pozici vědce⁸² a naznačují relativitu poznání. **Falibilismus** formulovaný americkým filozofem Charlesem S. Peircem vychází z téměř opačných ontologických a epistemologických pozic než pozitivismus. Především předpokládá omylnost a omezenost každého poznání, a to i co do možnosti dosažení pravdy. O pravdivosti má smysl uvažovat pouze ve spojitosti s metodou vědecké analýzy, s procesem zkoumání, nikoli ve vztahu k výsledkům.⁸³ Jedinou možností, jak se pravdivému poznání přiblížit, je jeho neustálé testování a prověřování empirickými metodami, které umožňují eliminaci omylů a chyb. Jako tzv. **kritický realismus** jej rozpracoval Popper, jenž zásadním způsobem přispěl nejen k odmítnutí pozitivismu, ale především k formulaci dodnes platných metodologických principů moderní vědy.

79 K logickým pozitivistům, filozofům a teoretikům vědy Vídeňského kruhu, který se ve dvacátých a počátkem třicátých let 20. století scházel za vedení Moritze Schlicka, patřili Rudolf Carnap, Otto Neurath, Hans Reichenbach, Carl G. Hempel a další.

80 Podrobněji viz Petrusek (2008), Fajkus (1997), Carnap (1968).

81 Podle novopozitivistů je však otázka existence vnějšího světa nekorektní.

82 Při studiu sociální reality je podstatné, z jaké perspektivy (paradigmatu) a jakými nástroji je zkoumána.

83 Respektive můžeme zvažovat i pravdivost výsledků, ale nikdy si nemůže být zcela jisti, zda máme pravdu.

Popper kritizoval hned několik základních předpokladů novopozitivistů; zaměřím se na tři: (1) existenci čistých faktů; (2) prvotnost smyslového poznání a (3) možnost verifikace teorií. Podle Poppera neexistují čistá fakta ve smyslu empirických daností, neboť veškeré výpovědi o pozorovaném jsou teoretické povahy. Empirické poznání je od teorie neoddělitelné a empirická data získávají význam až teoretickým uchopením.⁸⁴ To lze snadno doložit tím, že mají v různých teoretických kontextech odlišný význam.⁸⁵ Podobně smyslové vnímání nemůže být základem poznání, protože bez smysluplné výzkumné otázky nevíme, jak je zaměřit – co pozorovat. Popper nesouhlasil ani s postupem logického dokazování hypotéz,⁸⁶ který považoval za adekvátní pouze v axiomatických vědách (matematice a logice). Ukázal, že v empirických vědách definitivní ověření hypotézy není možné. Podle Poppera začíná vědecká práce formulací domněnek – hypotéz, jejichž platnost testujeme pomocí experimentů. Proti novopozitivistické verifikaci Popper navrhuje metodu **falzifikace** hypotéz/teorií (hypoteticko-deduktivní metodu).

Zatímco všechny předchozí metodologické tradice usilovaly o verifikaci svých tvrzení, Popper zdůrazňuje nutnost jejich vyvracení. Ukazuje, že falzifikace je efektivnější, neboť již jediný případ neshody hypotézy s aktuálním pozorováním vede k závěru o její nesprávnosti. K verifikaci hypotézy bychom potřebovali testovat všechny případy, o kterých vypovídá, protože tvrzení formulovaná jako závěr jednoho pozorování jsou pouze singulární výroky vztahující se jen k danému případu. Testovat všechny případy však často není možné. Popper nepopírá, že výsledky jednotlivých experimentů mohou přispět k přesvědčení o platnosti formulovaných hypotéz, neboť jsou s nimi v souladu. V takovém případě má teorie určitý koroborovaný⁸⁷ obsah, který se již osvědčil. Takové hypotézy jsou dočasně přijímány, dokud věda neformuluje lepší. Žádná teorie nemá ve vědě status konečně platné pravdy, ale je jen otázkou času, kdy bude nahrazena jinou, vhodnější.⁸⁸ Věda je tedy koloběhem formulace a falzifikace hypotéz, které jsou nahrazeny hypotézami revidovanými,

84 Srov. „Teorie budujeme zobecňováním empirických dat, ale data samotná získávají svou důležitost až tím, že se stanou součástí širších teoretických konstrukcí.“ (Murphy 1999: 224)

85 Respektive jak píše antropolog Clifford Geertz: „To, co nazýváme našimi daty, jsou ve skutečnosti naše vlastní interpretace interpretací jiných lidí týkajících se toho, co si myslí, že oni sami a jejich spoluobčané činí.“ (2000: 19)

86 Podrobněji v kapitole 5.

87 Popper záměrně používá méně obvyklé *corroborate* – stvrdit, podepřít, podpořit – aby jej odlišil od *confirm* – potvrdit.

88 Podrobněji viz kapitola 5.

a ty následně znovu testovány. Tento proces eliminace chyb a zpřesňování vědeckého poznání napomáhá přiblížení se pravdě. Nelze však předpokládat, že hypotéza, která již prošla x testy své platnosti, obstojí i v testu $x + 1$. Množství přestátých testování však zvyšuje přesvědčení o její platnosti. Základní vlastností hypotézy proto musí být falzifikovatelnost. Musí být formulována tak, aby bylo jednoznačně určitelné kritérium, které když nastane, hypotéza je neplatná.⁸⁹ Tvrzení, jež nejsou falzifikovatelná, nepovažuje Popper za vědecké výroky.⁹⁰

Ale ani Popper se nevyhnul kritice a později přijal výtku maďarského filozofa vědy Imre Lakatose, který rozlišil **naivní** a **sofistikovanou falzifikaci**. Zásadní odlišnost, již Lakatos prosazuje, spočívá v pozdržení či odložení odmítnutí vyvrácené teorie. Zdůrazňuje, že hypotézu můžeme zavrhnout pouze ve chvíli, kdy máme jinou, alternativní teorii, která předchozí překonává. Pro vědu není taktické zůstat bez teorie, proto je vhodnější podržet teorii, o níž víme, že je v určitém rozsahu platná, byla již částečně koroborována (její obsah byl částečně potvrzen empiricky), ale zatím není dostupné jiné adekvátní vysvětlení. Nebo je možné stávající teorii upravit (modifikovat), pokud to zaručuje pokrok v daném odvětví. Tento postup je označován jako sofistikovaný falzifikacionismus, zatímco popperovský jako naivní.

Současná metodologie, jak uvádí Fajkus (2005), se však přiklání k názoru, že efektivita verifikace i falzifikace je obdobná, protože při testování teorie nevíme, po kolika případech úspěšné verifikace ji lze považovat za potvrzenou, a naopak, pokud připustíme, že drobné nedostatky nemusí automaticky znamenat zamítnutí teorie, jsou výsledky falzifikace stejně nejisté.

1.2 Specifika výzkumu v sociálních vědách

Posuňme se z roviny obecné metodologie na pole sociálních věd a ke speciálně vědní metodologii, jejíž postupy jsou aplikovány v mediálních studiích a při výzkumu kultury. Začnu uvedením specifík sociálněvěd-

89 V praxi to ale není až takhle jednoduché, protože ne vždy je k dispozici alternativní teorie (viz níže).

90 Jako příklad Popper (1997) uvádí marxismus a psychoanalýzu.

ního výzkumu⁹¹ oproti situaci ve vědách přírodních.⁹² Nejčastěji bývají uváděny následující odlišnosti zkoumání v přírodních a sociálních vědách:

- ▶ opakování výzkumu je v sociálních vědách problematické, neboť zkoumané jednotky, zpravidla jedinci, se mezi jednotlivými měřeními vyvíjejí, a navíc se samotnou účastí ve výzkumu mohou naučit novému nebo začít uvažovat o tématech, kterým se dříve nevěnovaly;
- ▶ neexistence obecně použitelného měřicího nástroje a nutnost vytvářet jej specificky pro každý výzkum;
- ▶ pravděpodobnostní charakter zkoumání a problém zobecnění poznatků na širší populaci;
- ▶ vliv intervence výzkumníka na zkoumané prostředí a jeho případná interakce se zkoumanými objekty.

Z pozice současných přírodních vědců se do značné míry jedná o stereotypní představu charakteristickou pro přístupy zdůrazňující odlišnosti sociálních a přírodních věd první poloviny 20. století. Někteří z nich o těchto odlišnostech nejsou přesvědčeni, respektive tvrdí, že se nejedná o specifika sociálních věd, ale že se s podobnými problémy potýkají i vědy přírodní. Také přírodovědci (v nejširším slova smyslu) potřebují nejen vysvětlit sledované vztahy mezi jevy, ale zároveň prokázat jejich platnost pro širší populaci a na dění mimo laboratoř.⁹³ Ale představa absolutní kontroly přírodovědců nad všemi faktory intervenujícími do měření není přesná, proto je výzkum v přírodních vědách výrazně snazší než v sociálních. Stejně tak se projevuje vliv vědců na samotný zkoumaný jev,⁹⁴ i když to na první pohled nemusí být tak zřejmé jako například při interakci výzkumníka s respondenty. V sociálních vědách zkoumáme jedinečné a neopakovatelné jevy, jež jsou výsledkem vědomého jednání subjektů. To však neznamená, že je nemůžeme vysvětlit pomocí kauzálních zákonů. Ačkoli žádný jev nemůže být opakován zcela identicky

91 Nadále budu vypovídat o výzkumu v sociálních vědách a tento přívlastek již nebudu opakovaně uvádět.

92 Mimochodem na tuto odlišnost upozorňoval již Popper. Naopak novopozitivisté, členové Vídeňského kruhu, byli přesvědčeni, že dělení na přírodní a sociální vědy je umělé a že všechny mohou existovat společně v rámci tzv. sjednocené vědy a poskytovat nenormativní poznání ve formě obecně platných zákonů. Podrobněji viz např. Ochrana (2009).

93 Například i ve fyzice má část zjištění pouze pravděpodobnostní charakter, zvláště pokud se týkají výzkumů tzv. složitých systémů, ani zde neexistují univerzálně použitelné měřicí nástroje a při měření může docházet k interakci výzkumního přístroje s měřeným systémem. Interakce má však odlišný charakter, neboť neprobíhá mezi dvěma vědomými nadanými subjekty. Stejně tak i v přírodních vědách může provedením experimentu na určitém systému dojít ke změně jeho vlastností, a jeho opakování je tedy možné pouze na jiném ekvivalentním systému apod.

94 Podrobněji Fajkus (2005).

a vždy má svá kontextová specifika,⁹⁵ mohou se v dalších jvech opakovat jeho obecnější charakteristiky.

Ačkoli zakladatel sociologie čerpal především z metodologie přírodních věd, na přelomu 19. a 20. století bylo stále jasnější, že společenské vědy potřebují své vlastní specifické metody zkoumání. Zakladatel tradice francouzské sociologie Émile Durkheim (1969) kladl důraz na vysvětlování sociálního sociálním a přístup označený jako sociologismus popsal v roce 1895 v *Pravidlech sociologické metody*, která ale stále vycházela z pozitivismu. U zrodu specifické metodologie sociální vědy stál představitel filozofie života Wilhelm CH. L. Dilthey⁹⁶ a německý myslitel s širokým rozsahem Max Weber (1983), kteří v opozici k pozitivismu zdůrazňovali specifika lidské společnosti oproti přírodě a potřebu vlastních metod zkoumání.⁹⁷ Především Weber ve svém pojetí sociologie jako rozumějící (chápaní) vědy (z roku 1913) kladl důraz na zkoumání subjektivního smyslu jednání pro sociální aktéry, snahu poznat projevy sociálního života z hlediska významů, jež jim přisuzují jednající. Odtud pramení myšlenka metody porozumění jako specifické kvalitativní metody poznání, která sice zohledňuje pravidla jednání, ale hlavně interpretativně vysvětluje subjektivní motivy a intence sociálního jednání aktérů.⁹⁸ Základem je vědecká interpretace subjektivního smyslu, již svému jednání přisuzují samotní aktéři. V procesu vysvětlení se výzkumník snaží odhalit a pochopit význam, jež druzí svému jednání v určitém kontextu přikládali, a zohlednit pluralitu alternativních pozic jednajících. Sociální vědec předpokládá, že jednání druhých je inteligibilní (nadané smyslem)⁹⁹ a záměrné, vedené určitými cíli a zájmy. Přitom pro interpretaci není nezbytné vcítění se výzkumníka do uvažování jednajícího. Porozumět

95 Data, s nimiž pracují sociální vědy, jsou vždy historická, píše Buriánek (1993).

96 Dilthey (1980) vymezil rozumění umanutní vědy jako vědy o duchu (duchovní vědy, *Geisteswissenschaften*) a dal je do výrazného protikladu k vědám přírodním. Zatímco fyzické objekty zkoumané přírodovědou jsou nám přístupné pouze zprostředkovaně jako jevy, data věd o duchovních vycházejí z naší vnitřní zkušenosti, a jsou proto pochopitelná zvnitřku. Na rozdíl od přírodních věd, které se snaží vysvětlovat (*erklären*) vztahy mezi jevy, úkolem duchovních/historických věd je především rozumění (*verstehen*). Proto musí duchovní vědy analyzovat objekt zkoumání v historické perspektivě, a to hlavně pomocí hermeneutiky (podrobněji v kapitole 10). Přírodní jevy vysvětlujeme, duševním jevům rozumíme, zní nejčastější parafráze Diltheye.

97 Podrobněji viz např. Dilthey (1980), Weber (1998), Fay (2002), Winch (2004), Janák (2005).

98 K jejímu rozpracování přispěl fenomenologický sociolog Alfred Schütz, který metodu rozumění (*Verstehen*) podřídil postulátu adekvátnosti požadujícímu, aby teoretické vysvětlení každodenního světa běžných aktérů bylo pochopitelné i pro ně samé (viz níže). Jakékoli teoretické koncepty přitom musejí být podloženy empirickým pozorováním. Podrobněji viz Urbánek (1989).

99 To nutně neznamená, že jej ostatní budou považovat za racionální.

záměrům někoho jiného předpokládá schopnost rekonstruovat motivy jednajících, převést jeho záměry do aktuálně srozumitelných pojmů a osvětlit, co znamenají. Poznání znamená pochopení smyslu, jež jednající do jednání vkládá.

Odlišnost přírodovědného a sociálněvědního způsobu vysvětlení výstižně formuloval britský filozof sociálních věd Peter Winch v knize *Idea sociální vědy a její vztah k filosofii* (2004). Přírodní jevy vysvětlujeme pomocí konceptu příčiny, kdežto chápání jevů sociálních vyjadřujeme pomocí odkazu k motivům a důvodům jednání. Jinak řečeno, zatímco přírodovědná explanace usiluje o odhalení řetězce příčinných souvislostí mezi jevy (příčinami a následky) a formulování kauzálních zákonů, sociálněvědní vysvětlení je založeno na hledání a interpretaci významu. To ale neznamená, že sociální vědy zcela rezignují na zkoumání příčinných vztahů mezi jevy. Spíše, že kromě příčinného vysvětlení jevu, které zajišťuje hlavně kvantitativní linie zkoumání, vyžadují i interpretativní porozumění.

Složitost sociální reality

Předmětem zkoumání sociálních věd je sociální realita, která se od reality přírodní liší svými vlastnostmi a způsobem vzniku. Takto na ni nahlíží především interpretativní a konstruktivistické směry, jež jsou v současných mediálních i kulturních studiích dominantním přístupem.¹⁰⁰ Sociální realita vzniká působením jedinců, kteří ji obývají, je tzv. sociálně konstruovaná. To znamená, že vzniká a je průběžně reprodukována v neustále probíhajícím procesu jejich vzájemných interakcí a interpretací. Tito jedinci jsou vědomě jednající společenské bytosti. Ačkoli se rodí do již hotového sociálního světa a jsou jím formováni, zároveň svým jednáním tento svět spoluutvářejí, udržují, reprodukují i proměňují.¹⁰¹ Zkoumaná sociální realita je tedy výsledkem vzájemného působení objektivních faktorů i subjektivních motivů jednání aktérů a to ji odlišuje od reality přírodní.

Všichni lidé (nějak) rozumějí světu, ve kterém žijí; učí se to v dlouhodobém procesu socializace. Proto se výzkumníci při vstupu do terénu setkávají s předvědeckým pojmenováním a vysvětlením zkoumaných

100 Paradoxně McQuail (1999) tuto tradici označuje jako alternativní paradigma.

101 Podrobněji viz Berger, Luckmann (1999).

jevů.¹⁰² V sociálních vědách je obvyklé, že pojmenování, jež pro označení jevů používají zkoumaní jedinci, se neshodují s těmi, která pro to samé používá věda. Příčinou je odlišný způsob popisu reality vnějšího světa běžným aktérem a vědcem. Při výzkumu v sociálních vědách proto často dochází k překladům z jazyka aktérů žitého světa do jazyka vědeckého.¹⁰³

Pro postižení těchto odlišností odlišujeme **jazyk 1. a 2. řádu** a podobně také interpretace 1. a 2. řádu. Jazyk 1. řádu, jímž mluví běžní lidé, označujeme také jako jazyk přirozený. Je to jazyk, který se naučili v dětství, je složen z pojmů 1. řádu a slouží k odkazování na svět, v němž žijí. Jazyk přirozený je univerzální a lze jím vyjádřit vše, co jedinci dané kultury potřebují.¹⁰⁴ Věda používá jazyk 2. řádu složený z pojmů 2. řádu. Jsou to specifické termíny zavedené jednotlivými autory (v rámci určitých paradigmat) k označení teoretických konceptů, které vypovídají o zkoumaných předmětech, jejich vlastnostech a vztazích mezi nimi, zpravidla abstraktních a generalizujících, zatímco pohled běžných aktérů je naopak spíše specifický, více zaměřený na jednotliviny. Přirozený jazyk je příliš neurčitý a kontextově vázaný (např. určitá slova mají více významů a ten aktuální je zřejmý až ze souvislosti nebo naopak jsou stejné skutečnosti pojmenovávány různě podle toho, kdo o nich vypovídá nebo s kým mluví) a jednotlivé obraty často zatížené různými konotacemi, a proto je pro vědecké užití příliš volný. Věda nemůže vždy přejímat jazyková pojmenování běžných aktérů, protože vědci potřebují formulovat přesné a jednoznačné výroky. Při vědecké práci je nutné vyhýbat se nepřesným termínům, u kterých není jednoznačně možné určit smysl a rozhodnout, na jaké prvky se vztahují. Přesto jsou si přirozený jazyk a jazyk vědy často velmi podobné. Nedorozumění vzniká ve chvíli, kdy stejným slovem označují běžní aktéři něco zcela jiného než vědci.¹⁰⁵ Multiparadigmatičnost sociálních věd navíc přispívá k tomu, že ani vědci z různých tradic se na významu některých termínů neshodují, proto se na začátku své

102 Bauman (1996) ukazuje, že překryv vědění zdravého rozumu a přírodních věd je mnohem menší než v případě sociologie zkoumající jevy, jež jsou běžnou součástí každodenního života jedinců.

103 Podrobněji viz Petrusek (1993).

104 Zároveň ale, jak ve své hypotéze ve třicátých letech 20. století vyjádřili Edward Sapir a Benjamin Lee Whorf, formuje jazyk jako lingvistický systém, ve kterém jsme vychováni, naše specifické vidění vnějšího světa. V opozici k této myšlence naopak lingvista Noam Chomsky mluví o univerzální gramatice, podle níž je základ všech jazyků společný a vrozený. Podrobněji viz např. Pokorný (2010).

105 Snad nejtypičtějším příkladem je dvojice označení organizace a instituce, která běžní aktéři užívají zcela v odlišném významu a kontextu než sociologové. Podrobněji viz např. Vodáková, Petrusek (1996), Keller (1995).

práce nejprve snaží definovat pojmy, s nimiž budou pracovat, upřesnit, co jimi rozumějí, a zvýšit tak míru intersubjektivitu. Na empirickém poli vědy mluvíme o konceptualizaci a operacionalizaci pojmů,¹⁰⁶ které slouží k jejich zpřesnění a odehrávají se především v počátečních fázích empirické práce, ale i v jejím průběhu. Definice pojmu určuje jeho význam a je formulovaná v již rozšířených termínech, o jejichž významu panuje v daném oboru shoda.

Vědecká pojmenování jsou výsledkem poznávacích procesů, jako taková se průběžně vyvíjejí a stává se, že některé termíny přecházejí do přirozeného jazyka. Jazyk sociálních věd se přitom s jazykem přirozeným pravděpodobně prolíná více než jazyk a vědění věd přírodních. Na druhé straně sociální vědy nezřídka pracují s pojmy, které zatím přesně definovány nebyly a nejsou vzájemně jednoznačně odlišeny, i s pojmy, jež se významově překrývají, ale jsou používány odlišnými teoretickými tradicemi oboru. Interpretativní přístupy současně kladou důraz na to, aby sociální vědci byli schopni formulovat své poznatky i v jazyce prvního řádu, tak aby byly přístupné i těm, o kterých vypovídají. To je označováno jako **princip adekvátnosti**. Přitom samotní jedinci okolní svět taktéž neustále interpretují a na základě těchto interpretací prvního řádu se v něm orientují a rozumějí mu. Každý jsme tak trochu sociologem amatérem, tvrdil Miroslav Petrušek (1993: 70).

Sociální jedinci nejsou pouhými objekty zkoumání, ale aktivně se podílejí na spoluutváření sociálního světa. Protože jde o neustále probíhající proces, není možné jej ohraničit ani uchopit celistvě. Proto pro potřeby výzkumného šetření musíme zkoumanou část sociální reality omezit. Každá taková redukce samozřejmě přináší určité zkreslení, čímž dochází k ohraničení šíře platnosti našich zjištění, a to i z hlediska časového. V podstatě se většina zjištění vztahuje ke stavu sociálního systému v okamžiku zkoumání, protože vzhledem k jeho dynamice mohlo již od realizace výzkumu (respektive od sběru dat) dojít k jeho změně. V sociálněvědních výzkumech většinou dostáváme pouze výsledky vztahující se k jednomu relativně krátkému časovému intervalu,¹⁰⁷ kterým je sběr dat, protože nejčastěji realizujeme jednorázová, **průřezová šetření**. Specifickým případem jsou **šetření longitudinální**, jež podrobují

106 Viz kapitola 5.

107 To výzkumníkům komplikuje situaci ve chvíli, když chtějí formulovat kauzální tvrzení vysvětlující stav jednoho jevu změnou stavu jevu jiného. Podmínkou je, aby změny nastaly po sobě ve správném časovém pořadí, a to nelze prokázat jednorázovým šetřením (viz výše).

vybraný jev dlouhodobějšímu nebo opakovanému zkoumání a snaží se o zachycení vývoje trendu.

V sociálních vědách jsme při realizaci výzkumů vystaveni práci s **informačně otevřenými přirozenými systémy**. V sociální realitě jevy ani osoby neexistují izolovaně, ale jsou vzájemně provázány. Některé prvky přirozeného světa jsou těmito vazbami propojeny více, jiné méně. Všechny však jsou součástí širších systémů, a proto je téměř nemožné zkoumat pouze jeden objekt,¹⁰⁸ naopak musíme zohledňovat i prvky, s nimiž je provázán. Každý přirozený systém přitom může být tvořen různým počtem prvků. Z obecnějšího pohledu je každý systém dílčím subsystémem většího celku, systému vyššího řádu, a jejich jednotky vzájemně interagují, protože se jedná o systémy otevřené. Kromě toho mají přirozené systémy schopnost adaptace na své okolí a přizpůsobují se jeho změnám, jsou dynamické. Prvky přirozeného systému mohou být ovlivňovány jinými systémy zvenčí, ale také s nimi mohou interagovat vzájemnou výměnou informací (nebo energie). Naopak informačně uzavřený systém není zvenku ovlivňován a jeho zkoumání by bylo snazší.¹⁰⁹ Sociální vědci ale usilují právě o to, zkoumat souvislosti mezi přirozenými jevy či systémy, a snaží se odhalit vztahy příčiny a následku, tedy vztahy kauzální. Žádný problém zkoumaný v sociálních vědách nemá podobu uzavřeného systému, ale naopak se prolíná s okolím a je jím průběžně ovlivňován. Přirozené systémy sociálního světa jsou velmi rozsáhlé a vždy záleží na konkrétním výzkumu, respektive výzkumníkovi, jak specifikuje a zúží svůj předmět zkoumání a jaké prvky se rozhodne do výzkumu zařadit. V praxi vlastně pracujeme s otevřenými systémy, ale aby to bylo možné a mohli jsme o nich vypovídat, je nezbytné se omezit jen na zkoumání určitého počtu vlastností a vstupů a výstupů z okolí. Čím složitější systém se snažíme obsáhnout, tím obtížněji budeme formulovat teorii vyjadřující jeho chování. S těmito nesnáze se setkáme nejen ve výzkumu sociologickém či antropologickém, ale i v mediálních nebo kulturních studiích, a stejně tak mu čelí přírodovědci.

108 Nadále budu mluvit o zkoumaných objektech nebo jevech, kterými mohou být skupiny či jednotlivci či procesy.

109 Z hlediska obecné metodologie nelze plně vysvětlit chování informačně otevřeného systému, protože nelze kontrolovat všechny vstupy do něj. V sociálních vědách ale máme možnost zkoumat uzavřené systémy jen velmi výjimečně. To částečně vysvětluje, proč má většina zjištění na tomto poli pouze pravděpodobnostní charakter.

Příklad z výzkumu mediálního chování předškolních dětí

Pokud byste chtěli zkoumat mediální návyky předškolních dětí, nemůžete se zaměřit pouze na tyto jedince, ale budete muset zohlednit i prostředí rodiny, ve kterém vyrůstají, a mediální chování jejích členů. Ale ani rodina není izolovaným objektem. Dítě se dále, například ve školce, stýká s jinými dětmi a je zde vystaveno i působení vychovatelek. Navíc rodina udržuje kontakty se vzdálenějšími příbuznými, se sousedy, ale také v rámci náboženské komunity žijící v daném městě a její každodenní život je formován i interakcemi s dalšími členy této skupiny. Kromě toho patří rodina mezi obyvatele města a občany státu, v němž žije, sdílí národnostní kulturu atd.

Složitost sociální reality je jen jedním z úskalí, jimž při jejím zkoumání musíme čelit. Každý výzkum na tomto poli je vždy určitým zjednodušením, žádný nemůže postihnout všechny vlivy, které na vybraný jev působí. Proto jsme nuceni složitou sociální realitu, respektive přirozené systémy, jež chceme zkoumat, předem omezit. Disman (1995: 28) mluví o čtyřech základních redukcích:

1. redukce počtu pozorovaných proměnných;
2. redukce počtu analyzovaných vztahů mezi proměnnými;
3. redukce populace na vzorek;
4. redukce časového kontinua na jeden nebo několik časových bodů.

Protože přirozené sociální systémy jsou příliš rozsáhlé, nemůžeme je ve výzkumu postihnout celé a musíme vybírat pouze určité objekty (výzkumné jednotky), jen některé jejich vzájemné vztahy, jen některé z jejich vlastností a sledovat je jen po určitou dobu. Klíčovým faktorem, který ovlivňuje, jak velké omezení v daném šetření provedeme, je zvolená výzkumná strategie, především zda se jedná o výzkum vedený kvalitativními nebo kvantitativními postupy.¹¹⁰ Situace je o to komplikovanější, že o některých jevech, které intervenují do zkoumaného systému, o některých vlastnostech zkoumaných jednotek ani o některých vztazích mezi zkoumanými jednotkami při přípravě výzkumného šetření nevíme, a proto je nemůžeme zohlednit ani s nimi dále pracovat. To samozřejmě skrývá určitá rizika a omezení našich zjištění. Práce s omezenými systémy způsobuje, že výsledné poznatky mají pouze pravděpodobnostní (stochastický) charakter. Často jsou vázány pouze na tu společnost, ve které byly zkoumány, a na určité časové období a nelze je automaticky vztahovat

110 Podrobněji kapitola 2.

i na jiné kultury či historická období.¹¹¹ Naopak zjištění přírodních věd často platí univerzálně (gravitace působí stejně ve všech kulturách). Je tomu tak i proto, že častěji používají experimentální metodu umožňující prokázání kauzálních vztahů. Dalším omezením je skutečnost, že řada jevů, které bychom chtěli zkoumat, je smyslovému pozorování nedostupná a můžeme je studovat pouze nepřímo, zprostředkovaně prostřednictvím jevů, jež s nimi souvisejí.¹¹² Navíc sociální jevy jsou dynamické a v průběhu času se proměňují.

Příklad z oblasti výzkumu mediálních organizací

Ve výzkumu na téma „vliv mediálních rutin na obsah regionální části celostátního deníku“ mohou být analyzovány například projevy mediálních rutin při práci konkrétního zaměstnaneckého kolektivu v regionální redakci určitého média. Pozornost se zaměří na následující otázky: kdo rozhoduje o obsahu regionální části listu; kdo vybírá témata/události, která budou pokryta v jednotlivých vydáních; kdo rozhoduje o jejich umístění v listu a o tom, jaká plocha jim bude věnována; zda budou doplněny fotografií nebo jinou grafikou apod. Na první pohled může regionální redakce do značné míry působit jako omezený přirozený systém. Při pobytu v redakci ale badatel záhy zjistí, že kromě kmenových zaměstnanců má i řadu externích zpravodajů, jejichž míra spolupráce je velmi proměnlivá. Někteří přispívají několikrát do týdne, jiní jen několikrát do roka. Zároveň jednotliví novináři mají celou síť vlastních informátorů, s kterými spolupracují. Navíc se může ukázat, že na výslednou podobu regionální části listu má výrazný vliv rozhodnutí udělané mimo redakci, například v rámci celostátní struktury deníku. Které osoby tedy do šetření zahrnout? A budou zkoumáni pouze novináři, nebo i další zaměstnanci periodika, kupříkladu sekretářka, účetní, pracovníci inzertního oddělení či ochranky? Zahrnutí všech zpravidla limitují finanční nebo časové možnosti výzkumu (např. smluvně stanovené datum odevzdání závěrečné výzkumné zprávy), a navíc všichni se nezdají pro zodpovězení výzkumných otázek stejně povolání. Současně je možné, že po dobu, kterou badatel může výzkumu redakce věnovat, s některými osobami vůbec nepřijde do kontaktu. Zkoumání nemusí být dostupní ani všichni kmenoví zaměstnanci, například z důvodu dlouhodobé pracovní neschopnosti, rodičovské dovolené nebo pracovní stáže v zahraničí či školení. Je proto potřeba specifikovat jedince, které v rámci šetření bude zkoumat. Podobně je zřejmé, že badatel nebude zkoumat všechny vlastnosti členů redakce, protože některé z hlediska stanoveného cíle výzkumu nejsou relevantní. Výzkum lze omezit na charakteristiky, jež se projevují v novinářem vykonávané práci nebo se k ní vztahují. Mohl by proto ponechat stranou způsoby trávení volného času. Jejich vynecháním mu ale nevědomky

111 Proto je potřeba být obezřetný k tzv. přemrštěné generalizaci, zobecňování výsledků výzkumu nad rámec jejich platnosti.

112 Podrobněji viz kapitola 5.

unikne, že zástupce šéfredaktora chodí pravidelně hrát squash s jedním z členů redakce, jehož články zpravidla zabírají největší část titulní strany listu. Podobně z pozorování chodu redakce a vedením rozhovorů s jejími členy nezjistí, že hlavní editor udržuje poměr s fotografkou listu, protože o tom zatím nevědí ani jejich spolupracovníci. Je tedy zřejmé, že ve výzkumu dojde i k omezení spektra zkoumaných vztahů mezi jednotkami. Ačkoli provedené redukce budou mít vliv na získané poznatky o zkoumaném sociálním systému, nelze postupovat jinak.

V sociálních vědách je za omezení považován i samotný výzkumník nebo sběrači dat. I on (ona) vstupuje do zkoumaného přirozeného systému, stává se jeho součástí, ovlivňuje jej a je jím zpětně ovlivňován(a). V průběhu výzkumu tak nedochází pouze ke změně zkoumané situace a jejích účastníků, ale vyvíjí se i samotný výzkumník. Přitom výzkumník (i sběrači dat) disponuje vlastním předporozuměním jevů, které se rozhodl vědecky zkoumat. Americký sociolog Charles Wright Mills (2002) již v polovině minulého století doporučoval vědcům, aby se naučili tzv. uzávorkovat svoji osobní zkušenost a porozumění přirozenému světu, což vyžaduje značný cvik a sebereflexi. Důležitou dovedností, již si musí každý začínající výzkumník osvojit, je **kritická sebereflexe** vlastní pozice. Začíná tím, že si badatel uvědomí svoji vlastní hodnotovou orientaci a postoje, které by mohly ovlivňovat jeho výzkumnou práci. Druhý krok představuje snaha nenechat tyto subjektivní soudy v průběhu výzkumu do odborné práce intervenovat.¹¹³ To je teoretická rada, ale není snadné tomuto požadavku dostat. Především výzkumník si nemusí být vědom všech svých názorů a zkušeností, jež by jeho práci mohly ovlivňovat. V některých případech je možnost ovlivnění hodnotovými preferencemi na první pohled zřejmá, například když se badatel jako příznivce krajní pravice či levice rozhodne zkoumat mediální reprezentaci určité politické strany. Podobně tomu může být, když chce zkoumat fanouškovskou komunitu, do které sám patří. Ani v jednom případě takový výzkum není nemožný, je však potřeba revidovat, nakolik jsou výzkumné záměry a zjištění ovlivněny právě danými politickými preferencemi nebo zkušeností s každodenním životem příznivce daného mediálního obsahu. Je možné, dokonce pravděpodobné, že jako člen určitého uskupení má badatel přístup k informacím, které by jiným výzkumníkům zůstaly utajené. To může být velkou výhodou, ale i rizikem, budeme o něm mluvit v kapitole 7 o etnografických výzkumech a zúčastněném pozorování.

113 Srov. Weber (1998a, 1998b), který prosazoval hodnotovou neutralitu sociálních věd.

Pro rekapitulaci: Studium sociální reality zahrnuje řadu rizik a specifických situací. Zkoumaní jedinci sami interpretují svět, v němž žijí, připisují mu smysl a svým jednáním jej zároveň průběžně vytvářejí. Tato vysvětlení většinou zná i samotný výzkumník, protože je součástí stejného zkoumaného světa, a při realizaci výzkumu od nich musí odhlížet. Navíc se liší jazyk vědy a aktérů sociálního světa. Většinu otevřených přirozených systémů nelze v jejich šíři zkoumat a je nezbytné je pro potřeby výzkumu omezit. Tyto redukce způsobují, že výsledné poznatky mají pouze pravděpodobnostní charakter. Ačkoli zkoumání sociální reality není kvůli její složitosti snadné a osobní zkušenost výzkumníka se sociálním světem jeho výzkumné snažení někdy dále znesnadňuje, i sociální vědci aspirují na zjišťování poznatků a formulování teorií s širší platností.

Jak zkoumat sociální realitu

2.

*„...research is never a self-sufficient activity.
Theory is it's Slamee twin.“
(Halloran 1998: 12)*

Je zřejmé, že na poli sociálních věd čelíme mnoha situacím, které výzkumnou práci v oboru zesložitují. V předchozí kapitole jsme mluvili o paradigmatech a mediální studia jsou příkladem multiparadigmatického oboru. To znamená, že ke zkoumání jednotlivých otázek lze přistupovat z odlišných teoretických pozic a ve výzkumu volit různé postupy. Tu nejjednodušší dualitu téměř nesmiřitelných optik představuje kvantitativní a kvalitativní paradigma. Hlavní náplní této kapitoly bude vysvětlení odlišnosti kvantitativního a kvalitativního přístupu k sociální realitě a jejímu zkoumání a představení jednotlivých fází výzkumné práce.

2.1 Kvantitativní versus kvalitativní přístup

V předchozí kapitole jsem nastínila, že je podstatný rozdíl, zda na sociální realitu, a tedy i na objekt zkoumání, nahlížíme z pozice pozitivistické, nebo interpretativní (konstruktivistické). Tato odlišnost se v rovině metodologie sociálněvědního výzkumu odráží v rozlišení dvou paradigmat **kvantitativním** a **kvalitativním**. Jejich rozdíl není pouze v tom, že jedno preferuje hromadné jevy a tzv. tvrdá data a druhé pracuje s daty měkkými (viz níže). Podstata jejich odlišnosti spočívá v rovině obecnější – ontologické či teoreticko-metodologické. Zatímco kvantitativní

přístup je zakotven v novopozitivismu,¹¹⁴ kvalitativní přístup je naopak interpretativní.¹¹⁵ To výrazně ovlivňuje optiku, jak obě paradigmatata vidí jevy, jež mají zkoumat. Zatímco v základu (novo)pozitivismu je předpoklad objektivně existující, exaktními metodami poznatelné empirické reality nezávislé na jedincích, podle interpretativních přístupů je realita průběžně vytvářena jednajícími individui, která v něm žijí a připisují mu významy. Realita vnějšího světa vzniká až v těchto interakcích a skrze ně. Tím interpretativní přístupy nepopírají fyzickou existenci sociální skutečnosti, ale zdůrazňují její proměnlivý charakter a závislost na jednajících aktérech. Proto zdůrazňují nutnost nezkoumat žádný jev samostatně, ale v návaznosti na vědomí jedinců, v němž se reprezentuje. Kvalitativní paradigma více zdůrazňuje specifickou předmětu zkoumání sociálních věd postavenou na základní ontologické dichotomii příroda versus kultura.¹¹⁶ Sociální realita je nahlížena jako ontologicky svébytná, neboť je zvýznamňována a vytvářena aktivně jednajícími individui. Pro kvalitativní a kvantitativní přístup používáme označení paradigmatata, protože vidění zkoumaného světa vědci z těchto dvou přístupů je často takřka neslučitelné. Ačkoli se dívají na stejný svět, vidí jej velmi odlišně. Zatímco kvantitativní přístup je zpravidla spojen s makropohledem, kvalitativní má blíže k mikrorovině zkoumání.¹¹⁷ Pomozte si při jejich odlišení metaforou. Podívejte se na následující fotografii a odpovězte na otázku, co je na ní zobrazeno: Les, nebo stromy?

114 Podrobněji kapitola 1.

115 Do opozice k pozitivismu bývá spíše stavěna hermeneutika. Já záměrně volím interpretativní paradigma provázané s fenomenologií nahlížející na sociální svět jako interpretovaný jeho aktéry, vytvářený jejich sociálními praktikami a zdůrazňující jejich prožívání a každodennost.

116 Podrobněji kapitola 1.

117 Mikrorovina zkoumání se soustředí na individua, případně rodiny či skupiny (označované také za mikrosystémy) a jejich jednání, oproti makropohledu zaměřenému na velké systémy, jako je společnost, organizace, sociální vrstvy, státy a dlouhodobé sociální procesy (kulturu apod.). Zatímco zkoumání mikroroviny je individualistické a soustředí se na každodenní jednání jedinců, zkoumání makroroviny je holistické. Do značné míry je jeden přístup na druhý nepřevoditelný. Metodologický individualismus je přínosný ve zkoumání subjektivního významu jevů pro jejich aktéry, ale selhává při vysvětlení mechanismů fungování společnosti jako celku, a naopak. Řada velkých teorií posledních padesáti let (např. Giddens 1984) se však o jejich skloubení pokouší, neboť je zřejmé, že vysvětlení fungování společenských jevů není možné redukovat ani na teorie o chování jedinců, ani na ty o sociálních cílech. Podrobněji viz např. Fay (2002), Šubrt (2008).



Obr. 1 Stromy, nebo les?¹¹⁸

Tam, kde kvantitativní vědci vidí les tvořený množstvím navzájem si velmi podobných stromů, příznivci kvalitativního přístupu vidí jednotlivé významně odlišné stromy. Stoupenci kvantitativního paradigmatu jsou přesvědčeni, že relevantní údaje o lese můžeme zjistit nejen tak, že jej budeme zkoumat celý, ale i tehdy, když do výzkumu správně (rozumí se podle pravidel pravděpodobnosti) vybereme jen jeho část. Naopak pro zastánce kvalitativního paradigmatu je každý strom natolik specifický a odlišný od ostatních, že jej musíme zkoumat samostatně a detailně. Je jasné, že ve výzkumu nikdy nemůžeme obsáhnout všechny jedince, můžeme ale vypovídat o jednotlivých stromech a je velmi pravděpodobné, že v lese (mezi ostatními stromy, které jsme ještě neměli možnost zkoumat) jsou i další, pro něž jsou naše zjištění také platná. S určitostí to ale říci nemůžeme. Převedeno zpět na rovinu metod zkoumání, kvantitativní šetření zkoumají větší celky prostřednictvím analýzy hromadných dat; kvalitativní se soustředí na jednotlivé jevy, jedince či případy a snaží se o nich vypovídat co nejpodrobněji. Odlišnosti obou přístupů vyplývají z historického vývoje obou tradic. Zatímco u kvantitativního paradigmatu je zřejmá inspirace přírodními vědami a jejich postupy zkoumání, kvalitativní paradigma je specifické pro sociální vědy a čerpá i z oborů humanitních. Pro rozvoj kvalitativního výzkumu byla podstatná linie

118 Barevná reprodukce vyobrazení v barevné příloze.

raně antropologických výzkumů mimoevropských kultur, interpretativní směry a fenomenologie, které naopak odmítaly redukovat aktéry sociálního světa na počítatelné objekty a kladly důraz na významy přisuzované jednání samotnými jednajícími subjekty. Tyto rozdíly v teoretickém zakotvení se zásadním způsobem odrážejí i v rovině empirické.¹¹⁹

Každá z obou tradic má svoji vlastní historii a vychází z jiných ontologických předpokladů. Porozumět této výchozí odlišnosti je klíčové jak pro následnou orientaci ve speciální metodologii mediálních či kulturních studií, tak pro pochopení designu konkrétních výzkumných šetření, neboť obecné teoretické zakotvení je v sociálních vědách pro podobu další empirické práce určující. Nelze však říci, že pro poznání života jedinců v současné společnosti je jeden přístup lepší nebo užitečnější než druhý, naopak se jejich zjištění mohou vhodně doplňovat. Kvalitativní postupy jsou silné tam, kde kvantitativní metody kvůli provedeným redukcím a standardizaci nejsou dostatečně citlivé a nedokážou zachytit drobnosti nebo okrajové jevy, ale také ve výzkumu sociálně či osobně citlivých témat (např. vztahy na pracovišti, k nadřízeným, k etnickým menšinám, zdravotní problémy; v kontextu mediálních studií mohou být takovými tématy kupř. výzkum návštěvnosti některých internetových stránek, určité sledované pořady či hrané počítačové hry nebo i čas reálně strávený těmito aktivitami apod.). Kvantitativní přístupy dokážou vypovídat o velkých celcích a přinášet zobecnitelné poznatky reprezentativní pro celé populace.

- 119 Stejný vliv má na podobu realizovaného výzkumného šetření i paradigmatické zakotvení výzkumníka, zda se hlásí spíše ke konsenzuálnímu, konfliktnímu či interpretativnímu přístupu. V rovině empirické práce se to projeví např. tím, jaké otázky si bude ve vztahu ke zkoumaným jevům klást. Velmi zjednodušeně si to můžete představit na příkladu výzkumu zaměřeného na fungování regionální zpravodajské redakce celostátního deníku. Předem je zřejmé, že to není téma, které by zajímalo zastánce všech tří přístupů do stejné míry a více než makropohledu konsenzuálnímu a konfliktnímu odpovídá interpretativní mikrorovině zkoumání. Přesto se zastánce konsenzuálního přístupu může ptát: Jaká je struktura redakcí celého periodika a jak jednotlivé redakce přispívají k jeho celkovému fungování a dodržují všechny redakce stejná pravidla, mají stejné kompetence? Výzkumníka z konfliktního paradigmatu bude např. zajímat, zda mezi jednotlivými redakcemi existuje nějaká hierarchie, kdo v této struktuře rozhoduje, kdo komu přiděluje práci, a to nejen na rovině jednotlivých redakcí, ale i uvnitř. (Má každý novinář možnost psát o libovolném tématu, nebo je jeho práce omezoována oficiální politikou média či šéfredaktorem? Kdo určuje oficiální editoriaální politiku média – novináři, šéfredaktoři, nebo vlastníci? A spolupracují spolu jednotliví pracovníci, nebo mezi sebou spíše soupeří?) Zastánce interpretativní linie uvažování se bude snažit zodpovědět otázku: Jak funguje každodennost redakce, má nějaká specifika oproti jiným regionálním redakcím daného média, sdílejí její členové nějaké společné vědění nebo třeba společný žargon? Jak oni sami rozumějí procesu přípravy a řízení média a které činnosti považují pro jeho chod za podstatné?

Nejenže každý z přístupů používá specifické techniky sběru a analýzy dat, ale každý pracuje s daty, která mají zcela odlišný charakter. Kvantitativní data mají často numerický charakter nebo jsou na čísla převáděna a mluvíme o nich jako o **datech tvrdých**. Nejčastěji jsou výchozími datovými zdroji tzv. hromadná data, ať už v podobě agregovaných dat (tabulek) shromažďovaných průběžně nějakou institucí (např. úmrtnostní tabulky či statistiky rozvodovosti), nebo získaná přímo pro dané šetření aplikací vybrané výzkumné techniky. K těm nejčastějším patří *survey* neboli hromadné dotazníkové šetření,¹²⁰ případně statistické šetření. Kvantifikace zkoumaných jevů pomocí standardizovaného měření a statistická práce s číselnými údaji je zde pomůckou pro odhalování opakujících se pravidelností, formulování zobecnitelných závěrů a následně i predikcí. Naopak kvalitativní paradigma kvantifikaci sociálních jevů a užití statistických postupů jejich analýzy odmítá, protože se domnívá, že jejich povaha je tímto deformována. „Předmětem kvalitativní metodologie je studium běžného, každodenního života lidí v jejich přirozených podmínkách,“ píše Petrusek (1993: 129). To znamená zkoumat sociální realitu z pohledu samotných aktérů,¹²¹ v kontextu jejich života, jejich vlastním jazykem a v předem nestrukturovaných interpretacích. Proto kvalitativní výzkumy pracují s **měkkými daty**, jež mají zpravidla podobu dlouhých slovních výpovědí či zápisů nebo vyobrazení.

V předchozí kapitole jsem ukázala, že každý sociálněvědní výzkum provádí určité redukce zkoumané sociální reality. V kvantitativním šetření je jich zpravidla více než ve kvalitativních, ale hlavně se odehrávají v jiných rovinách. Kvantitativní šetření se zpravidla soustředí na jedno téma či otázku, jejichž uchopení předem strukturují podle již existujících teorií. V přípravné fázi provádějí řadu redukcí jak v rovině předmětu zkoumání, tak u jeho kontextu, a jsou proto spíše partikulární. Kvalitativní výzkumníci se naopak snaží obsáhnout jev podrobněji v celé šíři jeho rozsahu a působení, jejich práce jsou spíše holistické a snaží se zkoumaný jev uchopit komplexně a zohledňovat přitom i jeho kontext. Kvantitativní šetření přinášejí omezené množství informací o určitém jevu či tématu získané od širokého okruhu zkoumaných jedinců, naproti tomu kvalitativní poskytují značné množství údajů o několika jedincích. Zatímco kvantitativní výzkumníci výrazně omezují množství zkoumaných témat a sledovaných vlastností jevů, kvalitativní redukují hlavně počet zkoumaných jednotek. V předchozí kapitole jsem také uvedla,

120 Podrobněji v kapitole 6.1.

121 Zahrnují i tzv. emický pohled, podrobněji v kapitole 7.

že některých vlastností zkoumaných jevů si výzkumník nemusí být vědom. Kvalitativní přístupy dávají výzkumníkovi větší šanci alespoň některé z původně nepředpokládaných údajů získat a zohlednit v průběhu výzkumu, ale ani zde se nelze těmto omezením zcela vyhnout. Ve standardizovaném kvantitativním šetření je taková možnost minimální, i když jistým pomocníkem zde může být tzv. pilotáž, která na začátku projektu poskytne vhled do zkoumaného tématu.

Kvantitativní šetření usilují o formulaci širěji platných zjištění zobecnitelných na cílovou populaci a k tomuto účelu pracují se speciálními postupy vybranými výzkumnými vzorky.¹²² Naopak kvalitativní šetření se snaží postihnout zkoumaný jev a tomu podřizují volbu zkoumaných jednotek. Jednotky zahrnuté do výzkumu proto nemají být reprezentativním vzorkem pro cílovou populaci, ale právě z hlediska daného jevu. Zatímco kvalitativní přístupy usilují o odhalení a porozumění smyslu jednání jedinců v jeho kontextu, kvantitativní výzkumníci se zaměřují spíše na vystižení obecných vzorců jednání. Kvantitativní výzkum má proto spíše charakter **nomotetických věd**,¹²³ ve kterých se výzkumníci se snaží postihovat obecně platné zákonitosti a formulovat teorie s širší platností. Naproti tomu kvalitativní přístup více odpovídá vědám **idiografickým**, zaměřeným na individuální, specifické rysy konkrétních jedinců, jevů či událostí. Kvalitativní šetření mají častěji podobu **případových studií** (*case study*) věnovaných pouze jednomu objektu či výskytu jevu (případu: jedinci, sdělení, skupině, médiu, události).¹²⁴ Nejedná se tedy o metodu zkoumání, ale o typ výzkumu, formu jeho provedení, jehož cílem je porozumění zkoumanému případu a jeho individuálnímu průběhu a specifikům. Často dlouhodobé studie zpravidla vycházejí z detailního popisu případu a výzkumník přitom využívá co nejširšího spektra dostupných údajů a může kombinovat i různé výzkumné metody a typy dat, aby jeho poznatky byly komplexní. Vzhledem k tomu, že vypovídá pouze o jednom případě, neumožňuje širší zobecňování poznatků, ale poskytuje podklady pro jejich srovnávání.

122 Podrobněji o výběrech zkoumaného vzorku v kapitole 4.

123 Rozlišení věd na nomotetické a idiografické navrhl na konci 19. století německý filozof Wilhelm Windelband (1967). Přírodní vědy jako fyziku a chemii, které usilují o odhalení obecně platných zákonů, označil jako nomotetické (*nomos* je řecky zákon), duchovní vědy (např. historie) zabývající se jednotlivostmi (událostmi, které byly jedinečné) nazýval idiografické.

124 Psychologie mluví o kazuistikách jednotlivých případů.

Naopak kvantitativní šetření aspirují na **reprezentativitu**¹²⁵ a možnost zobecňovat získaná zjištění na širší populaci. Ta je dána a garantována především postupem a kvalitou provedení výběru zkoumaného vzorku. U kvalitativních šetření je však často otázka, zda jejich poznatky vůbec zobecňovat a na jaké jiné jevy. Častěji v tomto kontextu mluvíme o přenositelnosti zjištění, tedy o možnosti aplikovat závěry jedné studie na další případy, jejichž vlastnosti a kontext jsou obdobné té, z níž byly poznatky odvozeny. V podstatě je to možné pouze v případech, kdy existují empirické podklady o jejich vzájemné podobnosti.¹²⁶

Tab. 1 Základní rysy a odlišnosti kvantitativního a kvalitativního přístupu¹²⁷

kvantitativní	kvalitativní
nomotetický	idiografický
hypoteticko-deduktivní	induktivní
teorie je východiskem, je testována	teorie může být výsledkem, je formulována
partikulární	holistický
explanativní	explorativní
měření	popis
tvrdá data, tvrdé metody, velká standardizace	měkká data, měkké metody, bez standardizace
kauzální vysvětlení, odhalení příčinných souvislostí	snaha o porozumění
omezené informace o mnoha jedincích	mnoho informací o málo jedincích
redukce počtu pozorovaných proměnných a sledovaných vztahů mezi nimi	redukce počtu pozorovaných jednotek
reprezentace populace výzkumných jednotek	reprezentace zkoumaného jevu
možná generalizace na celou populaci	generalizace obtížná, zpravidla nevyžadovaná
spíše reliabilní, méně validní	vysoce validní, málo reliabilní

Validita a reliabilita výzkumných šetření

Pro posouzení kvality empirického šetření používáme několik základních kritérií. Kromě zmíněné **validity** a **reliability** mluvíme také o **relevanci** a **senzitivitě**.

125 Podrobněji v kapitole 4.

126 Někdy je zobecňování zjištění kvalitativních výzkumů odmítáno zcela s odvoláním na jedinečnost lidské zkušenosti, v jiných případech je irrelevantní (Loučková 2010).

127 Srov. např. Disman (1995), Hendl (2005), Babbie (2008).

Validita (platnost) určuje rozsah, na němž měříme skutečně ten koncept, který jsme zamýšleli, a do jaké míry jsou naše šetření a použité techniky sběru a analýzy dat schopny postihnout skutečné charakteristiky zkoumaného jevu. Psychologie odlišuje **validitu vnitřní** (interní) a **vnější** (externí). Interní validita se vztahuje k samotnému designu výzkumu, jeho struktuře a průběhu, co bylo měřeno a jak (jak přesné byly operacionální definice měřených proměnných). V závislosti na tom zjišťujeme, s jak velkou mírou jistoty lze konstatovat, že pozorované změny závislé proměnné jsou důsledkem vlivu proměnné nezávislé,¹²⁸ a ne nějaké jiné intervenující veličiny. To však lze posuzovat pouze ve výzkumu vedeném experimentálním způsobem, proto se u studií popisných omezuje hodnocení vnitřní validity na její přesnost a vhodnost vzhledem ke zkoumanému tématu. Externí validita vypovídá o platnosti zjištění výzkumu na širší (cílovou) populaci, tedy o možnosti výsledky zobecnit, vztáhnout jejich závěry i na jednotky, které se výzkumu nezúčastnily, na prostředí či podmínky, jež nebyly přímo zkoumány, případně na jiné časové (historické) období, než v jakém byl výzkum realizován. Externí validita je proto do značné míry závislá na reprezentativitě vzorku a na variabilitě zkoumaného jevu.¹²⁹

V sociologii se častěji odlišuje **validita empirická** a **teoretická**. První zohledňuje, nakolik data odpovídají realitě, což lze zhodnotit poměrně obtížně (pomocí experimentu). Teoretická nebo také konstruovaná validita posuzuje adekvátní volbu východisek výzkumu a nakolik zjištění výzkumu odpovídají naměřeným hodnotám. Podrobněji lze odlišit i validitu deskriptivní, zaměřenou na faktickou přesnost údajů v závěrečné zprávě, zda některé údaje nejsou vynechány, validitu interpretace dat a validitu jejich zobecnitelnosti.¹³⁰

Na první pohled nemusí být zřejmé, v čem problematika validity šetření spočívá, respektive proč bychom zjišťovali něco, co jsme vlastně nechtěli zkoumat. Problém je opět ve složitosti sociální reality a také v tom, že výzkumníci a jejich informanti často mluví odlišnými jazyky, a proto si nemusejí rozumět zcela přesně. To je příčinou, proč jsou kvantitativní šetření méně validní než ta kvalitativní, která poskytují možnost více se doptávat a ujistit se, zda jsme informaci opravdu porozuměli. Problém s validitou výzkumných nástrojů souvisí s tím, že v sociálních vědách, a tedy i v mediálních studiích, je značně obtížné vytvořit obecněji použí-

128 Podrobněji viz kapitola 5.

129 Srov. Kerlinger (1972), Ferjenčík (2000).

130 Podrobněji viz Hendl (2005).

telný výzkumný nástroj nebo měřítko. Výzkumné nástroje jsou zpravidla vytvářeny jednotlivě pro každý výzkum, a proto musejí být vždy znovu validizovány. Určitý dotazník, scénář rozhovoru nebo záznamový arch může být adekvátní ke zkoumání zvoleného tématu za daných podmínek, ale nemusí se hodit například pro jinou populaci, jiné časové období či kontext. To je typickým úskalím mezinárodních srovnávacích výzkumů, v nichž nelze jednoduše přeložit výzkumný nástroj z jednoho jazyka do druhého, ale je potřeba znovu promýšlet kladené otázky, zda i v odlišných kulturách slouží jako dobré ukazatele jevů, které chceme zkoumat. Zároveň řada redukci, jež provádíme v kvantitativních šetřeních, k validitě nepřispívá. Naopak velká míra standardizace kvantitativních výzkumů vede k jejich vyšší reliabilitě.

Reliabilita neboli spolehlivost odkazuje k rozsahu, na němž měření dává konzistentní výsledky. Tedy do jaké míry by data získaná v opakovaném měření za stejných podmínek byla shodná s předchozími. Reliabilní měření je takové, které by při hypotetickém opakování za nezměněných okolností přineslo (prakticky) stejná data.¹³¹ Srovnáme-li standardizované dotazníkové šetření s nestandardizovaným hloubkovým rozhovorem, je zřejmé, že pokud má respondent možnost zvolit jednu z nabízených variant odpovědi, je větší pravděpodobnost, že při opakovaném šetření odpoví stejně, než když svoji odpověď na položenou otázku může formulovat zcela libovolně a jeho odpověď mohou ovlivnit aktuální vjemy, nálada, zážitky i celkový průběh rozhovoru.

Reliabilita je považována za podmínku validity. Záleží na tom, jakou míru validity a reliability¹³² považujeme za vyhovující. Je zcela možné, že šetření, které opakovaně poskytuje velmi konzistentní data, zároveň měří něco jiného, než výzkumník původně zamýšlel,¹³³ ale my o tom

131 Realizace takového opakovaného měření je v zásadě nemožná, neboť u zkoumaných jednotek (jedinců) zpravidla v průběhu času dochází k učení se, a je tedy velmi nepravděpodobné, že by jejich odpovědi byly i napodruhé zcela stejné jako v předchozím případě, už jen proto, že první šetření mohlo u zkoumaných jednotek vzbudit zájem o kladené otázky a podnítit jejich uvažování o daném tématu. Navíc v mezičase mezi oběma šetřeními by pravděpodobně došlo i k dalším změnám v podmínkách výzkumu, které nemůžeme ovlivnit ani kontrolovat. „Problémy s reliabilitou se vyskytují vždy (v různé míře), kdykoliv pracujeme s lidmi,“ píše Loučková (2010: 62).

132 Míru validity i reliability měření lze testovat. Koeficient validity r nabývá hodnot od 0 do 1 a testuje těsnost lineárního vztahu mezi testem x a kritériem z , čím více se hodnota rxz blíží 1, tím je validita vyšší a šetření přesnější. Koeficient reliability výzkumného nástroje vyjadřuje míru stability dat získávaných v opakovaném šetření. Specifickým případem je pak koeficient kodérské reliability. Podrobněji viz kapitola 6.1.

133 Podobně jako se při střelbě na terč můžete trefovat poměrně systematicky do určitého místa, ale mimo samotný střed terče.

nevíme. Taková zjištění nebudou příliš přínosná. Stejně tak ale může být validní šetření, které není příliš reliabilní, což může být případem kvalitativních výzkumů. Ani takové šetření není nejlepší, neboť jeho zjištění jsou omezena právě a pouze na zkoumané případy v daném čase. Obecně platí, čím méně reliabilní jsou zpracovávaná data, tím menší je šance na validitu závěrů z nich vyvozených.

K zajištění reliability a validity kvantitativních šetření můžeme přispět především výběrem vhodných výzkumných technik, testováním adekvátnosti připravených měřicích nástrojů v předvýzkumu a v případě analýzy dokumentů dodržováním stanovených postupů kódování všemi zúčastněnými kodéry. Také v rámci kvalitativního paradigmatu máme k dispozici postupy, jak kontrolovat validitu jeho výstupů. Především můžeme výsledky provedených analýz srovnávat s jinými zdroji vědění, včetně zdravého rozumu. Můžeme je dát posoudit těm, o jejichž jednání bezprostředně vypovídají, nebo naopak skupině expertů na danou oblast, kteří je přijmou nebo nepřijmou jako pravděpodobné (Petrušek 1993). V neposlední řadě je lze srovnávat i se závěry získanými kvantitativními metodami, nebo tím, že určitý problém zkoumáme více postupy. Popřípadě tak, že otestujeme výzkumný nástroj na jedincích, o nichž bezpečně víme, že vlastností, kterou chceme zkoumat, určitě disponují.

Doplňme ještě poslední dvě zmíněná kritéria hodnocení kvality výzkumných šetření, s nimiž se ale setkáte výrazně méně často. **Relevance** zohledňuje vhodnost použití výzkumné procedury k řešení daného problému. Nakolik je daný výzkumný postup vhodný pro zodpovězení výzkumných otázek a přináší relevantní výsledky? Pokud vám to připomíná vnitřní validitu, není to špatně.

Kritérium **senzitivity** a **specifičnosti** se vztahuje k přesnosti měření daného výzkumného nástroje a ukazuje její míru. Přesněji nakolik měření dokáže lokalizovat výzkumnou jednotku ve vztahu k měřené proměnné. Senzitivnější měření dokáže odlišit nejen existenci vlastnosti, ale i její intenzitu.

2.2 Struktura vědeckovýzkumného procesu

Bez ohledu na teoreticko-metodologické zakotvení mají z obecného pohledu všechna výzkumná šetření velmi podobnou základní strukturu a musejí projít určitými fázemi. V rovině realizace je ale každý výzkum

specifický a jednotlivé části výzkumu se zpravidla prostupují. Zároveň není výjimkou, když je výzkumník někdy nucen udělat i několik kroků zpět či je vícekrát opakovat. Přitom platí, že kvalita provedení jednotlivých částí výzkumu ovlivňuje kvalitu celého šetření a hlavní výzkumná otázka a cíle výzkumu předurčují charakter celého výzkumného procesu, aplikaci konkrétních výzkumných technik a postupů sběru dat. Různí autoři uvádějí odlišný počet těchto kroků, v závislosti na míře podrobnosti a používají pro ně i různá označení. Do jisté míry se i jednotlivé kroky liší podle toho, zda se jedná o primární nebo aplikovaný výzkum, zda jde o práci vědeckou či šetření realizované na zakázku pro platícího klienta mimo akademickou sféru apod. V každém výzkumném šetření lze identifikovat následující tři základní fáze:

příprava

- stanovení cíle výzkumu
- formulace výzkumných otázek
- určení cílové populace
- navržení základní výzkumné strategie
- volba výzkumné metody a techniky



realizace

- příprava výzkumného nástroje
- výběr zkoumaného vzorku
- sběr dat
- analýza dat

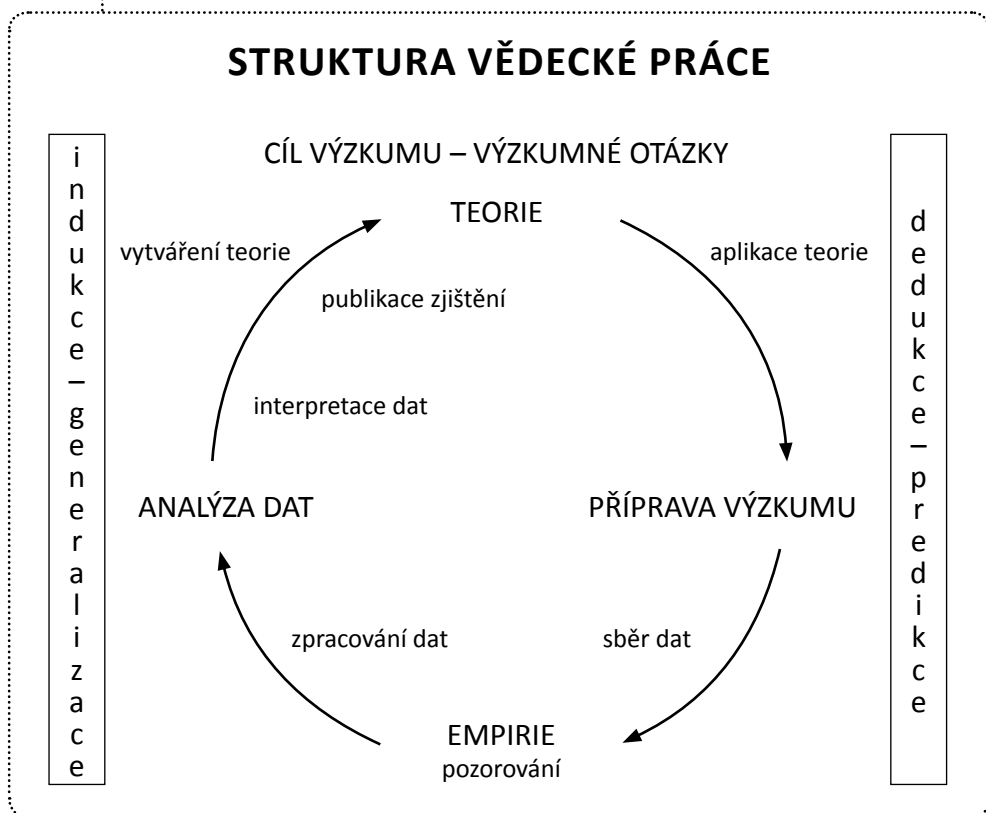


závěry

- interpretace dat
- teoretické zobecnění poznatků
- vypracování závěrečné zprávy
- publikace závěrečné zprávy o výsledcích
- zhodnocení kvality provedení celého šetření

Obr. 2 Fáze výzkumného procesu

Podrobnější schéma empirických šetření závisí na teoretickém zakotvení výzkumníka a metodice konkrétního šetření, postupně v následujících kapitolách budeme procházet jednotlivé z nich. Nyní se na strukturu výzkumného šetření podíváme ještě z obecnějšího pohledu. V první kapitole jsem uvedla rozdíl mezi dvěma základními postupy práce ve vědě, **indukcí** a **dedukcí**. Při dedukci testujeme, zda se obecná tvrzení odrážejí v konkrétních případech, a při indukci naopak zobecňujeme individuálně pozorované. Deduktivní metoda vychází z teorie a všímá si, do jaké míry jsou data s teorií v souladu. Induktivní metoda pracuje v jistém smyslu obráceně, hledá pravidelnosti pozorovaných jevů a formuluje o nich obecnější tvrzení; postupuje od jednotlivého k obecnému. Tyto dva postupy se odrážejí ve struktuře výzkumných šetření a ukazují také základní odlišnost kvantitativní a kvalitativní výzkumné strategie. V tomto smyslu je lze postavit proti sobě: vytváření teorie a testování teorie. Rozdíl mezi nimi reflektuje i rozdíly mezi kvalitativním a kvantitativním výzkumem. Oba přístupy však lze také vzájemně provázat.



Obr. 3a Struktura vědecké práce a její prvky

Induktivní charakter kvalitativního šetření je předurčuje ke generování nových teorií¹³⁴ vysvětlujících data získaná zkoumáním výseku sociální reality. Deduktivní kvantitativní šetření následně umožňuje testovat širší platnost těchto vysvětlení na rozsáhlejší populaci. Jinými slovy, kvalitativní výzkum vychází z pozorování sociální reality a jejich zobecněním vytváří nové teorie, naopak kvantitativní přístup testuje stávající teorie na příkladech sociální skutečnosti, ve které ověřuje jejich platnost. Nebo, jak říká Disman (1995), kvantitativní výzkum je především testováním hypotéz odvozených z nových teorií, jež byly formulovány v rámci předchozích kvalitativních šetření.



Obr. 3b Struktura kvantitativního výzkumu

134 Příkladem induktivního postupu je zakotvená teorie Strausse a Corbinové (1999), se kterou je někdy zjednodušeně ztotožňován kvalitativní přístup; představím ji v kapitole 8.1 věnované kvalitativní analýze dat.

Vědecká práce má cyklický,¹³⁵ přesněji spirálovitý charakter. To znamená, že se nevrací na začátek, do stejného bodu, a nikdy není ukončená. Naopak každý cyklus generuje další otázky a úkoly pro následná zkoumání. Základní trajektorii empirické vědecké práce kopírující epistemologický kruh naznačují obrázky 3a, 3b, 3c (inspirováno Wallacem /1971/, cit. podle Možný, Rabušic /1989/). Základními postupy vědecké práce jsou proces vytváření a ověřování platnosti teorií.¹³⁶ Ponechám přitom stranou otázku, zda vědecký proces začíná empirickou prací (pozorováním), nebo naopak, jak tvrdil Popper, teorií vedenou výzkumnou otázkou. Začněme tentokrát od pozorování, neboť poskytuje podklady pro následný vědecký proces, tedy i pro teorie a hypotézy, které jsou z nich vyvozeny prostřednictvím **empirické generalizace**. Wallace tento postup rozděluje do dvou kroků, první označuje jako **induktivní výzkumnou fázi** vědeckého procesu, ve které jsou shrnuty empiricky zjištěné podobnosti, například do podoby statistických generalizací. Tato shrnutí však nelze považovat za univerzálně platné výpovědi, jak dříve tvrdili zastánci čisté indukce. Ve druhém kroku – **induktivní teoretické generalizaci** – probíhá vytváření teorií z empirických generalizací vytvořením konceptů a formulováním hypotéz. Následně je však potřeba v deduktivním teoretizování testovat vnitřní pevnost nově vzniklé teorie a srovnávat ji s jinými: Jaký je její rozsah platnosti, má vyšší úroveň abstrakce než jiné? V **deduktivní výzkumné fázi** dochází k testování teorie na empirických datech. Na základě srovnání naměřených údajů s předpověďmi (hypotézami) výzkumník rozhoduje, zda platnost teorie bude podpořena, nebo bude teorie vyvrácena či upravena a znovu testována. Testování teorie může probíhat vícekrát různými postupy a v odlišném kontextu. Výsledky, které v testech dostaneme a které s teorií nejsou v souladu, slouží jako další podněty pro formulování nové teorie. Deduktivní metoda tedy doplňuje teoretickou indukci eliminací či přeformulováním teorií, jež při empirické generalizaci na základě pozorování příliš zdůraznily určité jevy nebo jejich stavy na úkor jiných. Pozorování téměř nikdy nejsou (a nemohou být) úplná, proto vždycky existuje možnost, že objevíme data, která platnost teorie zpochybní. Popperovým jazykem: falzifikujeme ji. Z hlediska jednoho

135 Rubinstein (in Blaikie 2000) uvádí, že věda je proces, který postupně zkoumá svět pomocí systematického střídání indukce a dedukce a opakovaným procesem zdokonalování a ověřování myšlenek. Podobně to tvrdil např. také Popper (1997).

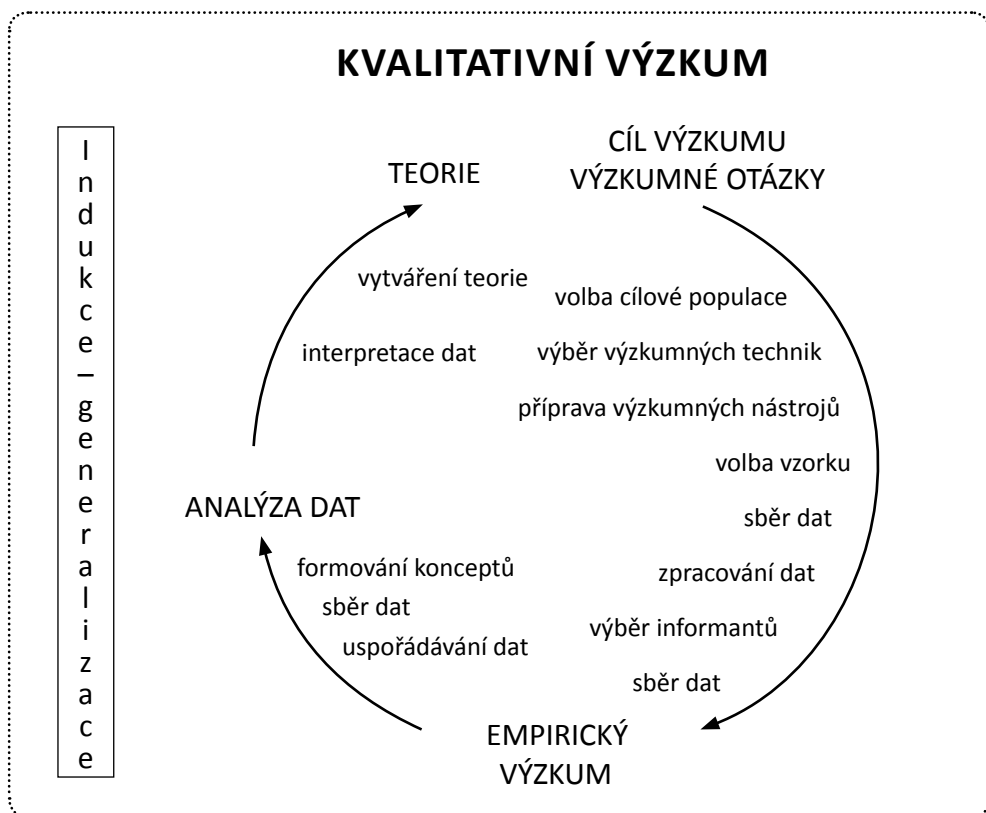
136 Jakub Macek (2012: 5) píše: „Věda se podobá detektivce, v níž se vyšetřovatel pohybuje mezi hypotézami o tom, kdo vraždil, proč a jak, a sbíráním důkazů, na jejichž základě jsou hypotézy o zločinu, jeho motivech a průběhu postupně korigovány.“

výzkumného šetření lze kvantitativní výzkum považovat za lineární. Z pohledu vědecké práce jde spíše o nikdy neukončený proces, neboť vědecké teorie jsou podrobovány testování a srovnávání s novými fakty opakovaně a kdykoli mohou být reformulovány nebo opuštěny. Teorie se nesmí stát dogmatem a každý vědec by měl být připraven pochybovat o platnosti svých argumentů, stejně jako v jeho oboru průběžně přetrvávají pochybnosti o pravdivostní hodnotě teorií. To je podstatou kritického racionalismu ve vědě.

Jednotlivé verze vyobrazení ukazují strukturu fází kvantitativního i kvalitativního výzkumného postupu. Mělo by být zřejmé, že jsou si velmi podobné, a zároveň že jakkoli lze výzkumné šetření formálně rozdělit do více kroků, je ve své podstatě velmi kompaktním a vzájemně provázaným celkem, ve kterém jednotlivé části přímo ovlivňují následující. Tato provázanost jednotlivých částí výzkumu je ještě výraznější u šetření kvalitativních.

Pro rozvoj každého vědního oboru je stejně důležitá jeho teoretická i empirická část, rozvíjení teoretické základny i získávání nových poznatků o vnějším světě. Dobrá teorie je to nejužitečnější, co výzkumník může mít, neboť naznačuje, co hledat, jak jev popsat a jaké konkrétní kroky mohou přispět k rozšíření dosavadního vědění o sociální realitě. Zároveň by ale mělo být zřejmé, že funkce empirie v procesu poznání je nepostradatelná a nelze ji od teoretické roviny oddělit. Stejně tak nelze budovat teorii bez opory empirických zjištění a naopak nemá smysl zkoumat, aniž bychom naše zkoumání zobecňovali a zpětně zakomponovali do stávajícího teoretického rámce. Je proto obvyklé, když sociální vědci postupují od dílčích kvalitativních šetření a platnost svých zjištění následně kvantitativními postupy testují na širší populaci. V posledních desetiletích se častěji upozorňuje na slabiny obou metodologických paradigmat a vzniká stále více výzkumných projektů, které používají výzkumné techniky obou jako doplňující se nástroje poznání. Můžete se dočíst o tzv. **integrovaném přístupu**, který se snaží o propojení obou pohledů na obecnější rovině a pracuje paralelně s kvantitativními i kvalitativními technikami sběru dat, jež nemají fungovat pouze jako komplementární, ale jako integrální součásti nového širšího postupu zkoumání (Loučková 2010).¹³⁷

137 Jiným přístupem je kvalitativní srovnávací analýza (*qualitative comparative analysis*) Charlese Ragina (1987), která má pomáhat překonávat omezení výzkumů, jež chtějí formulovat kauzální závěry na základě pouze nízkého počtu zkoumaných případů. Označení tohoto postupu je však poměrně zavádějící, neboť se jedná o využití postupů matematické logiky, statistiky apod.



Obr. 3c Struktura kvalitativního výzkumu

V některých výzkumných projektech je předem plánováno nejprve menší kvalitativní šetření, označované jako **pilotní výzkum**, ačkoli hlavní část výzkumu je následně vedena kvantitativními postupy. Tzv. pilotáž nebo také orientační výzkum se provádí v malých skupinách vybraných z populace, kterou chceme zkoumat. K tomu jsou využívány kvalitativní techniky sběru dat, především nestandardizovaný rozhovor, popřípadě pouze přehledová rešeršní studie (ta ale nemusí být vždy dostatečná, protože nepřináší informace přímo z prostředí, jež má být zkoumáno). Cílem pilotáže je poskytnout základní údaje o předmětu výzkumu a terénu, ve kterém bude šetření probíhat, a zjistit, zda námi požadovaná informace ve vybrané populaci existuje a je pro rozsáhlejší šetření dostupná, třeba zda bude dostatek respondentů, kteří budou ochotni o vybraném předmětu informovat. Například bychom chtěli zkoumat každodenní rutinu silných hráčů počítačových her, ale v pilotáži odhalíme, že tyto osoby nejsou pro své zaujetí hrou ochotné sdílet údaje o svém

jednání s výzkumníky a že uvažované téma proto pro standardizované kvantitativní šetření není vhodné. V případě, že jsou naším objektem zájmu fyzické objekty, kupříkladu periodika v obsahové analýze, může mít pilotáž podobu vstupního monitoringu jednotlivých výtisků a vyhledání obsahů vztahujících se ke zvolenému předmětu výzkumu. Tak si výzkumník udělá představu o celkovém množství relevantních obsahů v celé zkoumané populaci, ale i o čase, který zabere zpracování jednoho výtisku zkoumaného periodika apod. Ačkoli se zpravidla jedná pouze o sondu, měla by být natolik důkladná, aby poskytla vhled do tématu, a proto nelze její přípravu a provedení podcenit.

Od pilotního výzkumu odlišujeme **předvýzkum**. V tomto případě se jedná o pretest našich výzkumných nástrojů, jenž provádíme na malém vzorku (cca 1–2 %) výzkumných jednotek (respondentů nebo např. dokumentů) z cílové populace. Cílem předvýzkumu je vyzkoušet připravený výzkumný nástroj, který chceme použít pro sběr dat, a odhalit jeho nedostatky. Nejčastěji se jedná o dotazník, ale může jít o záznamový arch pro standardizované pozorování nebo pro obsahovou analýzu. V případě dotazníku testujeme jednoznačnost a srozumitelnost kladených otázek, u záznamových archů to, zda pokrývají všechny jevy, jež se v průběhu předvýzkumů vyskytly. Předvýzkum poskytuje zpětnou vazbu, zda je připravený výzkumný nástroj funkční, zda nějaká otázka nechybí nebo jestli nabízené varianty odpovědí nejsou zvolené nevhodně apod. V případě obsahové analýzy je vytvořený záznamový-kódovací arch vodítkem pro kodéry, jak postupovat při posuzování jednotlivých výzkumných jednotek, jaké parametry budou zaznamenávat a do jakých kategorií. V zásadě je předvýzkum jedním z dílčích kroků zvyšujících validitu a reliabilitu šetření, o kterých budeme mluvit vzápětí. Předvýzkum lze použít jak v kvantitativním, tak v kvalitativním výzkumu, ale zatímco v těch kvantitativních je nezbytný, u kvalitativních se s ním setkáváme výrazně méně často. Důvodem je větší flexibilita kvalitativních postupů, které dovolují výzkumníkovi na základě získávaných dat modifikovat navrženou strategii výzkumu i v jeho průběhu a doplňovat vhodné další výzkumné techniky apod.

Jak začít aneb Šťěstí přeje připraveným

3.

„With all academic research, researchers need to have at least some idea of what they are about, why they are about it, how they intend to go about it, what they hope to achieve by it and what they intend to do with it once they have achieved it.“

(Hansen /eds./ 1998: 49)

V této kapitole se posuneme k praktické stránce vědecké práce a zaměříme se na otázky, které si každý výzkumník klade na začátku při přípravě výzkumného šetření. Přípravná fáze výzkumu má řadu shodných prvků, ať se jedná o zakládání výzkumného šetření, či promyšlení práce teoretické, a to napříč vědními obory. Preempirická práce spočívá především v přípravě podkladů pro výzkum a je stejně důležitá jako následná část empirická. Standardním postupem vědce na počátku nového projektu je promyšlení výzkumného problému a zvažování nejvhodnějších postupů, jak jej řešit, zodpovědět kladené otázky a naplnit očekávané cíle. Každý výzkum je zásahem do sociální reality, je s ním spojena i odpovědnost a různé etické otázky týkající se například způsobu práce s citlivými daty apod.¹³⁸ Proto je potřeba každé výzkumné šetření předem promyslet a detailně naplánovat.

3.1 Příprava empirického výzkumu

Na začátku každého výzkumu by měl být vypracován projekt výzkumu. V odborné akademické práci jsou takovými projekty grantové žádosti

138 Podrobněji viz kapitola 6.2.

(viz níže), které specifikují, čemu se výzkumník bude věnovat, jak využije poskytnuté finanční prostředky a čím za ně obohatí svoji vědní disciplínu. Na úrovni studujících je analogickým projektem výzkumu projekt diplomové práce.¹³⁹ Začínající výzkumníci si často nejsou zcela jistí, jak zvolit vhodný výzkumný problém, jak jej zúžit do podoby realizovatelného empirického šetření a jak vybrat odpovídající metody zkoumání. To jsou klíčová témata, jimž je věnována tato kapitola. Začneme náhledem do všednodenní rutiny akademického pracovníka, který ukáže, kde hledat motivaci pro volbu výzkumných témat.

Volba výzkumného tématu

Vědci zpravidla využívají dva klíčové zdroje inspirace pro své výzkumy. Prvním z nich je věda samotná, respektive její teoretický korpus, který často obsahuje řadu dosud netestovaných tvrzení; druhou je vnější svět a otázky nebo problémy, jež musejí řešit jedinci v něm žijící. Vybrané téma tedy může odrážet v realitě existující sociální problém. Často jsou oba inspirační zdroje v přípravné fázi propojeny, když pro praktické situace hledáme hypotetická vysvětlení ve vědecké teorii. Obvyklá a zcela legitimní je i volba tématu výzkumné práce na základě dlouhodobého zájmu. Příkladem mohou být výzkumy recepce vybraných mediálních obsahů, které výzkumník podrobně zná. Osobně za nejvhodnější inspiraci pro přípravu nového výzkumu považují statě publikované v oborových periodících. Nejenže procházejí recenzním řízením, jež garantuje jejich odbornou kvalitu, ale obsahují jak přehled relevantní literatury k tématu, tak popis použité výzkumné strategie i jeho rizika a slabiny. Využití takových textů jako výchozího vodítka je výhodné pro začínající výzkumníky, protože pomáhají stanovit nejen výzkumné otázky, ale i postup práce, vhodné výzkumné metody a odkazy na další zdroje. To umožňuje replikaci daného výzkumu na aktuální podmínky badatele, který jej může adaptovat například na specifickou zkoumanou populaci nebo určité médium. Jako vodítka mohou sloužit i klasické studie oboru, kupříkladu výzkum Elihu Katze a Tamary Liebesové (1993), kteří pomocí techniky focus group¹⁴⁰ zkoumali receptci seriálu *Dallas* různými skupinami příjemců. Jejich výzkumnou otázkou by

139 Volně řečeno jde o kuchařský recept, podle kterého práci „uvaříte“. Mělo by z něj být jasné, co budete vařit, za jakým účelem, pro koho, kolik porcí, jaké použijete ingredience a jak je namícháte. Podle takového receptu by stejný pokrm měli být schopni uvařit i jiní kuchaři.

140 Podrobněji v kapitole 6.2.

bylo možné rekonstruovat takto: Jaké jsou a v čem spočívají odlišnosti v recepci jednoho dílu seriálu *Dallas* u vybraných skupin příjemců? Modifikací tohoto výzkumu lze realizovat nespočet, například zkoumat, v čem se liší recepce seriálu *Zoufalé manželky* u mužů a žen středního věku nebo u studentek vysoké školy a stejně starých zaměstnaných žen atd. Výzkumnou otázku konkrétního šetření inspirovaného výzkumu recepce lze formulovat i odlišně, například: Do jaké míry ovlivňuje recepci vybraného mediálního obsahu gender, věk, vzdělání či profese příjemců nebo třeba jejich míra televizní konzumace, popřípadě to, zda žijí v dlouhodobém partnerském vztahu či nikoli?

Motivací k realizaci výzkumu může být jak snaha poukázat na problém a najít jeho řešení, tak inspirace dosavadními poznatky vědy, existující teorií, odbornou literaturou a již realizovanými výzkumy.¹⁴¹ Podstatný je i přínos navrhované práce pro studovaný obor, proto je důležité specifikovat, v čem je práce inovativní a jakého typu budou její závěry, například zda půjde o návrhy pro praxi nebo o novou teorii. Originalita navrhovaného výzkumu a přínos pro rozvoj oboru patří při rozdělování grantových prostředků a hodnocení kvality projektu k těm nejpřísněji posuzovaným. Při formulaci výzkumného problému je tedy na místě se ptát, zda je problém relevantní a signifikantní¹⁴² pro vámi studovaný obor,¹⁴³ zda je vědecky uchopitelný a empiricky testovatelný a zda je jeho realizace ve vašich možnostech.

141 Vodítkem mohou být i již obhájené diplomové práce, ale dříve, než se necháte inspirovat prací jiného studenta, seznamte se s jejím hodnocením. Ačkoli metodologické standardy vědy platí obecně a shodují se i kritéria posuzování diplomových prací, váha, která je na jednotlivá z nich kladena, se liší nejen v rámci jednotlivých oborů, ale i na různých školách. Přestože práce byla obhájena, může obsahovat zásadní nedostatky a je zbytečné, abyste tyto chyby opakovali.

142 Irelevance vzhledem k oboru je jedním z úskalí, kterým čelí diplomanté při výběru tématu svých prací, protože otázky, jež si kladou, neodpovídají studovanému oboru nebo pro něj nejsou důležité. Například vymezení tématu „studium každodennosti totální instituce – analýza deníkových záznamů uživatelů návykových látek z pobytu v odvykacím zařízení“ není pro mediální studia adekvátní. Pokud je přeformulujeme na otázku „jak se promítá užívání vybraných typů médií do procesu léčby drogově závislých“ nebo budeme zkoumat záznamy uveřejňované např. na blogu nebo sociálních sítích, bude akceptovatelné.

143 Přestože vyučující zpravidla vypisují témata diplomových prací, doporučuji, aby si student zformuloval vlastní téma podle svého profesního zájmu, a pak teprve hledal vhodného konzultanta, který mu s realizací poradí. Volba vedoucího práce je mnohdy stejně zásadním rozhodnutím jako volba tématu.

Specifikace předmětu výzkumu

Nejdůležitějším základním stavebním kamenem každého výzkumu je vymezení problému, na který se chce výzkumník zaměřit. Toto vymezení určuje, co bude zkoumat, z čeho bude vycházet, a předjímá, jak bude postupovat. Nemusí se jednat o encyklopedickou formulaci, dokonce vhodnější je soubor **výzkumných otázek**, na něž chce odpovědět. V základu každého šetření je zpravidla celá sada výzkumných otázek. Rozdělujeme přitom **základní výzkumnou otázku** a od ní **odvozené výzkumné otázky**, jež dále rozvíjejí a specifikují naši oblast zájmu. Pro realizaci výzkumu platí, že všechny údaje, které ve výzkumu dostáváme, vztahujeme ke stanovenému výzkumnému problému a ptáme se, zda jsou pro něj relevantní a důležité. Vždy je přínosnější detailní analýza jednoho jevu, například případová studie, než obecný, a proto často povrchní projekt se širokým záběrem.

Při promýšlení výzkumného projektu je důležité kriticky zhodnotit, nakolik je vybrané téma dostupné zkoumání a jak je možné jej uchopit. Případem mohou být etnografické studie mediálního chování specifických skupin. Často se jedná o uzavřené komunity (subkultura hráčů určité počítačové hry, rodiny ukrajinských přistěhovalců apod.), do kterých výzkumník nemůže snadno proniknout nebo jejich členové nebudou ochotni sdílet své zkušenosti. Podstatnou otázkou je i to, zda je navrhovaná studie nejen v odborných, ale i časových a někdy také finančních možnostech badatele. Začínající výzkumníci se často obávají, že jejich téma je příliš specifické a nebudou mít o čem psát, a proto je vymezení nedostatečné. Opak je pravdou, čím úžeji zacílená práce, tím lépe. Široce zadaná témata často autora svádějí k rekapitulování již publikovaných zjištění, což má pro obor minimální přínos.

T problém **A**

Obr. 4 Téma výzkumu a zkoumaný problém

Vraťme se k přípravě výzkumu. Terminologie používaná v tomto kontextu je bohužel neustálená a není užívána konzistentně. Označení

problém, téma, předmět či **objekt výzkumu**,¹⁴⁴ **otázka** jsou často používána jako synonyma. Při zakládání výzkumu je však vhodné odlišit různé úrovně obecnosti, proto doporučuji na základní rovině mluvit o tématu a dále o výzkumném problému. Jak naznačuje obrázek 4, zvolený problém je pouze dílčí částí zkoumaného tématu. Nestačí uvést širší téma práce, ale je nutné je zúžit na problém, jenž bude výzkumník řešit, specifikovat předmět a stanovit si cíl práce. Nejsnazším i nejhodnějším způsobem, jak to udělat, je zformulovat základní výzkumnou otázku, kterou má výzkum pomoci zodpovědět. Ale i mezi předmětem výzkumu a výzkumnou otázkou je rozdíl. Předmětem výzkumu je zpravidla jev či proces (např. mediální reprezentace ministerského předsedy nebo recepce hlavní zpravodajské relace *Události*), na nějž se ptáme ve výzkumné otázce. Je důležité předmět výzkumu předem vymezit: jasně, jednoduše, stručně a vyhnout se přitom formulacím, u nichž může dojít k různému výkladu. Pomocí výzkumné otázky identifikujeme jevy, které budeme sledovat.

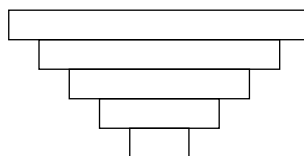
Při promýšlení výzkumu můžeme analyticky odlišit pět úrovní specifikace předmětu zkoumání, jež se liší mírou abstrakce. Na nejvyšší rovině obecnosti známe jen hrubý nárys zvoleného tématu (ještě vyšší rovinu obecnosti pak tvoří vědecký obor – např. mediální studia a výzkumná oblast –, kupř. výzkum publika) a s každým dalším krokem se připravované šetření zpřesňuje. Jako pomůcku si můžeme představit pyramidu stojící na špičce. Nahore je nejobecnější téma výzkumu, dole naopak konkrétní otázky pro sběr dat, které určují, prostřednictvím jakých údajů budou zodpovězeny položené výzkumné otázky. Jednotlivé úrovně pyramidy jsou velice úzce provázané, což přispívá k validitě celého šetření a jeho soudržnosti. Zatímco při přípravě výzkumu postupujeme shora dolů a své téma specifikujeme, v samotném výzkumu jdeme v protisměru. Prostřednictvím dat získaných jako odpovědi (respondentů) na otázky pro sběr dat budeme odpovídat na specifické výzkumné otázky a na jejich základě pak na základní výzkumnou otázku.

Jistě bychom našli složitější výzkumy, které nastíněné hierarchii zcela neodpovídají, přesto považují uvedenou pyramidu za praktickou pomůcku pro organizaci a vytvoření logické struktury připravovaného výzkumného šetření. Čím níže ke špičce pyramidy sestupujeme, tím přesnější představu o výzkumu a jeho struktuře budeme mít. Zatímco na začátku máme široké téma, které bývá vyjádřeno třeba jen slovním spojením (např. obraz EU ve

144 Například Ochrana (2009) vymezuje předmět výzkumu jako tu specifickou část objektu, která je zkoumána.

zpravodajství; fungování redakce lokálního periodika), a je zcela zřejmé, že je nelze v jednom šetření obsáhnout, pro nižší úroveň potřebujeme stále podrobnější vymezení. Jak specifikujeme náš výzkum, tak zároveň necháváme stranou jiná možná pojetí vybraného tématu a další otázky, které bychom si v jeho souvislosti mohli klást. Tak dospíváme k vymezení, jež představuje střípek, jímž naše šetření přispěje do mozaiky stávajícího vědního oboru.

- zvolené téma
- předmět výzkumu, výzkumný problém
- základní, obecná výzkumná otázka
- odvozené, specifické výzkumné otázky
- otázky zaměřené na sběr dat



Příklad z oblasti výzkumu mediálních obsahů

Výzkumné téma: obraz Evropské unie ve zpravodajství

Alternativní vymezení předmětu výzkumu:

1. analýza reprezentace EU v období summitu v červnu 2012 v Bruselu – případová studie;
2. rozdíly reprezentace EU v období řecké dluhové krize v pravicových a levicových celoplošných denících;
3. analýza zpravodajských hodnot obsažených ve zprávách o EU odvysílaných v hlavní zpravodajské relaci komerčních televizí;
4. analýza nastolování témat spojovaných s EU v době předsednictví Francie, České republiky a Švýcarska.

Příklad z oblasti výzkumu příjemců médií

Výzkumné téma: mediální chování dětí

Alternativní vymezení předmětu výzkumu:

1. mediální chování dětí na druhém stupni základní školy jako příklad sociálního znevýhodnění života v neúplné rodině s rodičem samoživitelem;
2. mediální konzumace žáků základní školy z pohledu teorie volného času – odlišnosti v průběhu školního roku a prázdnin;
3. vliv televize na předškolní děti – příklad teorie sociálních vzorů (pozorování bezprostředních reakcí dětí v kolektivu na vybraný sledovaný mediální obsah);
4. komunikace dětí na prvním stupni základní školy o sledovaných televizních pořadech optikou teorie mediální socializace.

Navržené problémy, které by bylo možné v rámci jednoho tématu zkoumat, se v něčem shodují a překrývají, některé aspekty mají podobné a v jiných se odlišují. Zároveň je zřejmé, jak široké bylo původně zvolené téma a kolik různě koncipovaných výzkumů by bylo možné v jejich rámci navrhnout a realizovat. I nadále je ale potřeba problém specifikovat, což se děje prostřednictvím výzkumných otázek.

Základní výzkumná otázka bývá zpravidla jedna a tvoří jádro výzkumu. Neměla by být banální, abychom odpověď znali předem, a neměla by být otázkou zjišťovací, na kterou odpovídáme „ano“, nebo „ne“. Formulujeme ji spíše jako otázku doplňkovou: Jak se odehrává? Proč nastává? Co způsobuje? Kdo se podílí? V čem se liší/shodují? Můžeme ji označit také jako obecnou otázku, protože je širší a někdy i abstraktnější než otázky od ní odvozené, specifické. Pro svoji obecnost není základní výzkumná otázka zpravidla sama o sobě řešitelná. Proto formulujeme celou sadu konkrétnějších specifických otázek, které detailněji vymezují pole, na němž se budeme pohybovat. Na obecnou otázku pak odpovíme právě na základě sumarizace dílčích odpovědí na otázky specifické. Opět platí, že specifických otázek souvisejících se zvoleným problémem si můžeme položit mnoho, ale i tentokrát volíme jen některé z nich podle toho, na jaké aspekty zkoumaného jevu se budeme soustředit, a jiné necháváme pro další výzkumné týmy.

Příklad z oblasti výzkumu mediálních obsahů

Předmět výzkumu: analýza reprezentace EU v seriózních denících

Alternativní základní výzkumné otázky:

- ▶ V čem se liší reprezentace zakládajících a nových států EU v zahraničním a domácím zpravodajství seriózních českých celostátních deníků?
- ▶ Jaké zpravodajské hodnoty odráží zpravodajství o EU na titulních stranách českých seriózních celostátních deníků?
- ▶ Vykazují sdělení o EU v zahraničním a domácím zpravodajství HN a LN znaky politického paralelismu podle Hallina s Mancinim (2008) – jaké?
- ▶ V jakém smyslu lze informování o postupech EU v průběhu řecké dluhové krize v celostátních denících označit za vzbuzování morální paniky (Cohen 2000)?

Atd.

Příklad z oblasti výzkumu příjemců médií

Předmět výzkumu: mediální konzumace žáků základní školy z pohledu teorie volného času – odlišnosti v průběhu školního roku a prázdnin

Alternativní základní výzkumné otázky:

- ▶ Jaké jsou hlavní složky trávení volného času žáků základní školy v průběhu školního roku a o prázdninách a jakou pozici zde zaujímá konzumace médií?!
- ▶ V čem se liší mediální konzumace žáků prvního a druhého stupně v průběhu školního roku a o prázdninách?
- ▶ Jak se liší mediální konzumace dětí v průběhu školního roku a o prázdninách v závislosti na sociodemografických charakteristikách dětí?
- ▶ Jaké faktory ovlivňují rozdílnou mediální konzumaci dětí v průběhu školního roku a o prázdninách?

Atd.

I v této podobě je výzkumný problém stále ještě příliš široký. Každá navržená obecná otázka by mohla být základní výzkumnou otázkou jednoho výzkumu, neboť pokrývá nejen mnohost dílčích otázek, ale nabízí i odlišné přístupy zkoumání. Proto sestupujeme ještě o úroveň níž a dále výzkum zužujeme pomocí specifických otázek. V principu by náš výzkum mohl být postaven jen na jedné specifické otázce, zpravidla si jich ale klademe několik.

Příklad z oblasti výzkumu mediálních obsahů

Základní výzkumná otázka: V čem se liší reprezentace zakládajících a nových států EU v zahraničním a domácím zpravodajství seriózních českých celostátních deníků?

Specifické výzkumné otázky:

- ▶ Jaké jsou hlavní znaky reprezentace zakládajících států EU v zahraničním zpravodajství seriózních českých celostátních deníků?
- ▶ Jaké jsou hlavní znaky reprezentace nových států EU v zahraničním zpravodajství seriózních českých celostátních deníků?
- ▶ Jaké jsou hlavní znaky reprezentace zakládajících států EU v domácím zpravodajství seriózních českých celostátních deníků?
- ▶ Jaké jsou hlavní znaky reprezentace nových států EU v domácím zpravodajství seriózních českých celostátních deníků?
- ▶ V čem se liší hlavní znaky reprezentace zakládajících a nových států EU v zahraničním zpravodajství seriózních českých celostátních deníků?
- ▶ V čem se liší hlavní znaky reprezentace zakládajících a nových států EU v domácím zpravodajství seriózních českých celostátních deníků?

Atd.

Příklad z oblasti výzkumu příjemců médií:

Základní výzkumná otázka: Jak se liší mediální konzumace v průběhu školního roku a o prázdninách v závislosti na sociodemografických charakteristikách dětí?

Specifické výzkumné otázky:

- ▶ Jaké sociodemografické faktory nejvíce ovlivňují mediální konzumaci dětí v průběhu školního roku a o prázdninách?
- ▶ Jak se liší mediální konzumace v průběhu školního roku a o prázdninách v závislosti na věku dětí?
- ▶ Jak se liší mediální konzumace v průběhu školního roku a o prázdninách u chlapců a dívek?
- ▶ Jak se liší mediální konzumace v průběhu školního roku a o prázdninách u dětí 1. a 2. stupně základních škol?
- ▶ Jak se liší mediální konzumace v průběhu školního roku a o prázdninách u dětí žijících v různě velkých sídlech?
- ▶ Jak se liší mediální konzumace v průběhu školního roku a o prázdninách u dětí z různých sociálních vrstev?
- ▶ Jak se liší mediální konzumace v průběhu školního roku a o prázdninách u dětí žijících v úplných a neúplných rodinách?

Atd.

Z formulace hlavních výzkumných otázek musí být zřejmé, jaké údaje budeme potřebovat k jejich zodpovězení a naplnění stanovených cílů výzkumu. Výchozí otázky, které si klademe, naznačují, jaký typ dat budeme sbírat. Jejich přesnější vymezení je zřejmé z otázek určených pro sběr dat. Mezi výzkumnými otázkami a otázkami pro sběr dat je však zásadní rozdíl.¹⁴⁵ Zatímco na ty výzkumné odpovídá výzkumník na základě analýzy dat, otázky pro sběr jsou určeny respondentům¹⁴⁶ a poskytují data k analýze. Celá baterie specifických otázek jednoho výzkumu proto pracuje se stejnými pojmy a vychází z rámce, který je společný všem uvedeným úrovním obecnosti, a tuto provázanost je potřeba dodržet. Jak uvádí Punch: „dobře položená otázka je z poloviny zodpovězená otázka“ (1988: 46).

Výzkumná otázka je dalším zpřesněním předmětu výzkumu, neboť jej zpravidla klade do vztahu s dalšími jevy. Při přípravě výzkumu je chybou formulovat otázky výhradně tak, aby byly snadno zpracovatelné

145 Otázky pro sběr dat jsou mnohem konkrétnější než otázky výzkumné a pro jejich formulaci platí řada pravidel, kterým se budeme věnovat v kapitole 6.1 zaměřené na standardizované dotazování.

146 Popřípadě těm, kteří budou sbírat data – jestliže jednotkami výzkumu nebudou fyzické osoby, ale objekty.

pomocí softwaru pro analýzu dat, stejně jako připravovat studii, o které nevíme, jakými metodami ji realizovat a jak získaná data analyzovat. Zároveň je neefektivní klást si otázky, jež nemohou být zodpovězeny, například proto, že potřebná data nejsou dostupná, nebo otázky, které již zodpovězeny byly.¹⁴⁷ V neposlední řadě vzpomenu jednoho z klasiků, zastávce nehodnotící sociální vědy, Maxe Webera (1998a,b), který zdůraznil, že úkolem vědy není řešit mravní otázky. Proto by výzkumný problém neměl být otázkou mravní či etickou, protože na hodnotové otázky věda nemůže odpovědět. Příkladem eticky zatížených výzkumných problémů mohou být:

- ▶ Měla by být mediální výchova zavedena jako povinná na všech stupních studia?
- ▶ Měli by mít novináři právo utajovat své informační zdroje?
- ▶ Měla by být zakázána reklamní sdělení zobrazující děti mladší 5 let? Neznamená to však, že výzkumy na podobná témata nejsou realizovatelné. Jde o to, koncipovat je tak, aby od vědy nežádaly hodnotící odpověď. Například:
 - ▶ Jaké názory zastávají učitelé základních škol v diskusi o povinném zavedení mediální výchovy na všech stupních studia?
 - ▶ Jaký mají novináři (politici, osoby odsouzené za spáchání trestného činu) názor na právo novinářů utajovat své informační zdroje?
 - ▶ Jaký je postoj rodičů předškolních dětí k reklamám, v nichž vystupují děti ve věku do 5 let?

Návrh výzkumné strategie

Obecně si v sociálněvědním výzkumu klademe tři základní typy otázek: Co? Jak? a Proč? Přesněji:

- ▶ O jaký jev/proces se jedná?
- ▶ Jak tento jev/proces nastává či probíhá?
- ▶ Proč tomu tak je?

Podle toho, která otázka je pro daný výzkum stěžejní, odlišujeme **práce explorativní** (explorace), **deskriptivní** (deskripce) a **explanační** (explanace).

Explorativní výzkum odpovídá na otázku „Co?“. Je to základní typ výzkumu, jenž přináší prvotní seznámení s vybraným problémem. Jde především o studium nových jevů, které ještě nebyly daným oborem

147 Proto je potřeba nepodcenit výzkum literatury, abychom nevynalézali mýdlo jako Saturninův strýček (viz Jirotko 1985).

blíže zkoumány a popsány. V rámci mediálních studií by to mohly být způsoby užívání nových informačně komunikačních technologií (ICT) v každodennosti specifických skupin obyvatelstva, například užívání sociálních sítí žáky druhého stupně základních škol v návaznosti na snižování cen mobilního připojení k internetové síti a rozšíření nabídky tzv. smartphonů nebo třeba využívání sociálních sítí novináři. Příkladem explorativního šetření jsou některé případové studie. Charakter exploračního výzkumu mají pilotní projekty rozsáhlejších kvantitativních šetření, které mají poskytnout informaci, zda je zvolený výzkumný problém dostupný, případně vést ke generování hypotéz, jež budou v dalším šetření testovány.

Explorativní výzkum je na místě tam, kde se potřebujeme seznámit se základními aspekty daného problému a s jeho kontextem. Měl by poskytnout informaci o tom, jaké výzkumné postupy a techniky sběru dat jsou vhodné pro další šetření. Upozornit na úskalí, kterým můžeme čelit v „terénu“, na nečekané či neobvyklé situace nebo na nesprávná či zkratkovitá vysvětlení. Pilotní, explorační výzkumy mají usnadnit realizaci dalších výzkumných kroků. Na druhé straně ale současně narušují terén a upozorňují domorodce na zájem vědců, což může vést ke vzrůstajícímu odporu zkoumaných k dalším badatelům a daný terén pro následná šetření zcela zneprístupnit. Proto nelze explorativní výzkumy podcenit, stejně jako jiné musejí být pečlivě promyšleny předem, aby splnily svůj cíl a pomohly přiblížit se podstatě zvoleného problému¹⁴⁸ a naplnit stanovené cíle.

Deskriptivní (popisný) výzkum je o úroveň výše, neboť se nesnaží o pouhé zachycení jevu, ale pokouší se jej vztáhnout k jevům dalším a podchytit jejich vzájemné vztahy. V pomyslném výzkumu žáků základní školy bychom mohli sledovat, zda a jak do užívání sociálních sítí intervenue jejich věk, pohlaví, typ rodiny, ve které vyrůstají, nebo třeba počet kamarádů ve třídě či množství navštěvovaných zájmových kroužků, sportovních a uměleckých aktivit. Ve druhém případě zase jak se využívání sociálních sítí novináři liší v závislosti na tom, pro jaký typ média (tištěné, zvukové, obrazové) novinář pracuje. Deskriptivní studie provádí sběr, třídění, uspořádání – kategorizaci – dat a shrnuje údaje o zkoumaném jevu v určitém společenském kontextu a čase. Vede k popisu charakteristik jevu, jak vypadá či probíhá, s čím souvisí nebo jak se mění v čase. Tento popis může mít podobu jak slovní (kvalitativní data), tak být vyjádřen číselnými údaji (kvantitativní data).

148 Srov. Blaikie (2000, 2007).

Explanace je nejvyšší úrovní zkoumání, protože se snaží odhalit příčiny zkoumaných jevů a hledat jejich vysvětlení, případně předvídat jejich budoucí vývoj a důsledky. Tato úroveň v sobě obsahuje oba dva typy nižší (stejně jako v deskriptivním výzkumu je obsažena i explorace). O takový stupeň poznání by měl výzkum usilovat obecně, ne vždy je toho však možné dosáhnout. Obecně platí, že věda postupuje po krocích, od jednodušších poznatků ke složitějším. Když víme, proč jev nastal, víme víc než jen to, co se stalo. Nelze usilovat o vysvětlení bez předchozí znalosti daného jevu a k té potřebujeme dobrý, pečlivý a podrobný popis. Prvním krokem při pokusu vysvětlit, proč se něco děje, je proto popsát, co se děje. Vysvětlující studie na tyto informace navazuje, nahlíží je optikou teoretického korpusu dané vědy a nabízí jejich vysvětlení. Vychází z odpovědi na otázku, jakým způsobem se jev odehrává (jak, kdy nastává, jak probíhá), a snaží se objasnit, proč je tomu právě tak. Deskriptivní výzkum pátrá po charakteru dané situace, explanační se ptá: Proč nastala nebo jak k ní došlo (co bylo její příčinou a jaké může mít důsledky)? Explanace usiluje o pochopení zkoumaného jevu a k tomu využívá existující teorie nebo se snaží formulovat teorie nové. Přitom zohledňuje pravidelnosti ve výskytu a průběhu daného jevu a hledá jejich zákonitosti. Explanace by měla vést k porozumění. Na jejím základě můžeme predikovat možné varianty vývoje jevu, jestliže nastanou určité podmínky. V sociálních vědách však predikce nejsou příliš obvyklé. Částečně za to může složitost sociální reality, která jejich formulace komplikuje, ale i tendence, kterou Robert K. Merton označil jako sebezničující proctví.¹⁴⁹

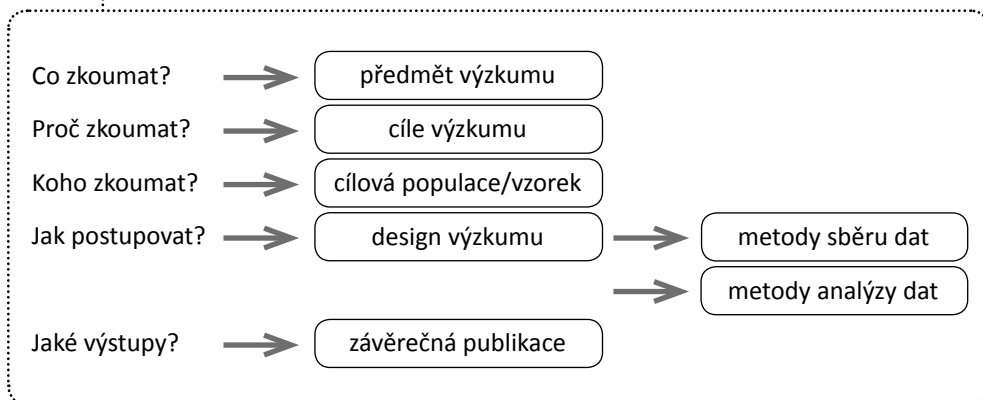
Ve vědě mají své místo jak explorační, tak deskriptivní i explanační studie. Který postup použijeme, záleží na konkrétním zkoumaném tématu, na rozsahu teoretického vědění o jevu a již provedených šetřeních, na aktuálním vývoji daného jevu a posouzení charakteru nově získávaných dat o něm. Pro nově se vynořující výzkumné oblasti jsou zpravidla vhodnější studie explorační a popisné, již zavedená výzkumná témata si nárokují spíše explanaci. Jednou z úvodních specifikací nově navrhovaného výzkumu je proto rozhodnutí, na jaké rovině zkoumání bude proveden. Na charakter výzkumu má samozřejmě vliv i zvolené téma. Formulace základní výzkumné otázky specifikuje nejen předmět výzkumu, ale zpravidla implikuje i další charakteristiky připravovaného výzkumu, především

149 Teorie sebezničujícího proctví ukazuje, jak zveřejnění určité predikce (rozšíření určité informace) může u aktérů události vést ke změně jednání a následně i průběhu celé události. K předvídanému tak ve výsledku nedochází právě proto, že byla zveřejněna informace o očekávaném vývoji, na jejímž základě jednající zvolili jiný postup (Merton 2000).

cílovou populaci, která bude zkoumána, a vhodnou výzkumnou metodu. Z širokého obecného tématu se tak postupně stává analyticky problém.

Projekt empirického výzkumu

Projekt výzkumu je dokument, který svým obsahem v podstatě kopíruje jednotlivé fáze výzkumu, jak jsem je nastínila v předchozí kapitole, a specifikuje jejich provedení.



Obr. 5 Plán výzkumu

Dobrá návrh výzkumného šetření specifikuje tři oblasti, které jsou odpovědí na tři jednoduché otázky: (1) Co?, (2) Jak? a (3) Proč?¹⁵⁰

1. **Předmět a cíl výzkumu** – vymezuje zkoumaný problém, čeho se výzkum snaží dosáhnout a co má být zjištěno a naznačuje výzkumné otázky.
2. **Výzkumná strategie** – jak bude výzkum postupovat, z čeho vychází, jaké metody zkoumání použije a jak budou otázky zodpovězeny.
3. **Přínos výzkumu** – proč je důležité jej realizovat; každý výzkum klade určité nároky: časové, intelektuální i finanční, a proto musí být navržen tak, aby svým přínosem tyto investice odůvodnil (přesvědčil investora, že jeho zdroje budou využity účelně).¹⁵¹

Východiskem výzkumu je nejen specifikace výzkumného problému, ale i stanovení cílů výzkumu. Výzkumným cílem je stav, jenž má být

150 Srov. Punch (2000).

151 Z pozice studenta je přínosem i to, co se při jeho provádění naučí, a získaná praktická dovednost empirické vědecké práce. Zároveň je často projekt diplomové práce jednou z prvních (a bohužel často i posledních) příležitostí, kdy může realizovat vlastní výzkumný záměr v rámci oboru a dostává příležitost jej prezentovat širšímu odbornému publiku.

zkoumáním dosažen, například určitý poznatek, formulování nové teorie nebo vypracování návrhu praktických opatření na řešení stanoveného problému apod. Cíle výzkumu by měly být formulovány jasně a přesně v samotném počátku projektu.¹⁵²

Základem projektu je návrh tzv. designu výzkumu, to znamená načrtnutí výzkumné strategie a specifikace metodiky¹⁵³ daného šetření. Všechny tři základní části projektu ale spolu velmi úzce souvisejí a vzájemně se ovlivňují, například určité výzkumné problémy vyžadují určité postupy zkoumání. Metody sběru a analýzy dat jsou v daném případě závislé na výzkumných otázkách, proto nejprve rozhodují, *co* budu zkoumat, pak teprve *jak* postupovat. Základní zásada zní: postavit výzkumné otázky před volbu metody.¹⁵⁴ Nikoli obráceně.

Z textu musí být zřejmá představa navrhujícího, jak bude postupovat a pomocí jakých metod zkoumání dosáhne navrženého cíle. Položené otázky implikují výzkumné metody, protože určitý typ dat získáváme určitými technikami. To ale neznamená, že bychom nemohli navrhnout nové postupy sběru dat nebo nějakou kombinaci výzkumných technik. Projekt specifikuje nejen zvolenou metodiku včetně uvedení postupů sběru a analýzy dat (může jich být i více), ale i zkoumanou populaci, případně její vzorek. Mělo by být zřejmé, jaké jsou výhody a nevýhody různých přístupů.

V případě, že ve výzkumu volíme kombinaci výzkumných technik, mluvíme o **triangulaci metod**. Triangulace spočívá ve využití kombinace více postupů sběru a analýzy dat, což slouží především k redukci nedostatků určité výzkumné metody. Protože lidské jednání je proměnlivé, kombinace výzkumných postupů pomáhá k získání detailnějšího a hlubšího poznání. Údaje získané různými technikami se vzájemně doplňují, ale jejich užití umožňuje i vzájemnou komparaci. Cílem triangulace proto není pouze kombinovat různé druhy dat, ale minimalizovat jejich potenciál na zkreslení z nich vyvozených závěrů. Tak triangulace metod přispívá i k validizaci celého šetření a jeho závěrů.¹⁵⁵

152 Pozor na odlišná vymezení cílů práce na více místech závěrečné práce. V tomto případě není na místě stylistická nápaditost a používání odlišných formulací.

153 Viz kapitola 1.

154 Pro někoho může být lákavé volit kvalitativní šetření, protože umožňuje vyhnout se matematicko-statistickému zpracování dat, jiného naopak odrazuje časová náročnost kvalitativních šetření, která mohou probíhat i léta. Osvojení si kvantitativních postupů však výzkumníkovi pomáhá naučit se vnést řád do vlastního uvažování o problému i provádět redukci kvalitativních dat a vyhledávat v nich pravidelnosti (Loučková 2010).

155 Srov. Hendl (1999).

O triangulaci se někdy mluví i ve smyslu kombinace více výzkumníků, zkoumání více různých vzorků cílové populace v odlišných časových obdobích nebo z různých teoretických perspektiv.¹⁵⁶ Častěji se s kombinováním více výzkumných technik setkáme v kvalitativním přístupu, ale také kvantitativní šetření mohou být doplněna další metodou sběru dat, například dotazníkové šetření hloubkovými rozhovory s vybranými zástupci cílové skupiny nebo obsahová analýza sémiotickou analýzou pro zkoumaný jev typických textů, analýza recepce mediálního sdělení vedená technikou focus group může být doplněna kratšími standardizovanými dotazníky nebo individuálními rozhovory apod.¹⁵⁷ Jednotlivým metodám zkoumání a způsobům volby zkoumaného vzorku se budeme podrobně věnovat v dalších kapitolách.

Nedílnou součástí projektu je uvedení teoretického zakotvení problému, tedy z jakých přístupů budeme vycházet. Tato situace není v přírodních vědách tolik obvyklá, ale v předchozích kapitolách jsem ukázala, že ve vědách sociálních můžeme na jednotlivé jevy nahlížet z pozice různých paradigmat. Buriánek (1993) mluví o tematizaci výzkumu, která nespočívá pouze v určení předmětu, ale i v jeho ukotvení do kontextu, začlenění do vybraného teoretického rámce. Výběr teoretických zdrojů musí být logický a zdůvodnit volbu teoretických východisek studie. Právě k tomu slouží výzkum v knihovně. Pozor na projekty, které se nemohou opřít o stávající teorii a nedisponují odkazy na literaturu, protože si kladou dříve nepoloženou otázku, třeba proto, že se věnují novému jevu. Takové výzkumy mohou mít charakter explorační nebo deskriptivní a jistě jsou ve vědě vítané. V případě, že se ale do nového tématu pouští začínající výzkumník, je třeba si předem uvědomit zátěž danou absencí analogických prací, které by mu mohly být v jeho empirické práci pomocným vodítkem. Na druhé straně právě ještě nepoložené otázky a neprozkoumané oblasti jsou tou největší výzvou oboru, o němž se zajímáte. A i v takových případech se vždy lze inspirovat pracemi jiných výzkumníků, které jsou sice tematicky odlišné, ale využitelné z hlediska metodologického.

Je potřeba promyslet jednotlivé kroky k dosažení stanovených cílů a to, jak na sebe budou navazovat. Zároveň by měl výzkumník zohlednit, jaká úskalí se mohou v průběhu výzkumu vyskytnout, ale také jaká jsou omezení navrhovaného schématu a zvolených výzkumných

156 Denzin (1989) rozlišuje triangulaci datovou, teoretickou, metodologickou a výzkumnickou.

157 Srov. Kellner (1995).

postupů. Zhodnocena by měla být také etická rovina výzkumu¹⁵⁸ a jeho možné dopady na zkoumanou populaci apod. Logika a propracovanost navrhovaného projektu ukazuje schopnost konzistentního uvažování výzkumníka a naznačuje, nakolik je schopen úspěšně zvládnout i další kroky. V případě, že se jedná o komerční projekt, je velmi důležitý i navržený časový harmonogram pracovního postupu a finanční rozvaha nákladů na jeho realizaci. Jestliže byl zkoumaný problém formulován zadavatelem v přirozeném jazyce, je třeba jej převést do jazyka odborného a odpovídajícího diskurzu oboru.

Projekt navrhovaného výzkumu (např. diplomové práce) může být strukturován různě a mít například následující části:

- ▶ abstrakt projektu (stručně vymezení problému, základní výzkumná otázka, metodika výzkumu a zkoumaná populace);
- ▶ cíle výzkumu;
- ▶ rozpracování tématu a předmětu výzkumu, odůvodnění volby daného problému;
- ▶ základní a odvozené výzkumné otázky;
- ▶ metodika výzkumu, zvolené výzkumné techniky sběru a analýzy dat;
- ▶ omezení navržené výzkumné strategie;
- ▶ zkoumaná populace a výběr vzorku;
- ▶ teoretické zakotvení problému;
- ▶ hypotézy a jejich operacionalizace;
- ▶ časový harmonogram;
- ▶ finanční stránka projektu;
- ▶ etická rovina výzkumu;
- ▶ seznam základní literatury k tématu.

Mezi přípravou výzkumu a jeho následnou realizací většinou není výrazný předěl,¹⁵⁹ protože dobře rozpracovaný projekt vždy ve výzkumu

158 Mezi etické aspekty výzkumu patří anonymita spolupracovníků a zabezpečení ochrany poskytnutých údajů (nejen citlivých dat), dobrovolná účast ve výzkumu, ale i poctivá práce výzkumníka při analýze dat a prezentaci výsledků (Babbie 1998).

159 S rozdělením se setkáte v případě, že žádáte o finanční zdroje na výzkum a ty vám nebudou přiděleny, nebo když musíte před započítím výzkumné práce navrhovaný projekt nejprve obhájit před komisí. Projekt výzkumu je samostatný dokument, který musí respektovat všechny náležitosti odborného textu a obsahovat všechny klíčové údaje nezbytné pro realizaci výzkumu tak, aby jej byl schopen provést kdokoli bez jakýchkoli dalších informací od navrhovatele. Členové posuzující komise zpravidla hodnotí nejen relevanci navrhovaného výzkumu, jeho jednotlivé kroky a logickou

zúžitkujeme. V některých případech může být součástí přípravy i pilotní výzkum. Vypracování projektu výzkumu tedy není počáteční nutností, kterou chceme mít rychle za sebou, ale vyžaduje systematickou práci a vzhled do zvoleného tématu, protože navržený plán bude kostrou celé zbývající realizace. Z finální podoby návrhu by proto měla být zřejmá pečlivá příprava, která dokládá kvalifikaci navrhujícího pro realizaci šetření. Platí to pro kvalitativní i kvantitativní studie, i když v těch prvních je úvodní práce často integrálně propojena s dalšími fázemi výzkumu (sběrem dat a jejich analýzou) a výzkumníci počítají s tím, že výzkumný design průběžně přizpůsobí tomu, jak se bude rozvíjet jejich poznání zkoumaného problému.

Při přípravě výzkumu pomáhá podívat se na něj ze strany těch, jimž jsou určeny jeho závěry, těch, kteří budou pracovat se zjištěními nebo číst závěrečné publikace. Sami pro sebe si projasníte připravovaný výzkum zodpovězením následujících otázek, které odrážejí kritéria zohledňovaná při posuzování ne/úspěšnosti výzkumných šetření:

Příklady otázek pro posouzení kvality připravovaného výzkumu:

- ▶ O čem bude výzkum? Jedná se o teoretický, nebo praktický problém? Je předmět výzkumu specifikován dostatečně jasně a přesně?
- ▶ Jaký je cíl výzkumu? Co chci zjistit? V čem bude výzkum přínosný? Pro koho? V čem obohacuje stávající vědění mého oboru? Jaké výstupy poskytne?
- ▶ Proč jsem zvolil právě dané téma?
- ▶ Jaké výzkumné (obecné a specifické) otázky chci zodpovědět?
- ▶ Jak budu při zkoumání postupovat? Je výzkum explorační, deskriptivní, nebo explanační?
- ▶ Jakou použiji výzkumnou strategii? Jedná se o průřezové, nebo longitudinální šetření?
- ▶ Jaká je cílová populace výzkumu? Půjde o vyčerpávající, nebo o výběrové šetření?
- ▶ Jaká data budu potřebovat? Jakým způsobem je získám? Mají některá potřebná data charakter citlivých údajů, jak budou zabezpečena?
- ▶ Jakými metodami budu data analyzovat? Použiji triangulaci metod (proč ne)?
- ▶ Jaká jsou teoretická východiska? Z jaké teoretické pozice k tématu přistupuji? Jsou nějaké jiné alternativy, proč jsem je ne zvolil?
- ▶ Na koho je výzkum orientován? Komu jsou určeny výsledky výzkumu?
- ▶ Jaký je časový harmonogram a finanční náklady na realizaci výzkumu? Budu pracovat sám, nebo v některé fázi potřebuji nějaké spolupracovníky?

strukturu, ale i schopnosti navrhovatele práci ve zvolené oblasti zvládnout, tedy jeho předpoklady pro danou vědeckou práci v oboru.

Za neúspěšné jsou považovány výzkumy, které vznikají spíše z vy-
počítavosti jejich realizátorů než z praktické potřeby nebo profesního
zájmu. Takovým příkladem jsou jednoduchá, rychlá a levná šetření (třeba
anketního typu), realizovaná především pro závěrečnou publikaci nebo
finanční odměnu. Na akademické rovině¹⁶⁰ jsou jako nedostatečné obvykle
hodnoceny výzkumy postrádající teoretické ukotvení. Bez adekvátního
teoretického rámce může být realizace šetření sice snazší i rychlejší, ale
výsledná hodnota takových zjištění bývá nízká. Takové projekty jsou od
počátku nedostatečně promyšlené, nepřipravené a nevyužívají již získané
know-how daného oboru a komunity jeho vědců. Výzkumy nezakotvené
v odpovídající literatuře jsou příkladem tzv. naivního empirismu, který
do vědeckého výzkumu nepatří.¹⁶¹

3.2 Výzkum v knihovně

„Teorie je vůdcem jakéhokoli výzkumu.“
(Loučková 2010: 50)

Každý výzkum by měl navazovat na teoretický korpus daného oboru,
na to, co již bylo jinými badateli publikováno. Proto se při přípravě vý-
zkumu a formulaci specifických výzkumných otázek neobejdeme bez
znalosti aktuálního vědění o vybraném jevu. Klíčovou součástí přípravy
projektu je proto studium literatury, tzv. library research neboli výzkum
v knihovně, který nám má ukázat, jaké jsou stávající poznatky o našem
problému, nakolik je již rozpracován, kým, jak a s jakými výsledky byl
zkoumán. Toto označení odráží „historii“ výzkumu, kdy bylo fyzic-
ky nezbytné navštívit vědecké a univerzitní knihovny a projít lístky
předmětového katalogu a vyhledat relevantní tituly. Rozšíření nových
informačně-komunikačních technologií v posledním desetiletí nás o tuto
takřka detektivní práci ochudilo, protože jsme schopni ji udělat z našeho
osobního počítače prostřednictvím internetu, na němž jsou dostupné
katalogy většiny významných knihoven vědeckých institucí. Řada titu-
lů je navíc dostupná on-line, pokud ne v ucelené podobě, tak alespoň

160 Většina šetření v komerčním výzkumu vzniká bez přesnějšího teoretického uchopení zcela stan-
dardně.

161 Srov. Loučková (2010: 58).

jejich části, které většinou stačí k tomu, abychom si udělali představu, zda danou knihu v další práci využijeme. Právě tato část přípravné fáze může být pro začínající výzkumníky obtížná, protože si nejsou jisti, jaké tituly z široké nabídky zvolit, a neumějí posoudit, nakolik jsou vyhledané práce kvalitní a zda jim budou užitečné. Nemá smysl číst rozmanité práce o tématu bez specifického zaměření, a zároveň většinou nelze přečíst všechno, co se k tématu vztahuje.¹⁶²

Standardně odlišujeme dva typy zdrojů: **primární** a **sekundární**. Primární literatura obsahuje stati, v nichž vědci poprvé prezentují svá zjištění. Mezi primární zdroje jsou řazeny články v odborných periodících a konferenčních sbornících, závěrečné výzkumné zprávy, monografie či patenty. Sekundární literaturu tvoří učebnice, přehledové publikace, encyklopedie, slovníky apod. Někdy je odlišována ještě literatura terciální, ke které patří publikace vysvětlující, jak pracovat s předchozími dvěma typy zdrojů, ale do této kategorie mohou být řazeny i učebnice a přehledové texty.

Při studiu zdrojů je potřeba postupovat systematicky. Výchozím vodítkem mohou být učebnicové texty, ale stěžejními zdroji informací musejí být vždy zdroje primární. Učebnice rekapituluji stávající vědění a odkazují na hlavní zjištění, koncepty a autory, kteří se tématu věnovali, ale poznatky jsou do nich vždy zařazovány s určitým zpožděním. Pro nejnovější poznatky se musíte obrátit do odborných periodik. Také jejich obsahy jsou dostupné na webu, společně s abstrakty jednotlivých textů. Přes různé databáze jsou některé časopisy nebo jejich starší vydání dostupné i v plném znění. Pro systematickou odbornou práci platí, že je vhodnější mít klíčové tituly, s nimiž budeme pracovat, fyzicky při ruce než jen v elektronické podobě na monitoru, ale ne všechny tituly jsou v knihovnách v České republice dostupné.

Výzkum v knihovně nám poskytne dva druhy výstupů: nejprve je to seznam titulů o námi vybraném předmětu zkoumání a následně **přehledová studie**,¹⁶³ tedy výchozí zpracování dostupné literatury obsahující teorie a empirická zjištění. Studie analyticky rekapituluje dosavadní poznatky a vědeckou diskusi o tématu v českém i mezinárodním kontextu (zpětně za určité období). Tato rešerše bývá součástí projektu a pomáhá nejen zmapovat odborné pozadí výzkumu, ale především navázat navr-

162 Zde je prostor pro konzultaci s vedoucím práce, který s výběrem klíčových titulů relevantní literatury může poradit.

163 V tomto textu používám označení přehledová studie a rešerše jako synonyma. Podrobněji k jejich vymezení viz Šanderová (2007).

hovaný výzkum na současný stav vědění. Přehled literatury je klíčovou součástí projektu výzkumu i proto, že specifikuje optiku, kterou budeme na zvolené téma nahlížet. V sociálních vědách je poměrně obvyklé, že vybraný teoretický přístup vycházející z určitého paradigmatu určuje nejen vidění zkoumaného problému, ale i otázky, jež si vědec bude klást. Z projektu by proto mělo být zřejmé, jaké teoretické hledisko autor zastává, na jakou linii oboru se odvolává a na jaké výzkumy navazuje, protože to vše pomáhá formulovat specifické výzkumné otázky. V době předkládání projektu výzkumu ještě nemá prostudovanou veškerou literaturu k problému a postupně se s ní seznamuje i během dalších přípravných a výzkumných prací. Průběžně rešerši literatury obohacuje a následně poznatky využije při psaní závěrečné zprávy shrnující výsledky šetření. Pokud plánovaná výzkumná strategie bude kvantitativní a hypoteticko-deduktivní, pak budou hypotézy formulovány na základě vědění získaného při studiu literatury. Naopak při induktivním šetření bude revidovaná literatura nápomocná při interpretaci získaných dat nebo pro formulování nové teorie.

Úspěšné realizaci výzkumu napomáhá znalost problému a prostředí, v němž se budeme pohybovat. Vždy je dobré mít osobní zkušenost se zkoumanou realitou a tu nejsnáze získáme při sběru dat. Je však vhodnější získat tento vhled již v počáteční přípravné fázi výzkumu, zvláště pokud data pro naše šetření budou sbírat školení tazatelé. Důležité postřehy o zkoumaném problému můžeme získat také od našich kolegů a dalších výzkumníků. Konzultovat připravované i probíhající výzkumné šetření je užitečné minimálně proto, že při formulování myšlenek a navrhování průběhu výzkumu si jej zároveň znovu uspořádáváme a pojmenováváme zkoumané jevy. Není přitom nezbytné, aby našimi komunikačními partnery byli jen odborníci.¹⁶⁴ Stejně tak nemusíme konzultovat pouze s kolegy ze stejné disciplíny, protože s podobnými problémy mohou mít zkušenost i výzkumníci ze zcela odlišného oboru. Některé jevy mohou náležet do předmětného zájmu různých věd, které se liší úhlem pohledu, výzkumnými postupy i otázkami, jež si kladou. Proto mohou poskytnout odlišnou perspektivu a projasnit naše úvahy o výzkumném problému.

164 Ne nadarmo se říká, že věci rozumíme tehdy, když ji zvládneme vysvětlit vlastní babičce. Nejde zde o věkový aspekt, což by bylo ageistické, ale o to, že se pravděpodobně jedná o laika v oboru.

Výzkumné jednotky: Koho/co budeme zkoumat?

4.

*„Výběr 10 000 lidí, vybraných nevhodně, může být méně přesný než
výběr 100 lidí vybraných správně.“
(Gallup 1948: 34)*

Otázka v názvu kapitoly poměrně přesně určuje i její obsah. Výběr zkoumaných jednotek patří k zásadním rozhodnutím, která musí výzkumník učinit v přípravné fázi každého výzkumu. V kulturních i mediálních studiích zpravidla nemáme šanci zkoumat celou cílovou populaci relevantní vzhledem ke zkoumanému problému. Výběr zkoumaného vzorku je nejen klíčový, ale také kritický, neboť chyba při výběru vzorku ovlivní celý výzkum, získaná data i následné výsledky. Jestliže je zkoumaný vzorek z nějakého důvodu nevhodný, například vychýlený od charakteristik určené cílové populace, budou odlišná i data a z nich odvozené závěry. Problém je v tom, že tuto odlišnost ani nemusíme zjistit. Zvláště v případě, kdy si nejsme vědomi chyby při výběru vzorku. Proto je také nezbytná co nejvyšší obezřetnost při práci s daty z jiných výzkumů. Vždy se nejprve musíme přesvědčit o tom, na jaké populaci, respektive na jaké její části, byla data sebrána a za jakých podmínek.¹⁶⁵

Tématem kapitoly je určení cílové populace výzkumu a stanovení zkoumaného vzorku. Začnu ukázkou toho, jak souvisí předmět výzkumu a výzkumná otázka s vymezením zkoumané populace a jak je výběr vzorku provázán s volbou výzkumné techniky a celkové strategie výzkumu. Nejprve uvedu základní terminologii, která se k volbě cílové populace a výběru vzorku vztahuje, a následně přiblížím jednotlivé typy výběru vzorku a nejčastěji užívané postupy. Zaměřím se na to, jak pro jednotlivá

165 Podrobněji o rizicích práce s přejatými daty v části o technice sekundární analýzy.

šetření určit výzkumné jednotky, na rozdíly ve volbě výzkumných jednotek v rámci kvantitativního a kvalitativního přístupu a na to, s jakými omezeními a riziky se při volbě výzkumné populace můžeme setkat. Vysvětlím, které výzkumy označujeme jako reprezentativní a u jakých výzkumů je reprezentativita důležitá, kdy je automaticky předpokládána nebo vyžadována zadavatelem a jak ji zajistit. Zdůrazním, na co si při výběru vzorku dát pozor, aby šetření nebylo považováno za vychýlené nebo ovlivněné chybou tzv. samovýběru. Začneme příkladem.

Podle Popperova falzifikacionismu k tomu, abychom mohli tvrdit, že: „všechny labutě jsou bílé“, bychom museli zkoumat všechny labutě. Na to zpravidla nemáme ani čas, ani podmínky, ani dostatečné finanční zdroje. Navíc pravděpodobně nevíme, kde všechny labutě najít. Musíme se tedy spokojit s omezenějším tvrzením: „většina labutí je bílých“. Abychom otestovali platnost tohoto výroku, stačí zkoumat jen část labutí, nikoli všechny. Podstatné je, jak vybereme ty, které budeme pozorovat. Intuice napovídá, že zkušenost s parkem hnízdícím na blízkém rybníce nebude dostatečná, a to ani v případě, když na něm tradičně zimuje celé hejno. Jak tedy vybrat vhodný a dostatečně velký vzorek, na němž výrok otestujeme?

4.1 Cílová populace, výzkumné jednotky a vzorek

Nejprve odlišíme **cílovou populaci** a **vzorek**. Jako cílovou populaci označujeme soubor jednotek, pro které by měly platit naše závěry, populaci, o níž chceme vypovídat na základě zjištění z výzkumu. Zkoumanou populaci vymezujeme určitými znaky, které ji charakterizují; v případě, že zkoumanými jednotkami jsou osoby, často se pro její vymezení používají vybrané sociodemografické ukazatele (např. věk, pohlaví, místo bydliště, příjmová skupina apod.). Ve výzkumech zpravidla nezkoumáme všechny jednotky, jež populaci tvoří, ale pouze její část. Vzorkem rozumíme ty jednotky, které jsou skutečně zkoumány. Z toho by mělo být zřejmé, že je nesmyslné mluvit o výběrové populaci.

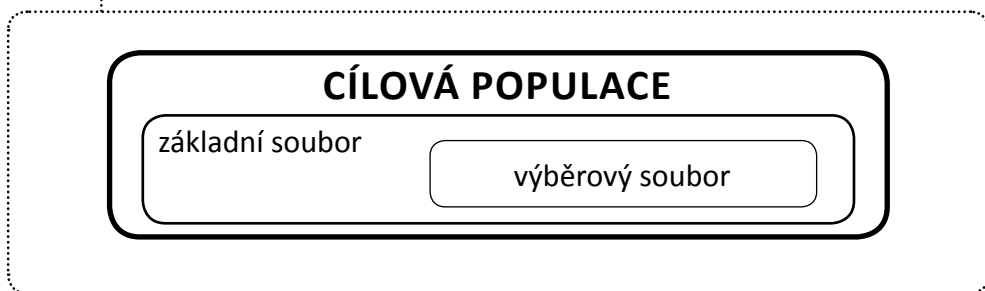
Pouze ve specifickém případě, jakým je **vyčerpávající šetření**, se zkoumaná populace a vzorek shodují. Přívlastek vyčerpávající zde odkazuje nikoli k nárokům na jeho realizaci, ale právě k tomu, že jsou zkoumány

všechny jednotky cílové populace, žádná jiná již neexistuje. Protože vyčerpávající šetření zahrnuje všechny jednotky dané populace (všechny jednotky základního souboru), nejsou tato šetření v sociálních vědách příliš obvyklá. V zásadě jediným vyčerpávajícím šetřením realizovaným v České republice je *Sčítání lidí, domů a bytů* (tzv. census), které probíhá pravidelně v prvním roce každého desetiletí. S vyčerpávajícím šetřením se setkáme zpravidla pouze tehdy, je-li cílová populace relativně malá, čítající pouze několik desítek, maximálně stovek jednotek, což umožňuje zařadit do výzkumného šetření všechny. Příkladem může být výzkum redakce určitého média, při kterém budou výzkumnými jednotkami všichni členové zaměstnaneckého kolektivu. Zcela specifickým případem vyčerpávajícího šetření je **případová studie** (*case study*) zaměřená výhradně na jeden zkoumaný jev.¹⁶⁶ Vyčerpávajícím šetřením by mohla být i analýza obsahu vybraného periodika vydávaného pouze určitou dobu, například měsíčníku *Kraus*, který vycházel od listopadu 2011 do července 2012. Součástí takového šetření by bylo všech devět vydání tohoto periodika. Podobně koncipované šetření zkoumající všechny hlavní zpravodajské relace České televize *Události* odvysílané od 1. 1. 2001 by již bylo velmi obtížně realizovatelné i při spolupráci většího výzkumného týmu, stejně jako dotazování všech příznivců seriálu *Červený trpaslík* nebo hráčů určité počítačové hry. Proto jsme zpravidla odkázáni na **šetření výběrová**, v nichž zkoumáme jen část populace, vybranou podle určitých kritérií. Protože se nejedná o vyčerpávající šetření, pohybujeme se na určité rovině pravděpodobnosti a čelíme otázce, zda je možné získaná zjištění zobecňovat. To je ještě důležitější, pokud požadujeme, aby naše šetření bylo reprezentativní a abychom zjištění (z šetření vzorku) mohli extrapolovat na stanovenou cílovou populaci (podrobněji níže).

Ve výběrovém šetření vybíráme z cílové populace část jednotek, které budou tvořit zkoumaný **výběrový soubor**. V praxi při samotném výběru vzorku mezi cílovou populací a výběrový soubor vstupuje ještě **soubor základní**, úplný seznam všech jednotek cílové populace, které je možné zkoumat. Jedná se o nejširší pro výzkumníka technicky dostupný soubor jednotek cílové populace. V ideálním případě se prvky cílové populace a základního souboru shodují, ale zpravidla tomu tak není. Představte si, že chcete zkoumat mediální chování studentů vaší fakulty, ti jsou vaší cílovou populací. Jejich seznam by vám mohli poskytnout na studijním oddělení. Zároveň se zde ale dozvíte, že část z těch, kteří jsou oficiálně ke studiu zapsáni, není fyzicky dostupná, protože v daném semestru studují

166 Podrobněji kapitola 2.

v zahraničí, mají studium z různých důvodů přerušeno, jsou dlouhodobě nemocní nebo o sobě nedávají žádné zprávy a do výuky nechodí. Tato část studentů je předem ze šetření vyřazena, protože není dosažitelná. Pokud zvolíte třeba dotazování prostřednictvím dotazníku zasílaného e-mailem, nemusí být pobyt v zahraničí nebo nemoc úplnou překážkou, ale na druhé straně zjistíte, že na část studentů nemáte správnou e-mailovou adresu a že se vám zpráva vrací jako nedoručitelná. Protože cílové populace jsou zpravidla velké, je-li rozdíl mezi jednotkami cílové populace a základního souboru malý, můžeme jej v podstatě zanedbat. Mohou ale nastat situace, kdy je rozdíl mezi cílovou populací a jednotkami základního souboru značný, a navíc jednotky, jež v základním souboru chybějí, mají nějaké společné specifické charakteristiky, které by mohly ovlivnit i data, jež by nám ve výzkumu poskytly. V takovém případě je rozdílům mezi soubory potřeba věnovat pozornost, protože zde čelíme riziku špatného základu, o němž budeme mluvit později.



Obr. 6 Od cílové populace k výzkumnému vzorku

Výběrový soubor je tvořen **výzkumnými jednotkami**. Jako výzkumnou jednotku označujeme vydělený, ohraničený objekt; nositele vybraného souboru proměnných, které chceme zkoumat. V první kapitole jsem uváděla množství redukci, k nimž jsme při výzkumu sociální reality nuceni. Zkoumaný jedinec nebo objekt je nositelem určitých vlastností. V kontextu výzkumu se ale stává redukovanou jednotkou, neboť všechny jeho charakteristiky nikdy nemůžeme obsáhnout, některé pro výzkum nejsou relevantní a mnohé ani neznáme. Proto jsou výzkumné jednotky definovány odkazem na určitou charakteristiku nebo odvozením z teoretického konceptu.

V rámci kulturních, mediálních a komunikačních studií mohou být našimi výzkumnými jednotkami jedinci, skupiny, články, reklamní šoty, novinové titulky nebo celé mediální organizace. Volba výzkumné jednotky záleží na vymezení předmětu výzkumu, jeho cílech a použité

výzkumné technice. Výzkumná jednotka každého šetření nikdy není určena předem. Výjimkou jsou pouze šetření, která navazují na již realizované výzkumy a chtějí svá zjištění s nimi komparovat, nebo jsou dalšími fázemi sběru dat v rámci dlouhodobého projektu. Výzkumnou jednotku v přípravné fázi šetření stanoví výzkumník a do značné míry závisí na jeho rozhodnutí, jaké jednotky si vybere. V některých případech, především při studiu dokumentů, mohou být v jednotlivých výzkumech použity různě vymezené výzkumné jednotky. Například při analýze reprezentace určitého jevu v tištěných periodících si jako výzkumnou jednotku mohou stanovit titul, článek nebo pouze odstavec či naopak tištěnou stranu, celé vydání nebo celý ročník zkoumaného titulu.¹⁶⁷

Ani v případě, kdy jsou výzkumnými jednotkami lidé, není situace o moc jednodušší (přestože samozřejmě odpadá možnost redukovat jedince na menší části), neboť můžeme jako jednotku výběru zkoumat naopak větší celky, které pro nás vystupují jako nositelé určité vlastnosti, na niž se chceme zaměřit, kupříkladu celé zaměstnanecké kolektivy. I v rámci mediální tematiky řešíme výzkumné otázky, pro něž budou výzkumné jednotky tvořeny většími celky, například:

- ▶ **Skupiny:** Při výzkumu fanoušků bychom mohli komparovat skupiny příznivců různých filmových děl či seriálů nebo si všimnout, jak se liší fanouškovské chování příznivců knihy *Pán prstenů* a filmové trilogie natočené na motivy této předlohy.¹⁶⁸ Členové těchto fanouškovských komunit by pro nás nevystupovali jako jedinci, ale zajímala by nás specifika celé takto vymezené skupiny. To však neznamená, že v jiném výzkumu bychom nemohli zkoumat i jednotlivé fanoušky. Záleží na stanovené výzkumné otázce a cíli. V případě, že bychom se ptali: „Jak se liší fanouškovské chování klubu příznivců knih R. Tolkiena a fanoušků filmu *Pán prstenů*?“, byly by výzkumnou jednotkou pravděpodobně skupiny, nikoli jedinci. Za nejmenší skupinu přitom lze považovat dvojici, výzkumnou jednotkou by tedy mohli být i partneři, rodiče nebo sourozenci.
- ▶ **Organizace:** S takto stanovenou výzkumnou jednotkou pracují například etnografické výzkumy, příkladem jsou studie redakce určitého média. Cíl studie je zde zaměřen na celou redakci, její specifika a pravidla fungování včetně organizační struktury, nikoli na jednotlivé

167 Podrobněji v kapitole 8.1 zaměřené na analýzu dokumentů.

168 Takový výzkum vznikl ve Spojených státech, viz Barker (2006).

pracovníky. Zjištění pak mohou být srovnávána s jinými regionálními redakcemi téhož média (např. studia Českého rozhlasu) apod.

Výzkumnou jednotkou by mohla být i jednotlivá média nebo komunikační technologie jako instituce (např. mobilní telefon, Facebook, denní tisk), ale takové makrostrukturní či systémové výzkumy nejsou příliš obvyklé a vyžadují značné sociálněvědní zázemí. Naopak nejčastěji jsou výzkumnými jednotkami jedinci, popřípadě dokumenty různé povahy. Jedinci se mohou stát výzkumnými jednotkami i jako reprezentanti něčeho obecnějšího, například držitelé určitých sociálních rolí. Kupříkladu můžeme zkoumat náplň role „šéfredaktora regionálního periodika“, „ředitele komerční televize“ nebo „učitele mediální výchovy“. V takových případech jsou předmětem zkoumání právě tyto sociální role či zastávané pozice, a to bez ohledu na konkrétní jedince, kteří je aktuálně vykonávají. Výzkumné jednotky zpravidla neposuzujeme jako jednotlivé entity, ale jako součást vymezené populace. Tento pohled je dominantnější v kvantitativním přístupu, jenž se soustředí na hromadná data a zkoumání velkých populací. Naproti tomu v kvalitativním výzkumu nás výzkumná jednotka může zajímat i sama o sobě, nejen jako nositel vybrané vlastnosti, ale také jako její reprezentant.

Na poli analýzy dat pracujeme ještě s jednotkami statistickými, které odkazují na elementární, dále nedělitelné prvky datového souboru, v jehož rámci společně tvoří základ statistické analýzy dat. Té se ale v této knize nebudu věnovat.

V první kapitole jsem odlišila šetření výběrová a longitudinální. Longitudinální nebo opakovaná šetření někdy používají typ vzorku označovaný jako **panel**. Jedná se o jednu vybraný vzorek respondentů, kteří jsou ochotni spolupracovat na výzkumu delší dobu a zúčastnit se šetření opakovaně. Členové panelu, zpravidla vybraného náhodným výběrem, jsou zkoumáni minimálně dvakrát, například jednou za půl roku, někdy i po dobu více let. Zásadním úskalím takto postupujícího výzkumu je udržet pozornost dotazovaných tak, aby byli i po několika kolech výzkumu stále ochotni spolupracovat. Toto riziko je, zcela pochopitelně, označováno jako úmrtnost. Ale je tu ještě opačné riziko – problém profesionalizace, neboť z opakovaně dotazovaných respondentů se stávají odborníci na zkoumané problémy a kladené otázky; minimálně proto, že se o nich vyjadřují (a tedy o nich uvažují) častěji než zbývající populace.

Nejznámějším panelovým výzkumem na poli mediálních studií je výzkum *People's Choice* Paula Lazarsfelda, Bernarda Berelsona a Hazel Gaudetové (1944) zkoumající vývoj volebních preferencí před prezi-

dentskými volbami v roce 1938. Lazarsfeld se svým týmem dokonce panelový způsob výzkumu ve třicátých letech navrhl a v komparacích výsledků panelového šetření a průřezových studií ukázal jeho výhody. Tou zásadní je právě časové hledisko a dlouhodobost zkoumání, která poskytuje stabilnější a spolehlivější poznatky o zkoumaných sociálních jevech (Lazarsfeld, Fiske 1938). Jiným příkladem jsou panely diváků televize, zkoumané průběžně v tzv. peplemetrových šetřeních. Na objednávku Asociace televizních agentur (ATO) v České republice realizují elektronické měření sledovanosti televize společnosti Mediaresearch a STEM/MARK.¹⁶⁹ K tomuto průběžnému šetření, označovanému jako elektronické měření sledovanosti, využívá spolupráce panelu 1 850 domácností (asi 4 470 jednotlivců) s televizním přijímačem. Každý rok je čtvrtina z nich obměňována, přitom struktura panelu odpovídá socio-demografickému profilu domácností a jednotlivců v České republice zjišťovaných Českým statistickým úřadem. K měření dochází pomocí specializovaného dálkového ovládání televizního přijímače uzpůsobeného pro jednotlivé uživatele domácnosti a přídavného zařízení tzv. TV metru (dříve peplemetru), jehož prostřednictvím se přes mobilní datové spojení přenášejí údaje do výzkumné organizace, kde jsou propojeny s vysílacím schématem. Šetření přitom poskytuje údaje o sledovanosti s přesností na sekundu.

4.2 Jak vybrat vzorek?

Podle jakých kritérií vybírat vhodné výzkumné jednotky? Jak postupovat, aby vzorek co nejlépe reprezentoval cílovou populaci, byl dostatečně velký, aby zjištění měla odpovídající výpovědní hodnotu, případně aby je bylo možné dále zobecňovat, ale aby zároveň nebyl příliš velký, aby jeho analýza byla v časových a finančních možnostech výzkumníka? Volbu zkoumané populace a vzorku je potřeba promýšlet od samého začátku přípravy výzkumného projektu.

Při výběru zkoumaného vzorku je potřeba zohlednit i vnitřní strukturu cílové populace a podle toho zvolit vhodný postup výběru. Není výjimkou, když jsou jednotky, jež ji tvoří, vzájemně provázány. Jedná se o soubory s určitou mírou vnitřní integrace, mezi jejichž členy existují

169 Podrobněji viz např. ATO 2013. <http://www.ato.cz/tv-vyzkum/informace-o-projektu>.

vzájemné vztahy a interakce. Jejich příkladem mohou být různé komunity, subkultury, zájmové či profesní skupiny. V tomto případě jednotky, které skupinu tvoří, společně sdílejí určité charakteristiky či znaky. Proto musí výzkumník posoudit, zda vzhledem ke stanovenému výzkumnému cíli zkoumat jen některé jednotky takového souboru, nebo je do výzkumu zařadit všechny.

V mediálních studiích nejčastěji pracujeme s výzkumnými soubory vytvořenými „uměle“, přímo pro potřeby našeho šetření. Takový vzorek je tvořen prostým shlukem výzkumných jednotek, vybraných ze základní populace. Zkoumané jednotky nejsou v rámci vzorku nijak uspořádány nebo systematizovány, a pokud jsou jimi lidé, tak se zpravidla neznají a nevstupují do vzájemných interakcí. Je tomu tak i proto, že takové vzorky jsou mnohdy značně prostorově rozptýlené. Specifickým případem umělých vzorků jsou shluky vymezené výskytem v určitém prostoru a čase (např. skupina fanoušků sledujících přenos hokejového zápasu na Staroměstském náměstí, účastníci filharmonického koncertu apod.).

Další klíčovou otázkou, která postup výběru ovlivní, je, zda usilujeme o to, aby náš výzkum byl reprezentativní. **Reprezentativita** je sice často se sociálněvědním výzkumem spojována, ale není pravdou, že všechna realizovaná šetření musejí být reprezentativní. Dokonce je pravděpodobné, že vzhledem k omezenému množství času, který výzkumný tým může tématu věnovat, a k prostředkům, jimiž disponuje, je většina v České republice realizovaných šetření nereprezentativních. S reprezentativními šetřeními se standardně setkáme v oblasti výzkumu veřejného mínění, především při zjišťování názorů populace na aktuální témata, nebo ve výzkumu volebních preferencí a odhadech výsledků voleb. Reprezentativita šetření je důležitá, jestliže chceme vypovídat o celé cílové populaci, která je velmi početná (např. občané České republiky starší 18 let, žáci základních škol, nezaměstnaní, uživatelé sociální sítě Google+, všechna vydání *Lidových novin* od roku 1989, reklamní šoty odvysílané během roku 2008 v hlavním vysílacím čase apod.), ale výzkum může zahrnout jen její část. V takovém případě je důležité, aby data a závěry z analýzy výběrového vzorku byly zobecnitelné na cílovou populaci. Výsledky zjištěné ve výběrovém souboru přenášíme na soubor základní pomoci tzv. statistické inference. Ačkoli je možnost formulace obecněji platných poznatků lákavá, ne vždy je v silách a možnostech výzkumníka. Někdy to jsou i objektivní kritéria, která neumožňují realizovat reprezentativní šetření stanovené cílové populace, protože nejsme schopni přesněji určit, kdo danou populaci tvoří. Neumíme vymezit její základní soubor. Takovým případem mohou být výzkumy diváků určitého pořadu. Bylo by jistě přínosné realizovat

reprezentativní šetření pravidelných diváků seriálu *The Big Bang Theory*, ale základní úskalí spočívá v tom, že nemáme žádné vodítko, jak stanovit základní soubor těch, z nichž zkoumané jednotky vybírat. Nevíme totiž, kdo seriál reprodukováný Primou Cool sleduje ani kdo jej viděl při vysílání na CBS nebo například stažený z internetu. Ačkoli můžeme mluvit o cílové skupině pravidelných diváků *The Big Bang Theory*, pokud neexistuje způsob, jak stanovit základní soubor, je reprezentativní šetření nemožné; dokonce ani vyčerpávající šetření by nešlo provést. Z logiky věci vyplývá, že se s nereprezentativními šetřeními setkáváme poměrně často. To ale vůbec není špatně. Každé šetření, i to, které má charakter případové studie a věnuje se pouze jednomu výskytu daného jevu, pokud je provedeno korektně, přináší relevantní zjištění, obohacuje stávající vědění a rozšiřuje daný obor. Je proto potřeba zbavit se neopodstatněného dojmu, že pouze reprezentativní šetření jsou přínosná a žádaná.

Zcela specifický postoj k reprezentativitě mají kvalitativní výzkumné přístupy. Vyplývá to z jejich pohledu na sociální realitu, jak jsme si ukázali v kapitole 2. Není pravda, že kvalitativní výzkumy nemohou být reprezentativní. Rozdělení na kvalitativní a kvantitativní výzkum nemá s reprezentativitou žádnou přímou souvislost. Reprezentativita šetření není určována tím, zda se jedná o šetření kvantitativní nebo kvalitativní, ale postupem výběru vzorku. V rámci obou přístupů mohou být realizována jak reprezentativní, tak nereprezentativní šetření. Na poli kvantitativním se s reprezentativními výzkumy setkáváme častěji. To ale neznamená, že by reprezentativní výzkum nemohl být realizován kvalitativními technikami, i když to není obvyklé. Většinou proto, že reprezentativní šetření vedené například formou nestandardizovaných rozhovorů s 1 000 informanty by bylo časově velmi náročné a příliš nákladné. To neznamená, že by nebylo možné takové šetření uspořádat. Jiným případem jsou vyčerpávající šetření, která jsou reprezentativní ze své podstaty, a to opět bez ohledu na to, zda byla provedena kvantitativními nebo kvalitativními postupy zkoumání. V případě kvalitativních výzkumů někdy mluvíme o reprezentativitě ještě v jiném slova smyslu, a to nikoli ve vztahu k populaci, ale vzhledem k předmětu zkoumání. Kvalitativní šetření usilují o to, být reprezentativní právě na rovině předmětu, tedy vyčerpávajícím způsobem postihnout všechny případy, jichž může jev nabývat.

Náhodné a záměrné výběry

V mediálních studiích, stejně jako v sociologii, používáme dva základní typy výběru vzorku: **náhodné** a **záměrné**. Prostřednictvím náhodných

neboli pravděpodobnostních výběrů (*random sample, probability sample*) můžeme vybrat vzorek, který bude reprezentativní pro základní soubor a umožní nám naše zjištění zobecnit na cílovou populaci. Pokud chceme nebo musíme provést reprezentativní šetření, máme v zásadě jen dvě možnosti: zvolit některý z postupů náhodného výběru, nebo se rozhodnout pro výběr kvótní.

Náhodné výběry pracují s teorií pravděpodobnosti.¹⁷⁰ Logika náhodného výběru je postavena na předpokladu: bude-li výzkumný vzorek vybrán ze základního souboru podle pravidel pravděpodobnosti, vznikne reprezentativní vzorek, který při určité velikosti bude z hlediska všech známých i neznámých charakteristik kopírovat strukturu základního souboru.¹⁷¹ Proto jsou tyto výběry označovány také jako pravděpodobnostní. To znamená, že všechny jednotky základního souboru mají stejnou a určitelnou šanci, že budou do vzorku vybrány. Zároveň můžeme matematicky vyjádřit míru odlišnosti výběrového a základního souboru, a tak i odvodit, s jakou pravděpodobností platí naše zjištění pro cílovou populaci, tedy nakolik je lze zobecnit. Dostaneme se k tomu později. Pro pochopení podstaty náhodných výběrů je zásadní, že o výběru jednotek do vzorku rozhoduje náhoda, nikoli výzkumník.¹⁷² Předpokladem takových výběrů je nezávislost losování jednotek výběrového souboru a jejich zkoumaných vlastností.

Zásadní a nezbytnou podmínkou pro realizaci náhodného výběru je **opora výběru** (*sampling frame*) – úplný seznam jednotek základního souboru, z nichž je vzorek vybrán. Nejjednodušší situaci máme v případě výzkumu dokumentů, které lze katalogizovat relativně snadno. Ideálně, pokud se jedná o osoby, můžeme na základě opory výběru nejen identifikovat jednotlivé jednotky, ale také je kontaktovat. To znamená, že seznam zároveň obsahuje údaje o bydlišti jednotek. Pro celorepubliková reprezentativní šetření se jako opora výběru používaly seznamy pojištěnců

170 Jistě si vzpomínáte, jak jste na nižších typech škol počítali pravděpodobnost toho, jak často padne na kostce šestka, nebo nakolik je pravděpodobné, že z pytlíku se šesti zelenými kuličkami a jednou žlutou vytáhnete právě tu žlutou.

171 Klíčovou osobností, která přispěla nejen k rozvoji výzkumu veřejného mínění, ale především rozpracovala statistické postupy náhodného výběru vzorku, byl George H. Gallup. V roce 1936 správně předpověděl vítězství Alfreda M. Londona nad Franklinem Delano Rooseveltem v prezidentských volbách na základě „pouze“ dvoutisícového vzorku. Jeho odhad byl přitom v rozporu s předpovědí deníku *Literary Digest*, který na základě ankety mezi svými předplatiteli správně předpovídal výsledky prezidentských voleb již od roku 1916 a v tomto roce zpracoval téměř dva miliony odpovědí. Podrobněji viz např. Šimůnek (2004), Gallup (1948).

172 Spekulace o tom, nakolik je tento předpoklad správný, prosím, adresujte matematikovi, který vám důkaz tohoto tvrzení jistě vypočítá.

(zdravotního pojištění), případně voličské seznamy. Spolu s platností zákona na ochranu osobních údajů (podléhá zákonu č. 101/2000 Sb.) již ale není tak snadné tyto údaje získat, navíc poměrně snadno zastarávají (jak se lidé stěhují, umírají). Jako opora výběru byl používán i telefonní seznam majitelů pevných linek.¹⁷³ Komerční agentury proto nejčastěji k výběru vzorku užívají seznam adres bytových jednotek. Při výběru se náhodným způsobem volí adresy, na nichž pak tazatel podle speciálního klíče vybírá osobu, kterou bude dotazovat (viz níže). U každého výzkumu tedy záleží na tom, zda máme k dispozici úplný seznam jednotek základního souboru, podle kterého bychom mohli vybírat. Například při výzkumu středoškoláků bychom seznamy mohli získat od vedení jednotlivých středních škol. Podobně by za určitých podmínek bylo možné využít například seznam koncesionářů České televize, předplatitelů určitého periodika, uživatelů určitého tarifu mobilního telefonu. U mnoha výzkumných témat, jež jsou v rámci kulturních a mediálních studií zcela legitimní (pravidelní diváci pořadu *Objektiv*, členové komunity sprejerů, fanoušci skupiny Depeche Mode, ti, kteří přečetli *Babičku*, apod.), však není možné takový seznam vytvořit ani získat, a proto nemůžeme realizovat náhodný výběr. Samozřejmě, mohli bychom udělat náhodný výběr například z celé populace České republiky starší 15 let a v šetření zkoumat, zda vybraní sledují daný pořad nebo jaké hudební skupině fandí. Při standardní velikosti výběrových šetření čítajících tisíc až dva tisíce jednotek je však pravděpodobné, že v našem výběru bude jedinců s danými zájmy jen několik, nebo dokonce žádný. Získali bychom tak sice představu o tom, nakolik je daný jev v české populaci rozšířen, ale jen velmi málo dat o jevu jako takovém. V takových výzkumech reprezentativita šetření není vyžadována (ani předpokládána) a postup náhodného výběru se pro volbu vzorku nehodí. V takových případech používáme výběry záměrné (viz níže).

Základem všech typů náhodných výběrů je **prostý náhodný výběr**. Takový výběr můžeme provést klasickým losováním. Představte si, že seznam jednotek základního souboru – oporu výběru – vytisknete na dlouhý papír a rozstříháte na proužky tak, že na každém budou údaje jen o jedné jednotce. Všechny ústřížky vhodíte do velkého pytle, zamícháte a z něj losujete potřebný počet lístečků se jmény. Jinou možností je postupovat podle tzv. tabulky náhodných čísel (např. 5, 13, 19, 22, 33, 42...). To je vygenerovaná řada čísel, mezi nimiž není žádný matematický vztah.

173 O jeho omezeních podrobněji v kapitole 6.1 v části věnované standardizovanému telefonnímu dotazování.

V tomto případě z opory výběru volíme jednotky, jež mají pořadové číslo shodné s číslem v tabulce. K výběru náhodných čísel se dnes používají počítačové programy, které umějí buď vybrat náhodná čísla, nebo vybírají rovnou jednotky z daného seznamu. Podstatné je, že jednotlivé jednotky seznamu jsou voleny nezávisle na všech ostatních a výběr žádné jednotky neovlivňuje pravděpodobnost výběru jiných.

Z formálního hlediska odlišujeme **náhodný výběr s opakováním** a **náhodný výběr bez opakování**. Jejich rozdíl spočívá v tom, zda jednotky již jednou vybrané do vzorku vracíme zpět do osudí, aby mohly být případně znovu vylosovány, nebo zda je necháváme stranou. Jde spíše o matematický problém, neboť logika náhodného výběru je postavena na tvrzení, že pravděpodobnost všech jednotek základního souboru, že budou vybrány, je stejná, známá (spočitatelná) a vyjádřitelná. Ovšem v případě, že se jedná o náhodný výběr bez opakování, se pravděpodobnost jednotek, které ještě nebyly vylosovány, s postupujícím losováním mění, přesněji nepatrně se zvyšuje. Vraťme se k pomyslnému výzkumu mediálního chování studentů vaší fakulty. Na studijním oddělení vám poskytl seznam studentů, z něhož je zřejmé, že aktuálně studuje 2 500 studentů. Předpokládejme, že jsou všichni dostupní pro zkoumání a chcete z nich vybrat vzorek o velikosti 500 studentů. Každý student má na začátku losování stejnou šanci být vybrán, která se rovná $1 : 2\,500$. Když ale vylosujete prvního, šance ostatních se nepatrně zvýší na $1 : 2\,499$ a to se děje po vylosování každého jména, takže šance posledního už je $1 : 2\,001$. Z matematického hlediska by bylo správné již vylosované lístky se jmény do osudí znovu vracet, aby se šance jednotek na zařazení do výběru nelišila a spolehlivost náhodného výběru nebyla porušena. Pokud by některá z jednotek byla do výběru vylosována více než jednou, data o této jednotce by se později započítala také vícekrát. Z hlediska výběrové chyby, která je spojena s každým výběrovým souborem (viz níže), je však rozdíl v nerovnosti šance na vylosování zanedbatelný (zvláště když cílová populace čítá přes milion jednotek) a v praxi jej zpravidla přehlízíme.

Dalším typem náhodných výběrů je **systematický výběr**. Nejprve vydělíme velikost základního souboru velikostí vzorku (v případě studentů fakulty $2\,500 : 500$) a následně vybíráme každou x -tou, v tomto případě pátou, jednotku na seznamu. Případně můžeme první jednotku zvolit podle tabulky náhodných čísel a dále postupovat systematickým výběrem. V tomto případě si musíme být jisti, že jednotky v opoře výběru nejsou uspořádány podle určité logiky. Mohlo by se totiž stát, že do vzorku vybereme více jednotek se specifickými vlastnostmi, než je pro celý základní soubor charakteristické. Představte si, že studenti budou

v seznamu uvedeni podle toho, jaké navštěvují seminární skupiny. Každá skupina má 20 studentů a ti jsou v seznamu uvedeni podle svých studijních výsledků. Pokud bychom z našeho seznamu vybrali vždy 5., 10., 15., 20., 25. atd., dostalo by se do výběrového souboru proporcčně mnohem více horších studentů (z konce seznamu), než kolik jich je v celém základním souboru, naopak ti nejlepší by byli podreprezentováni. Dříve než začneme vybírat vzorek systematickým náhodným výběrem, je nutné se ubezpečit, že jednotky v seznamu nejsou zařazeny podle nějakého kritéria.

Jinou variantou jsou výběry **oblastní**, označované také jako **stratifikované**. Podstata je v tom, že základní soubor nejprve rozdělíme do určitých oblastí/strat, ve kterých pak provádíme náhodný výběr. V rámci výzkumu populace České republiky by takovým stratem mohly být například kraje. V některých případech jsou určité dílčí skupiny/strata přirozeně součástí cílové populace a nemusíme je vytvářet uměle. Mohlo by tomu tak být například při výzkumu žáků ve věku 12–15 let, v němž bychom za strata považovali skupiny těch, kteří navštěvují určitou školu. Každé stratum má zpravidla jiný počet jednotek (tak jako jednotlivé kraje mají odlišný počet obyvatel), na to musíme pamatovat při analýze dat, která byla sebrána tímto způsobem, protože můžeme porovnávat výsledky z jednotlivých strat, ale nelze je vzájemně průměrovat.¹⁷⁴

Jinou variantou je výběr **vícetupňový**. V tomto případě nejprve vybíráme jednotky vyššího řádu a následně nižšího. Při výběru vzorku z populace České republiky bychom mohli nejprve losováním zvolit kraje, v nichž výzkum proběhne, v rámci nich města a dále ještě třeba ulice. Vždy bychom používali náhodný výběr, ale vybírali bychom nikoli přímo výzkumné jednotky, ale nejprve větší celky a teprve v posledním kroku bychom vybírali jedince, kteří budou zkoumáni. Je však potřeba zvážit, zda je vícetupňový výběr pro danou populaci vhodný a zda její jednotlivé části nemají zásadně odlišné charakteristiky (např. odlišnost obyvatel jižních Čech, středních Čech a severní Moravy). Tento postup bývá využíván při práci s dokumenty materiální povahy. Například při analýze obsahu určitého periodika nejprve náhodně vybereme ročníky, z nichž dále vybíráme konkrétní vydání pro analýzu.

Jiný postup volí výběr **vícefázový**, kdy v prvním kroku z velkého souboru vybereme vyšší počet výzkumných jednotek a až v dalším užší výzkumný vzorek. Jeho variantou je výběr skupinový, při kterém zvolíme skupinu a v ní uděláme vyčerpávající šetření. To je také obdoba strati-

174 Průměr v takovém případě počítáme tak, že každé stratum započteme s vahou/koefficientem odpovídajícím jeho velikosti v rámci celku.

fikovaného výběru. Tento postup je použitelný v případě, že základní soubor je tvořen menšími celky. Je však důležité, aby jednotlivé skupiny nebyly něčím specifické a v tomto ohledu odlišné od ostatních. V takovém případě by byla narušena reprezentativita vzorku i celého výzkumu.

Komerční agentury někdy používají také techniku tzv. **náhodné procházky** (*random route/walk*). V náhodně vybraných městech jsou náhodně vylosovány ulice, do nichž jsou vysláni tazatelé se speciálním návodem, jak dále postupovat. Instrukce, kterou obdrží, zní asi takto: „Na konci ulice pokračuj doleva, jdi dvě ulice rovně a na rohu odboč doprava. Jdi po pravé straně ulice, zvol pátý vchod do domu, třetí bytovou jednotku.“ Následuje algoritmus, jak v daném bytě vybrat konkrétního respondenta. Jeden z používaných je znám pod označením **švédský klíč**. Na určené adrese a v dané bytové jednotce tazatel nejprve zjistí složení domácnosti a věk jednotlivých členů, které seřadí do pomocné tabulky podle věku od nejstaršího k nejmladšímu, podle pořadí navštívené domácnosti odečte z pomocného algoritmu, kterou osobu má dotazovat, a právě ta musí zodpovědět jeho otázky. V případě, že tazatel byl v domácnosti se třemi členy, pak by (pokud je to první jím navštívená domácnost) dotazoval 1. (nejstarší) osobu, pokud je to již 2. navštívená domácnost, byla by respondentem 2. nejstarší osoba, a v případě 3. domácnosti její 3. nejstarší člen.

Ukázka švédského klíče pro výběr dotazované osoby

číslo adresy	počet členů domácnosti	dotazovaná osoba	cílová osoba
1. V Lukách 17 331 03 Bělá	1 osoba 2 osoby <u>3 osoby</u> 4 osoby více než 4	tato 2. osoba <u>1. osoba</u> 2. osoba nejmladší	->
2.	1 osoba 2 osoby <u>3 osoby</u> 4 osoby více než 4	tato 2. osoba <u>2. osoba</u> 4. osoba nejmladší	->
3.	1 osoba 2 osoby <u>3 osoby</u> 4 osoby více než 4	tato 2. osoba <u>3. osoba</u> 1. osoba nejmladší	->

Druhou velkou skupinu vytváření vzorku tvoří **výběry záměrné** (*purposive/judgmental sample, nonprobability sample*), označované také jako **účelové**. Záměrné výběry jsou častěji využívány v kvalitativních šetřeních, což ovšem nevylučuje jejich použití ve výzkumech kvantitativních. Jak je zřejmé z jejich názvu, volíme tentokrát zkoumané jednotky s určitým úmyslem. Záměrné výběry jsou vedeny plánem výzkumníka a jeho představou o cílové populaci a jeho rozhodnutím, co (kdo) by mělo být zkoumáno. Tento postup výběru zkoumaných jednotek neumožňuje širší generalizaci zjištění, je však vhodný pro případy, kdy není cílová populace přesněji uchopitelná a ohraničená. Výzkumník proto musí v závěru šetření přesně vymezit, pro jakou populaci jsou jeho závěry platné.

Záměrné výběry neposkytují reprezentativní vzorek cílové populace. Jedinou výjimkou z této skupiny je **výběr kvótní**. Kvótní výběr se snaží dosáhnout reprezentativity, ale pracuje méně spolehlivě než výběry náhodné a na jiném principu. Kvótní výběr je vhodný tehdy, když nemáme oporu výběru, ale máme dostatek podrobných informací o složení cílové populace. Nemáme sice seznam jednotek, které ji tvoří, ale známe její strukturu (zpravidla se jako klíčové charakteristiky pro specifikaci populace využívají různé sociodemografické údaje). Například nemáme nebo nemůžeme získat seznam obyvatel Olomouckého kraje, ale z údajů Českého statistického úřadu můžeme zjistit, jaké je jejich složení z hlediska pohlaví, věku, místa bydliště, vzdělání, rodinného stavu apod. Některé z těchto údajů můžeme využít jako **kvóty** – charakteristiky výzkumných jednotek, na jejichž základě bude výzkumný soubor sestaven. Jestliže je v základním souboru 49 % žen, 15 % osob starších 65 let, 15 % s vysokoškolským vzděláním a 45 % s jedním dítětem, bude tomu tak i ve vzorku. Kvótní výběr předpokládá, že když sestavíme vzorek, který bude mít stejnou strukturu jako má cílová populace, pak bude reprezentativní. Je však nutné podotknout: pouze vzhledem ke známým a zohledňovaným kvótám, podle nichž byl vytvořen. Zatímco vzorek z náhodného výběru reprezentuje všechny známé i neznámé vlastnosti populace, kvótní vzorek je reprezentativní jen z hlediska zvolených kvótních znaků. Tento typ výběru se používá pouze při zkoumání osob (nikoli dokumentů) a využívají jej výzkumné agentury pro marketingové výzkumy, někdy i pro výzkumy stranických preferencí. Tazatel, který sbírá data, dostane kvóty, podle nichž vybírá jedince s odpovídajícími vlastnostmi.

Kvótní výběr má ale určitá omezení; především sestavit vzorek na základě pěti stanovených kvót je již poměrně obtížné. To znamená, že stanovení znaků, z jejichž hlediska bude výzkumný soubor reprezentativní, je hodně omezené. V principu by bylo možné použít i více kvót, ale je to velmi náročné

pro tazatele, kteří mají příslušné jedince vybírat a kontaktovat, a hlavně se výrazně prodlužuje čas nutný ke sběru dat. Proto jsou pro sestavení kvótního vzorku používány zpravidla čtyři až pět kvót, přitom se odlišují kvóty jednoduché a kombinované nebo vázané. V případě jednoduchých kvót je určen jen počet osob příslušné kategorie, jež mají být dotazovány. U vázaných kvót jsou jednotlivé kvóty vzájemně propojené a tazatel agentury dostane předpis sestavený na základě požadovaných znaků.

Kvótní předpis pro kontaktování respondentů na základě jednoduchých kvót.

Dotazovaných celkem: 5

- ▶ pohlaví:
 - muži 3
 - ženy 2
- ▶ věk:
 - 20–29 2
 - 30–39 1
 - 40–49 1
 - 50–59 0
 - 60 a více 1
- ▶ vzdělání:
 - vyučený (bez maturity) 2
 - středoškolské (s maturitou) 1
 - vysokoškolské 2

Kvótní předpis pro kontaktování respondentů na základě vázaných kvót: pohlaví, věku, vzdělání, počtu dětí, velikosti místa bydliště a příjmu.

Dotazovaných celkem: 5

Dotazujte:

- ▶ 1 žena, 20–29 let, vyučená bez maturity, se dvěma dětmi, žijící v sídle do 5 000 obyvatel, s hrubým měsíčním příjmem do 15 000;
- ▶ 1 žena, 30–39 let, VŠ, s jedním dítětem, žijící v sídle od 5 000 do 50 000 obyvatel, s hrubým měsíčním příjmem nad 22 000;
- ▶ 1 muž, 40–49 let, vyučený, se dvěma dětmi, žijící v sídle nad 100 000 obyvatel, s hrubým měsíčním příjmem do 15 000;
- ▶ 1 muž, 60–69 let, VŠ, s jedním dítětem, žijící v sídle od 5 000 do 50 000 obyvatel, s hrubým měsíčním příjmem 15 000–20 000;
- ▶ 1 muž, 20–29 let, maturita, bezdětný, žijící v sídle od 5 000 do 50 000 obyvatel, s hrubým měsíčním příjmem nad 22 000.

V praxi je poměrně obtížné nakontaktovat právě osoby, které odpovídají zadanému kvótnímu profilu. Čím více kvót výzkumník zvolí, tím je nalezení vhodného respondenta obtížnější a časově náročnější (a někdy dokonce nemožné). Zásadní výtky proti kvótním výběrům pak tvrdí, že takto vybraný vzorek kopíruje více strukturu tazatelské sítě než strukturu základního souboru. Je tomu tak proto, že tazatelé nejprve hledají vhodné osoby mezi svými příbuznými a známými. Vzhledem k tomu, že nejvíce tazatelů se rekrutuje z řad studentů a osob střední třídy, jiné vrstvy společnosti a okrajové skupiny populace bývají ve vzorku podreprezentovány. Nevýhodou kvótního výběru, která ovlivňuje jeho výslednou kvalitu a tak i reprezentativitu, je tedy velký vliv tazatelů na složení vzorku a obtížná kontrola jimi provedeného výběru. Navíc na rozdíl od pravděpodobnostních výběrů u kvótních nelze odhadnout odchýlení od optimálního vzorku, protože zde neznáme množství odmítnutí, nelze srovnávat výsledný vzorek s vybraným souborem jednotek, které měly být zkoumány.

Ostatní typy záměrných výběrů již na reprezentativitu neaspírují. Základní dva z nich označujeme jako **homogenní** a **heterogenní**. Jde o to, nakolik se jednotlivé výzkumné jednotky vzorku vzájemně odlišují. Pro některé výzkumy je vhodné, aby byl zkoumaný vzorek co nejvíce homogenní a zahrnoval jednotky s malou variabilitou zkoumané vlastnosti. Takovým případem může být výzkum pravidelných diváků určitého pořadu. V jiných případech naopak potřebujeme vzorek heterogenní, ve kterém bude pokryto široké spektrum jednotek s velkým rozptylem vlastností vzhledem ke zkoumanému jevu. Například při výzkumu sledovanosti seriálové produkce bychom ve vzorku chtěli diváky i nediváky co největšího spektra různých seriálů. Ve specifických případech můžeme provést výběr pouze extrémních případů, například ve výzkumu seriálových diváků zvolíme pouze ty, kteří jednotlivé díly nesledují na pokračování, ale vždy pouze celou sérii v řadě třeba během víkendu. Za variantu tohoto postupu lze označit i **výběr soudců**, kdy do vzorku volíme experty na zkoumaný jev.

Jiným typem záměrného výběru je **výběr strukturální**. Tento výběr respektuje vnitřní strukturu základního souboru, jehož jednotky jsou spolu vzájemně provázány, a do vzorku je vybíráme na základě vzájemných vztahů. Jestliže je jednotka propojena s jinými, jsou do vzorku zahrnuty všechny příslušné jednotky dané sítě. Tento postup je označován také

jako relační nebo kontextuální výběr, protože usiluje o zachycení vztahů mezi zkoumanými jednotkami.¹⁷⁵

Snad nejčastěji zmiňovaným postupem záměrného výběru je **technika sněhové koule** (*snowball technique*).¹⁷⁶ V tomto případě výzkumník spoléhá na to, že mu s výběrem vhodných jedinců do vzorku pomohou ti, které už zkoumal. V principu by mělo stačit nakontaktovat jednu osobu požadované cílové populace, která by nás odkázala na další členy. Například při výzkumu mediální konzumace otců na rodičovské dovolené bychom mohli prvního dotázaného požádat o kontakt na další muže, kteří jsou také na rodičovské dovolené. Tato technika v praxi často není tak efektivní, jak bychom doufali. Řada výzkumných jednotek, od nichž jsme bez větších obtíží získali požadovaná data, se zdráhá doporučit další osoby nebo nám na ně poskytnout kontakt (možná je to nepříznivá anomálie české populace). Proto výzkumník tento postup často doplňuje i vlastním pátráním po dalších vhodných informantech a využívá i volbu **úsudkem**. Ta je vhodná v případě, že cílovou populaci zná, a může tak určit vhodné výzkumné jednotky.

Pro záměrné výběry platí jiná kritéria než pro náhodné. Zatímco náhodné výběry mají reprezentovat zkoumanou populaci, po vzorcích vybraných účelově chceme, aby reprezentovaly zkoumaný jev, přesněji jeho variabilitu. Na rozdíl od vzorku u náhodného výběru, jehož velikost je předem stanovena, u záměrných výběrů se velikost vzorku vyvíjí v závislosti na výtěžnosti dat, která dostáváme. Počet zkoumaných jednotek by měl být podřízen datové saturaci. To znamená, že přidáváme další výzkumné jednotky až do chvíle, než se v získaných datech přestanou objevovat nové, odlišné informace, a data, jež dostáváme, jen opakují, co už jsme zaznamenali dříve. Takový vzorek označujeme jako **saturovaný**. V praxi někdy jde o ideální případ, kterého není možné dosáhnout, například vzhledem k časovým a finančním podmínkám výzkumu. Přesto bychom měli o datovou saturaci usilovat, abychom nepřehlédli nějaký podstatný údaj, jenž může vnést jiné světlo i na ostatní data.¹⁷⁷ Vždy je třeba zvažovat, nakolik již je náš vzorek informačně nasycen a zda není potřeba získat ještě další data.

Zjištění získaná na základě záměrných výběrů jsou vždy omezená. Pro všechny závěry z výzkumů užívajících záměrné výběry je proto potřeba přesně specifikovat, k jaké cílové populaci je lze vztahovat. Možnosti jejich zobecnění zpravidla nejsou velké. To ale není špatně, a pokud

175 Srov. Buriánek (1993).

176 Podobně jako se nabaluje koule valící se po zasněžené stráni, zvětšuje se i výzkumný vzorek.

177 Podrobněji viz kapitola 6.2 o sběru dat nestrukturovanými rozhovory.

jste postupovali korektně, nemůže to být hodnoceno jako chyba (např. recenzentem)¹⁷⁸ ani to nesnižuje vědecký přínos takových šetření.

Rizika výběru zkoumaných jednotek

Při výběru vzorku pro náhodná šetření čelíme několika základním rizikům. Chyby v provedení výběru vzorku¹⁷⁹ vedou k odchylkám struktury výběrového souboru od struktury souboru základního. Odlišujeme **náhodnou** a **systematickou chybu výběru**. Náhodná výběrová chyba je způsobena statisticky a je nedílnou součástí všech (i dobře provedených) náhodných výběrových postupů. Vyjadřuje, že výběrový soubor nikdy nereprezentuje základní soubor úplně přesně, protože nejsou shodné. Tato chyba se (do určité míry) zmenšuje s velikostí výběrového souboru (viz níže). Naopak k systematické chybě výběru dochází, je-li náhodnost výběru porušena. Její příčinou může být **riziko špatného základu**, které je výsledkem práce s nekvalitní oporou výběru, z níž výzkumné jednotky vybíráme. Pokud je opora výběru neúplná, neobsahuje všechny jednotky základního souboru, jsou tyto eliminovány z možnosti být vybrány do výzkumného vzorku. To znamená, že ostatní jednotky mají vyšší pravděpodobnost zařazení do vzorku, což narušuje jeho reprezentativitu.¹⁸⁰ Problematické je to zvláště tehdy, když v opoře systematicky chybějí jednotky s určitými charakteristikami (které zpravidla neznáme).

Například v ekonomických statistikách se můžete setkat i s výsledky zpracovanými na základě výběru označovaného jako **metoda úmyslné eliminace určitých jednotek**. To znamená, že do vzorku jsou zařazeny jen určité, specifické jednotky základní populace. Tento postup se používá u některých statistických ukazatelů, kupříkladu průměrná mzda je počítána pouze z údajů o výši příjmů zaměstnanců tzv. velkých zaměstnavatelů.¹⁸¹ Je zcela zřejmé, že tato část jednotek základního souboru má svá specifika a nereprezentuje základní populaci přesně. V praxi je však tento postup standardně aplikován, protože shromažďovat údaje od všech

178 Chybou ale samozřejmě je, pokud tato omezení platnosti vašich zjištění v práci neuvedete.

179 Vedle chyb spojených s výběrem vzorku čelíme v kvantitativních šetřeních ještě chybám měření, podrobněji kapitola 6.1.

180 Pokud známe populační charakteristiky měřených proměnných, pak můžeme posuzovat velikost odchylky výběru, vyjadřující, jak se liší hodnota průměru vzorku od průměru populace. Je-li rozptýl hodnot vzorku kolem populačního průměru malý, je kvalita výběru dobrá.

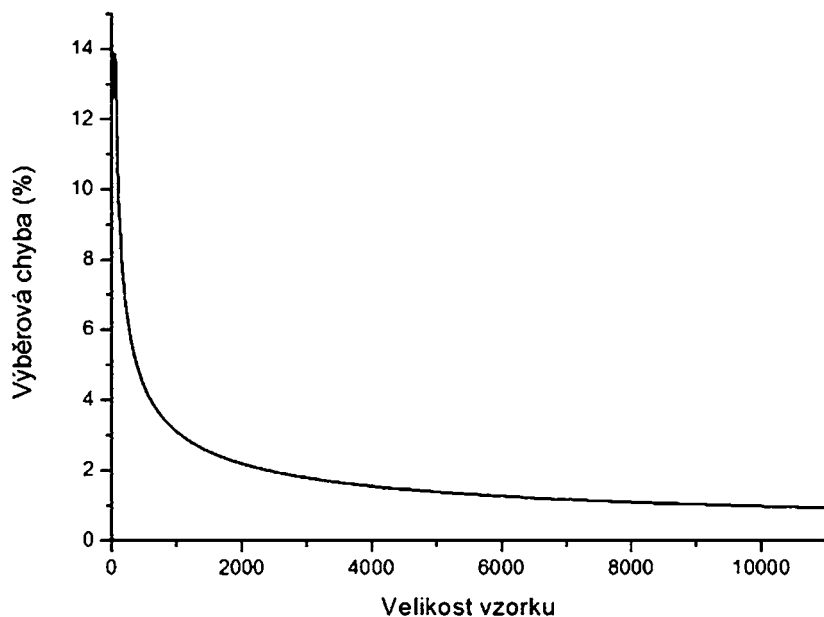
181 Přesněji podle podnikového výkaznictví z podniků s více než x zaměstnanci, které tyto údaje poskytují Českému statistickému úřadu.

drobných zaměstnavatelů by nebylo časově zvládnutelné. V sociologii by však takový přístup nebyl považován za příliš vhodný a nedoporučila bych jej ani v mediálních studiích, právě pro jeho selektivitu a systematickou odlišnost zkoumaného vzorku od cílové populace. Existují ale případy, kdy se výzkumník rozhodne některé, například špatně dostupné či okrajové skupiny obyvatelstva, jejichž dosažení by bylo příliš nákladné, z výběru záměrně vynechat. Takové rozhodnutí může být zcela opodstatněné. Vždy je však nezbytné jej uvést a zdůvodnit ve výzkumné zprávě.

Další úskalí představuje riziko špatného místa nebo času dotazování, případně rizika vyplývající z nepřesného postupu či práce tazatelů. Ukazuje se, že sběr dat v odlišných časových obdobích je zatížen různě velkými chybami, které se v celém vzorku sčítají, a tak s větší velikostí vzorku celková chyba roste. Stejný efekt má i spolupráce více sběračů dat. Každý z nich se průběžně dopouští určitých nepřesností, jež přispívají k nárůstu systematické chyby. Totéž se děje při sloučení dat z různých výzkumů, i zde se chyby jednotlivých výběrů sčítají. Znovu se k chybám způsobeným nevhodnou dobou dotazování nebo prací tazatele vrátíme v kapitole 6.1 věnované standardizovanému dotazování.

Věnujme se nyní krátce náhodné výběrové chybě. Výše jsem uvedla, že reprezentativní vzorek lze získat pouze náhodným výběrem. Ale i v případě dodržení uvedeného postupu výběru zkoumaných jednotek se každý vybraný vzorek svým složením liší od základního souboru. Pokud si představíte seznam studentů vašeho ročníku, z nichž pětkrát za sebou náhodně vyberete vždy deset zástupců, je vysoce pravděpodobné, že každá vylosovaná skupina bude odlišná (možná někteří studenti budou figurovat ve dvou nebo více pěticích, ale to není podstatné). Všechny tyto výběry byly provedeny postupem náhodného výběru a všechny by tedy bylo možné označit za reprezentativní pro váš ročník. Teorie pravděpodobnosti nám umožňuje vypočítat odhad, jak se náhodně vybraný vzorek liší od základního souboru, jaká je jeho **výběrová chyba**. Na její velikost má vliv především homogenita či heterogenita populace, z níž vybíráme. Čím jsou si jednotky populace podobnější, tím bude chyba menší. Intuice zároveň napovídá, že čím bude zkoumaný vzorek větší, tím bude základní populaci lépe reprezentovat. Ano, s rostoucí velikostí vzorku se rozdíl mezi strukturou vybraného vzorku a cílové populace zmenšuje. Jak ukazuje obrázek 7, hodnota výběrové chyby směrem doprava nejprve rychle klesá a blíží se k ose x , ale nikdy ji neprotne. Nikdy nebude nulová a získané výsledky se vždy pohybují v určitém intervalu spolehlivosti. Ačkoli reprezentativita

roste s velikostí souboru, hodnota výběrové chyby se od určitého bodu zmenšuje tak pomalu, že ztrácí smysl vzorek dále zvětšovat, neboť její mírný pokles je neúměrný rostoucím nákladům na sběr dat většího výzkumného souboru.



Obr. 7 Vztah velikosti výběrového souboru a výběrové chyby¹⁸²

Pro hodnotu výběrové chyby není zásadní velikost cílové populace,¹⁸³ ale především její složení (homogenita či heterogenita), respektive rozložení četnosti zkoumané proměnné. Proto i výzkumy reprezentativní pro populaci České republiky starší 18 let zpravidla pracují se vzorky jen o něco málo většími než 1 000 respondentů. Čím je proměnná v popu-

182 Graf ukazuje hodnotu standardní chyby výběru pro proměnnou, jež je v populaci zastoupena 50 %.

183 Je-li pravděpodobnost výskytu nějakého jevu v populaci p , pak při N pokusech lze očekávat, že jev nastane přibližně v $n = Np$ případech. Standardní chybu vyjadřující variabilitu pozorování v souboru označujeme sigma a počítáme podle vzorce: $\sigma = \sqrt{Np(1-p)}$. To lze použít pro odhad přesnosti výsledků získaných na základě našeho výběru na základě n . Pravděpodobnost výskytu odhadneme podle vzorce $p = n/N$ a chybu jako $2\sigma = 2\sqrt{Np(1-p)}$. Relativní/výběrovou chybu pak vypočteme jako $2\sqrt{p(1-p)}/\sqrt{N}$. Příklad: pro $p = 1/2$ a $N = 100$ je výběrová chyba $1/10$, tj. 10 %, pro $N = 1\,000$ je rovna $1/\sqrt{1\,000} = 0,032$, tedy 3,2 %. Z toho můžeme odvodit, že při 95% spolehlivosti jsou naše inference vzhledem k cílové populaci vyvozené na základě analýzy 1 000 vzorků dobré s přesností $\pm 3\%$. Podrobněji viz např. Anděl, Černý, Charamza, Neustadt (2005).

laci zastoupena více nerovnoměrně (např. 90 % × 10 %), tím je výběrová chyba menší. Konkrétní hodnoty ukazuje tabulka 3. Pokud je proměnná v populaci zastoupena 50 %, chyba výběru pro vzorek 500 respondentů je cca 4,5 % (na hladině statistické významnosti 95 %¹⁸⁴), ať je vybrán z populace čítající 1 000 jednotek, nebo 100 000 či 10 000 000. Bohužel údaje o homogenitě/heterogenitě základního souboru zpravidla nemáme a distribuci proměnné v populaci neznáme. Interval spolehlivosti zjištění se vždy pohybuje v rozmezí plus minus výběrová chyba od naměřené hodnoty. Z hlediska statistického by byla nejvhodnější velikost vzorku 10 000 respondentů, neboť v takovém případě již výběrová chyba klesá pod 1 %. Cena sběru dat takového výzkumu by však přesahovala několik milionů.

Příklad z prezentace předvolebních odhadů

Posuzujeme-li výsledky předvolebních odhadů, je potřeba se zajímat také o to, od jak velkého počtu respondentů byly prezentované hodnoty získány. Samozřejmě předpokládáme, že šetření bylo provedeno na reprezentativním vzorku, v opačném případě o zobecnění na širší populaci vůbec nelze uvažovat. Pro zjednodušení uvažujme pouze preference dvou nejsilnějších stran, z nichž jedna by získala 37 % a druhá 44 % hlasů. Pokud se jednalo o výběrový soubor čítající 500 respondentů, pohybují se výsledky s 95% pravděpodobností v intervalu spolehlivosti + – 4,4 %.¹⁸⁵ Při konání reálných voleb by v principu bylo možné, aby první strana dostala až 41 %, zatímco druhá jen 40 %, což výsledek voleb podstatně mění. Chyba předpovědi volebních výsledků bude ještě větší, pokud vycházíme z údajů z ještě menšího vzorku, naopak s jeho zvětšováním bude povolna klesat. Proto je volba velikosti výběrového souboru podstatným rozhodnutím přípravné fáze výzkumu.

Při rozhodování o velikosti vzorku není tak podstatné, zda je cílovou populací 25 000 studentů univerzity, 100 000 obyvatel města nebo 20 000 000 občanů státu. Vhodná velikost vzorku je ovlivněna spíše nároky statistické analýzy dat než početností cílové populace. Pro provedení základních operací inferenční statistiky je potřeba alespoň

184 Statistická významnost na hladině $\alpha = 0,05$ pro výběrové šetření na náhodně vybraném vzorku znamená, že výzkumník se při zobecnění závěrů na celý základní soubor vystavuje riziku zobecnění nejvýše 0,05 (tj. 5 %) (Blahuš 2000).

185 Tato chyba platí v případě, že kandidují jen dvě strany a jejich preference jsou přibližně 1 : 1 (50 %), pokud by byly nerovnoměrné, je chyba o něco menší. Podrobněji viz např. Hendl (2004).

200 výzkumných jednotek,¹⁸⁶ přičemž zjištění budou zatížena cca 7% výběrovou chybou. Velikost výběrového souboru je navíc potřeba přizpůsobit počtu statistických operací, které na datech chceme aplikovat. Čím podrobnější analýzy dílčích podsouborů vzorku plánujeme, tím více jednotek potřebujeme.¹⁸⁷ Specifickým případem jsou studie psychologické, které pracují i s velmi malými výběrovými soubory, čítajícími jen dvacet případů i méně.

Tab. 2 Závislost hodnoty výběrové chyby na velikosti výběrového souboru (na hladině významnosti 95 %)

výběrová chyba při rozložení proměnné			
velikost vzorku	10 % × 90 %	25 % × 75 %	50 % × 50 %
50	8,3 %	12,0 %	13,9 %
100	5,9 %	8,5 %	9,8 %
200	4,2 %	6,0 %	7,0 %
500	2,6 %	3,8 %	4,4 %
1 000	1,9 %	2,7 %	3,1 %
2 000	1,3 %	1,9 %	2,2 %
5 000	0,8 %	1,2 %	1,4 %
10 000	0,6 %	0,9 %	1,0 %
20 000	0,4 %	0,6 %	0,7 %

Na závěr se zmíním o dvou postupech, které bych pro výběr vzorku pro sběr dat pro odbornou práci nedoporučila. Jedná se o **výběr nahodilý a samovýběr**. S nahodilým výběrem (*haphazard sample*) se můžete setkat osobně, když jste na ulici osloveni tazatelem, který po vás chce zodpovědět nějaké otázky. Pozor na zaměňování označení náhodný a nahodilý. Zatímco náhodné výběry poskytují reprezentativní vzorky, nahodilý výběr se neřídí žádnými pravidly (ani náhodou ve smyslu náhodného výběru). Nahodilý výběr je zcela v režii osoby pověřené sběrem dat a záleží jen na ní, koho osloví. Žádný tazatel při výběru respondentů není úplně nestranný (i když si to může myslet nebo o to usilovat), protože si intuitivně vybírá osoby, které méně spěchají, tváří se přístupněji, jsou mu sympatické, více se usmívají, naváží oční kontakt apod. Mimoto je jeho výběr ovlivněn tím, jací lidé se v danou dobu na

186 Pro diplomové práce doporučuji pro dotazníková výběrová šetření pracovat se vzorkem minimálně 200, raději až 500 respondentů.

187 Čím vyšší úroveň třídění, tím větší pravděpodobnost, že u malého souboru do 200 jednotek budou některá pole tabulek neobsazena.

místě dotazování vyskytují. Například po Václavském náměstí v Praze denně projde velké množství potenciálních účastníků výzkumu, ale někteří z nich jsou cizinci a další turisté. Ani v případě, že by se výzkum týkal Pražanů nebo osob žijících či pracujících v Praze, není to pro jejich kontaktování vhodné místo, protože ne všichni takoví se v tomto místě během dne pohybují. Podobně by tomu bylo v některém nákupním centru, opět se zde vyskytuje jen určitá část populace a některé její jednotky mnohonásobně častěji než jiné. Dopoledne bychom asi potkali více žen na rodičovské dovolené, případně seniorů, o víkendech zase více rodin z okolních sídel. A nepochybně budou existovat členové cílové populace, které bychom zde nezastihli téměř nikdy. Tento postup výběru vzorku by mohl být přijatelný pro vedení daného supermarketu při zjišťování spokojenosti zákazníků. Pro odborné účely ale není vhodný, i když bývá využíván v různých anketách a v komerčních šetřeních. Takto vybrané vzorky jsou zcela nahodilé a šetření pracující s těmito daty mají velmi malou výpovědní hodnotu a není možné je vztáhnout k přesněji vymezené cílové populaci.

Podobnému zkreslení jsou vystaveny výběry založené na **samovýběru**. To je situace, kdy jednotky výzkumu mají samy možnost rozhodnout, zda se do výzkumu zapojí. V podstatě právě toto osobní rozhodnutí hraje výraznou roli i při nahodilém kontaktování respondentů v předchozím případě. Problém spočívá v tom, že o jedincích, kteří chtějí participovat na dotazování, nemáme dostatek informací, a nevíme, jak se liší od ostatních. Je pravděpodobné, že do výzkumu se častěji zapojí ti, kteří jsou na problému osobně angažováni, ti, kteří na naše otázky mají názor, mají již utvořený postoj k výzkumnému tématu, ti, kteří právě mají čas nebo jsou obecně ochotnější odpovídat na jakékoliv otázky apod. Je pravděpodobné, že ti, kteří se do výzkumu chtějí zapojit, o námi zkoumaném jevu již dříve uvažovali nebo jsou to osoby, jež jsou zvyklé se vyjadřovat k veřejným záležitostem, případně tzv. mají názor na všechno. Ani tímto způsobem nelze získat vzorek, který by bylo možné považovat za vypovídající o určité cílové populaci, a zjištění nelze zobecňovat. Se samovýběrem se můžeme setkat při realizaci anket, kdy je výběr jedinců založen na rozhodnutí respondenta odpovědět, a právě tím se získaný vzorek liší od ostatní populace. Získáváme pouze názory těch, kteří se o ně chtějí podělit, a nevíme ani nemáme podle čeho odhadnout, nakolik jsou jejich názory totožné, podobné či protikladné od názorů těch, kteří na výzkumu neparticipovali. Jedinci, kteří odpovídali, velmi pravděpodobně nejsou stejní jako ti, kteří odpověď odmítli. Nemáme ale šanci zjistit, v čem se liší a zda se neodlišují také v názorech a postojích

ke zkoumaným jevům. Riziko samovýběru ale může intervenovat i do realizace náhodného výběru. Jestliže z respondentů vybraných do vzorku odmítne větší část na výzkumu participovat, je tím výrazně ohrožena reprezentativita celého výběrového šetření. Podrobněji se k tomu vrátíme v kapitole 6.1 v části věnované návratnosti poštovního dotazování.

Na druhé straně existují případy, které princip samovýběru využívají. Tím nejznámějším v našem oboru je asi výzkum diváků *Dallasu* provedený Ien Angovou (1985). Na začátku osmdesátých let si podala inzerát do časopisu, v němž žádala, aby jí čtenáři napsali svůj názor na tento populární seriál, a svoji analýzu založila na 42 získaných dopisech. Jednalo se o nahodile sebraný vzorek, ale na poli kvalitativního přístupu je možné jej použít a zvolený postup byl zcela adekvátní, i když pravděpodobně nevedl k saturaci dat. Přesto se Angové podařilo postihnout jak příznivce, tak i ty, kteří seriál nesledovali.

K čemu potřebujeme hypotézy?

5.

„Hypotézy mají sílu dokonce i tehdy, když se nepotvrdí.“
(Kerlinger 1972: 40)

Zatímco v předchozích kapitolách jsme mluvili vždy o obou základních metodologických přístupech, kvantitativním i kvalitativním,¹⁸⁸ v této zůstaneme převážně v tom kvantitativním. Zaměříme se na práci s hypotézami, které jsou jádrem přípravné fáze kvantitativního šetření. Navážeme na předchozí kapitoly věnované počáteční přípravě empirického šetření a budeme pokračovat dalšími kroky. Zároveň se ale při práci s hypotézami opět vrátíme i na pole obecné a speciální metodologie, neboť jejich použití v rámci jednotlivých výzkumných postupů a v rámci kvalitativního a kvantitativního přístupu je určeno jejich ontologií. Funkce hypotéz v kvalitativním a kvantitativním paradigmatu je odlišná. Zatímco pro kvantitativní přístup jsou zásadními stavebními kameny a například Disman (1995) jej přímo označuje jako testování hypotéz, v kvalitativních výzkumech zpravidla nefigurují vůbec, nebo jsou formulovány až v závěrečné fázi analýzy dat v průběhu induktivní generalizace.¹⁸⁹ Proto nyní necháme kvalitativní postupy stranou a naopak se soustředíme na hypoteticko-deduktivní výzkumnou strategii. Uvedeme pravidla pro generování hypotéz, následně provedeme operacionalizaci termínů, s nimiž pracují, a zaměříme se na výběr vhodných indikátorů pro sběr dat, s jejichž pomocí bychom zkoumaný problém mohli testovat.

188 Viz kapitola 2.

189 V kontextu kvalitativního výzkumu se také používá označení teze.

5.1 Hypotéza a její role ve výzkumném procesu

V kapitole věnované přípravě empirické práce jsem uvedla, že každý výzkumný projekt začíná seznámením se s dosavadním věděním o zkoumaném předmětu a jeho uvedením do souvislosti se stávajícím věděním oboru. Kromě jiného se tak chráníme před provedením chybných kroků a špatných rozhodnutí při realizaci výzkumu. Proto každé šetření začínáme výzkumem v knihovně,¹⁹⁰ a to i v případě zkoumání nového jevu (v rámci mediálních studií např. užití nových ICT, kupř. čtení elektronických publikací pomocí tabletů apod.), o němž zatím nebyla publikována žádná odborná studie. Vždy je možné využít výzkumy, které analyzují podobné či příbuzné jevy, a opřít se o ně jako o aktuální rovinu vědění oboru. Stávající odborná diskuse o tématu je podkladem a východiskem pro kladení dalších výzkumných otázek, ale i pro formulaci očekávaných, zatím hypotetických, odpovědí na ně. Tato úvodní část je označována jako teoretická analýza problému a spočívá v rešerši a rozboru dosavadních poznatků o problému.¹⁹¹ Pro odborného pracovníka se zpravidla nejedná o samostatný úkon, ale naopak o nedílnou součást jeho systematické vědecké činnosti a každodenní praxe. Akademičtí výzkumníci zpravidla v jednotlivých empirických šetřeních průběžně rozvíjejí vědění ve vybrané části oboru, navazují na svá předchozí zjištění a jsou s předmětem výzkumu obeznámeni předem. Mohou proto formulovat hypotézy pro následující šetření i na základě své předchozí empirické práce a odborné zkušenosti.

Hypotézy¹⁹² jsou v rámci hypoteticko-deduktivního postupu základními stavebními kameny, z nichž se postupně budují vědecké teorie. Jejich formulace je i vodítkem pro následnou přípravu výzkumného nástroje, sběr a analýzu dat (viz obrázek 3b v kapitole 2). **Hypotéza je obecný výrok o vztahu dvou nebo více jevů.**¹⁹³ Jde o podmíněné relační tvrzení

190 Viz kapitola 3.

191 Někteří autoři v této souvislosti mluví o východiskové hypotéze, viz níže.

192 V řečtině hypotéza znamená podklad, předpoklad či domněnku. Historicky je deduktivní metoda spojena s experimentálními pokusy Galilea Galileiho a myšlenkami Reného Descarta (1992), rozvíjejícího matematizovanou vědu. Za rozšířením hypoteticko-deduktivního postupu v rámci sociálních věd stojí pozitivistická snaha 19. století o jejich legitimizaci pomocí používání metodologie přírodních věd.

193 Srov.: „Hypotéza je neověřený, ale verifikovatelný teoretický výrok o vztahu mezi jevy nebo jejich určitými stránkami.“ (Loučková 2010: 189)

předvídající vývoj chování pozorovaného jevu v závislosti na změnách jiného jevu (nezávislé proměnné). Laicky bychom mohli říci, že jde o vyjádření našeho očekávání o chování zkoumaného jevu, formulované na základě dosavadní znalosti poučené teorií (nebo zkušeností výzkumníka). Ještě jinak řečeno: hypotézy jsou předpovědi toho, co očekáváme nalézt v datech. Hypotetické odpovědi na naše výzkumné otázky, formulované na základě teorií vypovídajících o zkoumaném jevu. Soubor teoretických hypotéz vzniká jako výsledek teoretického rozboru předmětu zkoumání. Pomáhá nám určit data potřebná k testování výchozí teorie, a je proto nástrojem propojujícím teoretickou a empirickou rovinu vědecké práce.

Hypotézy mají fungovat jako pomocný nástroj pro rozvoj teoretického vědění na základě očekávaného vysvětlení empiricky pozorovaných jevů. Hypotéza není definicí zkoumaných jevů. Hlavní funkcí hypotézy je explanace, tedy vysvětlení. Formulování hypotéz má pomoci prohloubit stávající vědění a poznání podstatných souvislostí zkoumaných jevů. K základním vlastnostem hypotéz patří:

- ▶ odvození z kontextu vědy: hypotéza vychází ze současného stavu vědeckého poznání a shrnuje dosavadní vědění o problému;
- ▶ vnitřní logická konzistence: z hypotézy nelze vyvodit dva protikladné stavy, jež by byly současně platné, hypotéza musí být formulována syntakticky a sémanticky korektně;
- ▶ neověřená platnost, neboť hypotéza je nástroj k testování platnosti teorií oboru;
- ▶ dočasný status v rámci vědy, protože přesvědčení o platnosti hypotézy se v daném oboru a v průběhu času mění.

Hypotézy nejen určují další empirickou práci výzkumníka v rámci daného oboru, ale pomáhají podpořit nebo oslabit výchozí testovanou teorii.¹⁹⁴ Proto jsou důležitým nástrojem i v případě, kdy nejsou v souladu se zjištěnými empirickými daty, respektive když jejich platnost nebyla daty podpořena, ale naopak byla vyvrácena. I takové zjištění přispívá k dalšímu rozvoji vědy; ukazuje, že stávající teoretické/hypotetické vysvětlení není dobré a je potřeba hledat jiné. Jak tvrdil Popper, odvážný výzkumník touží zjistit, kde udělal chybu, aby mohl své další zkoumání zaměřit správným směrem. Naopak pokud hypotéza koresponduje s empirickými daty, její explanační hodnota stoupá. Nicméně její platnost je stále omezena na skupinu jevů (přesněji jejich indikátorů), na kterých byla testována, a rozšíření takto získaných poznatků na další jevy někdy

194 V jistém smyslu má většina teorií řady oborů pouze hypotetický/pravděpodobnostní charakter a následným výzkumem mohou být měněny či zamítnuty.

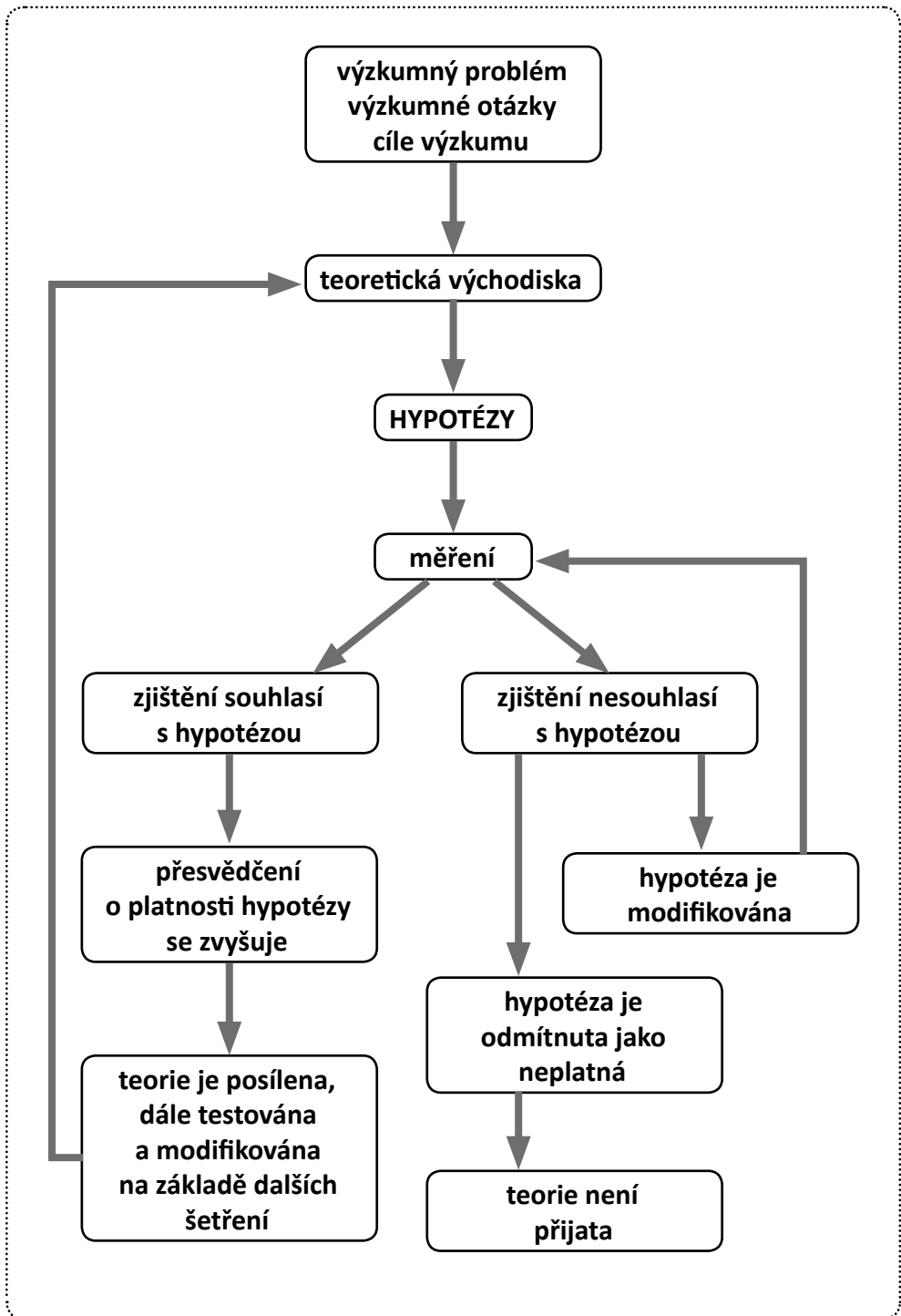
není jednoduše možné (viz níže). V průběhu vývoje vědního oboru, na základě probíhajících výzkumů může být hypotéza:

- ▶ vyvrácena a zamítnuta jako neplatná;
- ▶ dočasně přijata jako integrální součást teorie a zahrnuta do stávajícího teoretického rámce;
- ▶ postupně na základě opakovaných šetření modifikována například pomocí tzv. ad hoc úprav (viz níže) – další varianty hypotézy jsou na základě nových zjištění odvozeny z předchozí;
- ▶ vyloučena z teoretického rámce jako nepodstatná.

Pozici testování hypotéz v deduktivní linii vědeckého výzkumu ukazuje obrázek 8. Sociálněvědnímu výzkumu však více odpovídá kombinace deduktivního a induktivního postupu, při kterém jsou hypotézy vyvozeny z empirických dat a testovány v dalším cyklu vědeckého procesu.

Na závěr pasáže připojím ještě poznámku k všetečné otázce: Proč potřebujeme hypotézy? Odpověď není jednoduchá a do značné míry lze říci, že jejich užívání je výsledkem historicky ustavené vědeckovýzkumné tradice. Testování hypotéz je považováno za jeden ze základních způsobů práce ve vědě. Je špatné, když jsou hypotézy ve výzkumu formulovány jen z důvodu, „že se to tak dělá“. Kvantitativní šetření lze realizovat i bez jejich použití.¹⁹⁵ Hypotézy bychom měli použít tam, kde je to funkční, logické a odpovídá to zvolené výzkumné strategii. Pomáhají organizovat práci, vyznat se ve zkoumaném problému, utřídit si jej, specifikovat, jaká data budeme potřebovat, pomocí jakých statisticko-analytických procedur je testovat i jaké nároky bude celé šetření klást. V neposlední řadě s hypotézami pracujeme proto, že samostatná fakta či data nelze ověřovat ani testovat, protože většina problémů, které chce věda zkoumat, je přímému pozorování nedostupná.

195 Výzkumník se v takových případech při sběru dat řídí vlastní odbornou erudicí a tím, co považuje za relevantní vzhledem k cíli výzkumu.



Obr. 8 Testování hypotéz v hypoteticko-deduktivním procesu poznání

Formulování hypotéz

Hypotézy jsou formulovány jako hypotetické, předpokládané odpovědi na stanovené výzkumné otázky,¹⁹⁶ tedy jako oznamovací výroky. Někteří autoři připouštějí možnost vyjádřit hypotézu i ve formě otázky. Nepovažují to za vhodné, neboť u otázky nelze testovat její platnost. Otázku nelze potvrdit ani vyvrátit, protože se nejedná o testovatelný výrok. Jak jsme si ale ukázali v kapitole 3 věnované přípravné fázi výzkumu, specifické výzkumné otázky jsou důležitým a nezbytným vodítkem pro rozpracování zkoumaného problému. Hypotézy tedy mohou být vytvořeny jako očekávané odpovědi na ně.

Můžeme odlišit dva typy hypotéz. Jednodušší, vypovídající pouze o stavu určitého jevu, nebo složitější, které svědčí o jeho proměnách ve vztahu k jinému jevu. Na základě takových hypotéz lze nejen testovat stávající stav, ale i předvídat stav budoucí. Hypotéza má tedy nejen explanační, ale také predikční potenciál. Ve zjednodušené podobě by všechny hypotézy bylo možné redukovat na formulace typu:

- ▶ „Jev A souvisí s jevem B,“ např. Množství času věnovaného sociálním sítím souvisí s věkem uživatele nebo: „Jestliže nastane jev A, ne/nastane i jev B.“
- ▶ „Jestliže se hodnota A zvyšuje/klesá, hodnota B klesá/stagnuje/roste,“ např. Množství času věnovaného sociálním sítím klesá s rostoucím věkem uživatele.

V prvním, jednodušším případě hypotéza konstatuje pouze souvislost dvou jevů. V případě druhém je určen i směr této souvislosti.¹⁹⁷ Lze určit, který jev ovlivňuje který, což je základem pro složitější testování kauzality,¹⁹⁸ při němž potřebujeme odlišit, co je příčina a co následek (určit závislou a nezávislou proměnnou /viz níže/). Hypotézy, které vypovídají pouze o jednom jevu, nemohou odhalovat souvislosti, protože jeden jev nemůže být sám sobě příčinou i následkem. Takové hypotézy jsou v principu možné, ale protože jsou málo heuristicky efektivní, zpravidla s nimi nepracujeme a někteří je za hypotézy vůbec nepovažují.

196 Výzkumné otázky jsou klíčové nejen pro přípravu výzkumu a promýšlení jeho cílů, ale i proto, že právě na jejich základě formulujeme naše hypotézy. Blaikie (2000) doporučuje formulovat hypotézy především na základě otázek typu proč a jak.

197 Popřípadě pro složitější vztahy: „Při počátečním růstu A hodnota B také roste, ale od určité hodnoty A začne hodnota B klesat.“ apod.

198 Podrobněji o rozdílu souvislosti jevů a kauzality viz kapitola 1.

Obecně platí, že čím je hypotéza formulována přesněji a adresněji, tím snáze ji lze testovat. Jestliže je zkoumaný problém uveden příliš obecně, nejednoznačně či vágně, je obtížné jej v empirické práci ověřit, protože nelze určit jak, pomocí jakých dat, to udělat. Proto jej nejprve musíme specifikovat. Přitom se ale musíme vyhnout druhému extrému, formulaci banalit, triviálních problémů, které nemá smysl ověřovat nebo se tak již stalo (např. „Při čtení novin čtenáře nejprve upoutají největší titulky.“). Vzhledem k tomu, že sociální vědy usilují o hodnotovou neutralitu svých zkoumání, nemůže být hypotéza formulována ani normativně (např. „Zpravodajství televize veřejné služby musí být pravdivé.“). Vyhýbáme se nejen používání emočně zabarvených nebo hodnotově zatížených výrazů, ale také hodnotových soudů. Takové výroky nelze testovat. V neposlední řadě musejí být hypotézy formulovány syntakticky, sémanticky i pragmaticky správně. Na rovině pragmatické musí formulace hypotézy odpovídat stávající teorii nebo zkušenosti a diskurzivním pravidlům daného oboru.¹⁹⁹ Syntaktická a sémantická kontrola formulace hypotézy zajišťuje její logickou správnost a vnitřní konzistenci, aby si její jednotlivé části vzájemně neodporovaly nebo se nevyklučovaly. To znamená, že hypotéza musí být formulována správně i z hlediska jazykového, po stránce stylistické a gramatické. Zároveň musí být v rámci jazyka, v němž je vyslovena, smysluplná a odpovídat obecné zkušenosti (např. nikoli „Voda padá vzhůru.“). Pokud bychom hypotézu považovali za oznamovací větu, musí být srozumitelná a nést význam, který je dekodovatelný uživateli daného jazyka. Například výrok „lidé, kteří se narodili dříve, je více let“ nelze z tohoto hlediska označit za správný a jako hypotézu by jej nebylo možné testovat. Další chybou jsou hypotézy formulované jako tautologie, to znamená zacyklené, obsahují definici kruhem, v níž zkoumaný jev vystupuje zároveň na vysvětlované i vysvětlující straně, tedy jako příčina i následek a je vlastně vysvětlován sebou samým.

Dobře formulovaná hypotéza musí obsahovat informace, jaké proměnné budeme měřit a jaká data potřebujeme k jejich testování. Pokud výchozí podmíněné tvrzení neobsahuje tato kritéria testování, nejedná se o hypotézu ve vědeckém slova smyslu. Z hypotézy musí být zřejmé, jakým způsobem má být testována, respektive jaká data potřebujeme pro její ověření či vyvrácení. U správně formulované hypotézy lze jednoznačně identifikovat stav, jenž ji vyvrací. Poper (1997) by řekl, že musí být zřejmý její **falzifikátor** – jednoznačně určitelná situace či stav, který

199 Podrobněji viz Hubík (2006).

jestliže nastane, hypotéza neplatí. To je nezbytné nejen k jejímu testování, ale i z obecnějšího hlediska rozvoje vědního oboru, jenž musí být dostatečně otevřený novým poznatkům. V procesu empirické falzifikace hypotéz jde o to, identifikovat nesprávná vysvětlení a odstranit chybné hypotézy, které jsou překážkou dalšího poznání. Při formulování hypotézy si výzkumník musí být schopen představit alespoň jeden případ, jenž je s ní v rozporu. Správně formulovaná hypotéza je tedy falzifikovatelná, to znamená vyvratitelná na základě empiricky zjištěných dat. To je něco jiného, než že je falzifikovaná. Falzifikovaná může být až na základě provedeného empirického šetření a jejího testování při realizaci empirického procesu falzifikace.

Typy hypotéz: teoretické versus pracovní

V odborné literatuře se setkáte s různými typy hypotéz, nejčastěji se jedná o hypotézu **předvědeckou, teoretickou, pracovní** či **operacionalizovanou, statistickou**, popřípadě **empirickou** nebo **ad hoc hypotézu**. Tato označení se používají ve specifických případech a váží se k různým fázím výzkumné práce. Na začátku konceptualizace zkoumaného problému může být předvědecká či východisková **hypotéza**. Tato verze hypotézy vzniká velmi záhy po započetí výzkumu, často intuitivně na základě obecného povědomí o problému s cílem zorientovat se v nastoleném tématu. Zpravidla se nejedná o hypotézu v pravém slova smyslu, protože nebývá formulována v testovatelné podobě a často zůstává explicitně nevyslovená. Jako východisková hypotéza je někdy označována i rešeršní studie, která shrnuje dosavadní vědění o problému a je východiskem pro následnou empirickou práci. Ani v tomto případě nejde o hypotézu v pravém slova smyslu, není možné ji testovat a musí být nejprve rozpracována a převedena do dílčích hypotéz.

Pro vědeckou práci je výchozí formou **hypotéza teoretická**, odvozená ze stávajícího teoretického vědění. Je formulována na základě studia dosavadních vědeckých poznatků a jejím cílem je adekvátní vysvětlení zkoumaných jevů a jejich výskytu či souvislostí. Existují však i případy, kdy hypotézy nejsou odvozovány ze stávající teorie. Může k tomu dojít tehdy, když ohledně daného jevu neexistuje v rámci daného vědního oboru konsenzus, například proto, že byly formulovány dvě nebo více teorií, které jej vysvětlují, popřípadě samotný výzkumník má v zásobě nějakou další, jejíž platnost chce testovat. Jiným případem je stav, kdy pro vybraný zkoumaný jev žádná teoretická vysvětlení, která by bylo možné testovat, zatím nebyla formulována. V takovém případě si můžeme

pomoci uskutečněním explorační pilotní studie, jež nám poskytne alespoň základní údaje o jevu a vodítka pro jeho další zkoumání. Zároveň je třeba posoudit, zda zvolený jev je v aktuálním okamžiku opravdu vhodným problémem pro kvantitativní výzkum. Na druhé straně v praxi tento případ nenastává příliš často a zkoumání zcela nových a zatím naprosto nezmapovaných jevů je spíše výjimkou. Existují ovšem i případy, kdy se výzkumník rozhodne při přípravě výzkumu zúročit své zatím nepublikované vědění o problému a formuluje hypotézy na základě odborné znalosti a zkušenosti se zkoumaným jevem. I to je možné a akceptovatelné, za předpokladu, že teorie o daném jevu ještě není rozvinuta a že se jedná o poučeného výzkumníka. V takovém případě jsou jeho hypotézy zpravidla formulovány jako induktivní zobecnění dosavadních empirických poznatků a jsou označovány jako prvotní či implicitní hypotézy.

Zcela odlišným případem je situace, kdy jsou hypotézy formulovány víceméně intuitivně na základě nepoučené, často spíše předvědecké představy o daném jevu, bez znalosti adekvátních teoretických konceptů a návaznosti na již publikované poznatky. Takový přístup není vědeckou komunitou přijímán příliš kladně. Charles Wright Mills (2002) jej na konci padesátých let minulého století označil za **abstraktní empirismus**, který rezignoval na rozvíjení teorie a zaměřuje se více na samotné použití metod zkoumání a dílčí cíle zkoumání bez jakéhokoli přesahu či hlubšího vhledu do problematiky.

Teoretická hypotéza je výrok specifikující vztah dvou (nebo více) teoretických pojmů. Omezení na práci s dvěma jevy je spíše praktické, neboť testování vztahu více jevů současně je značně složitější, a proto je vhodnější problém rozčlenit a formulovat více jednodušších hypotéz. Abychom mohli vypovídat o platnosti teoretické hypotézy, potřebujeme ji testovat; ověřovat vztah vyjádřený hypotézou pomocí empirických dat. Teoretické pojmy ani jevy, k nimž hypotézy odkazují, ale nejsou přímo dostupné našemu zkoumání. Jejich vztah nelze testovat přímo, pouze zprostředkovaně prostřednictvím vhodných indikátorů příslušných jevů (viz níže). Proto nejprve musíme specifikovat ukazatele, které tyto jevy v realitě indikují a které ve výzkumu použijeme pro sběr dat, s nimiž budeme pracovat. Stejně tak motivy zkoumaného jednání jsou zpravidla skryty ve vědomí aktérů a nelze je přímo pozorovat, pouze na ně usuzovat nebo se na ně ptát. Přitom každý jev a každá vlastnost, které chceme zkoumat, jsou ve skutečnosti komplexnější, než je můžeme zachytit měřicími nástroji, a proto se všechny poznatky a statistické důkazy, jež

šetření poskytne, nevztahují na jevy (nebo teoretické pojmy), ale právě na jejich indikátory,²⁰⁰ s nimiž jsme pracovali.

Na rozdíl od hypotézy teoretické **operacionalizovaná hypotéza** nevypovídá o vztahu dvou jevů, ale o vztahu **indikátorů**. Při statistické analýze vždy testujeme vztah mezi dvěma (popřípadě více) indikátory/proměnnými, nikoli jevy samotné. Pracovní hypotéza je převedena z jazyka teorie do jazyka empirie, z jazyka 2. řádu do jazyka 1. řádu používaného výzkumnými jednotkami.²⁰¹ Tento překlad se odehrává v procesu nazývaném **operacionalizace**, jehož výsledkem je převedení obecných pojmů do roviny pozorovatelných a měřitelných znaků (viz níže).

Výsledné **pracovní hypotézy** naznačují, jak obtížné bude řešení stanoveného úkolu. Ukazují, s kolika proměnnými budeme pracovat, jaké vztahy mezi nimi musíme testovat a jaká data k tomu budeme potřebovat. V tomto směru jsou pracovní hypotézy nástrojem, jenž nám pomáhá redukovat množství dat potenciálně souvisejících se zkoumaným problémem. Sbírat a analyzovat budeme jen ta, která jsou popsána v operacionalizaci. Jsou tedy pro naše šetření relevantní a nezbytná a žádná další pro testování výchozích hypotéz nepotřebujeme. Na základě pracovních hypotéz bychom proto měli být schopni již relativně přesně odhadnout rozsah připravovaného výzkumu. Formulace pracovních hypotéz je proto i klíčovou pomůckou pro časovou a finanční rozvahu o průběhu celého šetření. Současně je potvrzením, že zvolený předmět výzkumu je zkoumatelný a navržený projekt realizovatelný, v kvantitativním šetření totiž nelze zkoumat jevy, jež nejsme schopni operacionalizovat, to znamená, že pro ně nemůžeme najít a určit indikátory, pomocí kterých je lze měřit.

Pro úplnost je ještě potřeba odlišit **ad hoc hypotézy**, jež se používají v analytické části empirické práce, v případě, že zjištěná data vykazují odlišné trendy, než výzkumník očekával. Při řešení nesouladu výchozích očekávání s daty je možné přímo v průběhu šetření na základě znalosti analyzovaných dat navrhnout nové hypotézy, které je vysvětlují. Ad hoc hypotézy jsou dodatečné hypotézy, jež nebyly formulovány v přípravné fázi výzkumu, ale byly doplněny a testovány při analytické práci k do-vysvětlení trendů odhalených v datech.

200 Ve většině vědních oborů jsou prováděna pouze nepřímá pozorování a měření indikátorů jevů, nikoli jevů samotných. Srov. Disman (1995). Jednání sociálních aktérů je vždy vedeno nějakými motivy, které jsou ale zpravidla skryté, a je tedy možné na ně pouze usuzovat. Podrobněji viz kapitola 1.

201 Viz kapitola 1.

V rovině statistické analýzy dat mluvíme o **hypotézách statistických**, případně empirických, které vypovídají o vztahu rozložení dvou proměnných.²⁰² Statistické hypotézy jsou zpravidla mnohem jednodušší než hypotézy teoretické a pracovní, neboť je potřeba je převést do statistiky testovatelného výroku, jednoduché výpovědi o chování dat. Dochází zde tedy k dalšímu překladu: z jazyka výzkumu do jazyka statistiky. Pro ověření jedné pracovní hypotézy často potřebujeme testovat celý soubor hypotéz statistických. Ten je vlastně matematickým modelem vztahů zkoumaných proměnných. Takové statisticky zpracovatelné modely jsou však z pohledu sociálních vědců často přílišným zjednodušením zkoumané reality. Je zřejmé, že v rovině statistické analýzy hypotéz dochází k další výrazné redukci sociálního systému. Podrobně toto množství redukcí a významových posunů, které je součástí realizace kvantitativních šetření – při jeho přípravě, sběru a analýze dat²⁰³ i interpretaci výsledků –, ukazuje Petrušek (1993).

Při statistickém testování proti sobě stavíme dvě hypotézy: **hypotézu nulovou**, která předpokládá, že mezi dvěma proměnnými neexistuje souvislost, a **hypotézu alternativní**, jež tento vztah předpokládá, případně i formuluje jeho směr. Podrobnější analytické práci s daty se zde nebudeme věnovat. Připomeňme ale Kerlingerovo (1972) doporučení ohledně závěrečného zhodnocení testovaných hypotéz. Jak již víme od Poppera, je problematické tvrdit, že hypotéza byla potvrzena.²⁰⁴ To lze s jistotou říci jen ve vyčerpávajících šetřeních, kdy zkoumáme celou cílovou populaci a testujeme všechny případy, na něž se hypotéza vztahuje. Přesto i data z výběrových šetření jsou často s hypotézou v souladu. Jak tedy vyjádřit tuto skutečnost? Kerlinger doporučuje formulace: „váha důkazů je na straně hypotézy“, nebo naopak „vrhá pochybnosti na hypotézu“.²⁰⁵ Upozorňuje na to, že zatímco hypotéza je testována pouze na ohraničeném vzorku, skutečnost je neohraničená. Získaný empirický důkaz na základě testovaných dat nikdy samotnou hypotézu nedokazuje, ale odůvodňuje její přijetí do teoretického korpusu daného oboru. V případě, že provádíte výběrové šetření a vaše data odpovídají

202 Srov. „Statistická hypotéza je výrokiem o projevech pravděpodobnostního chování náhodných proměnných.“ (Loučková 2010: 41)

203 V jistém slova smyslu je jakákoli transformace dat při jejich statistickém zpracování novou operacionalizací pojmů, neboť při slučování nebo vynechání kategorií proměnné měníme i rozsah výchozího pojmu (Buriánek 1993).

204 Podrobněji viz kapitola 1.

205 Srov. Řehák, Řeháková (1986).

vašim hypotézám, rozšířili jste obor jejich platnosti. Zároveň je ale nezbytné zdůraznit, že jste si vědomi, že vaše hypotézy jsou platné pouze pro vámi testované případy, pro konkrétní datový soubor, dané šetření a jeho kontext. Pokud empirická data hypotézám odporují, naznačuje to nesprávnost výchozí teorie, případně špatné deduktivní odvození hypotézy nebo chybu při práci s daty.

5.2 Indikátor, ukazatel, znak, proměnná

Již vícekrát jsem použila termíny **indikátor**, **ukazatel**, **znak**, **proměnná**. Všechny se používají pro označení určité vlastnosti zkoumaného jevu. Jejich používání se do značné míry prolíná a fungují jako synonyma, přestože každý má i svůj specifický smysl. V mnoha případech lze použít více než jeden z nich a jeho volba je spíše stylistickou záležitostí. Zároveň ale v určitém kontextu volíme termín podle toho, co chceme zdůraznit. **Indikátor** neboli **ukazatel** odkazuje primárně na vztah proměnné s teoretickým konceptem, který chceme měřit. Indikátor je veličina (jev, vlastnost, událost), jež se do značné míry vyskytuje současně s jevem, který potřebujeme měřit. Proto jej využíváme jako ukazatel tohoto jevu a specifikujeme v procesu operacionalizace. Indikátor udává přítomnost či nepřítomnost zkoumaného jevu nebo jeho určité vlastnosti. Většina jevů má více indikátorů.

Příklady různých indikátorů proměnné mediální gramotnosti

Indikátorem nízké mediální gramotnosti může být například:

- ▶ neporozumění čtenému textu (neschopnost vyhledat v přečtené stati odpovědi na zjišťovací otázky apod.);
- ▶ neschopnost odlišit fakta od názoru (kupř. rozlišení zpravodajství a publicistiky, zpravodajského a marketingového sdělení);
- ▶ neschopnost určit různé televizní, rozhlasové či filmové žánry;
- ▶ neznalost rizik internetové komunikace;
- ▶ snížená schopnost vyhledávat, třídit a posoudit kvalitu informací z různých zdrojů;
- ▶ nízké povědomí o fungování mediálních organizací a vzniku mediálních obsahů apod.

Pokud mluvíme o **znaku** (stejně jako v sémiotice) zdůrazňujeme, že něco zastupuje; to je funkcí znaku. Znak má symbolickou hodnotu,

jedná se o něco, co odkazuje k něčemu jinému. Kouř je znakem ohně, teplota nemoci, chudoba může být znakem nízkého sociálního statusu a množství personalizovaných zpráv typu soft news znakem bulvárního zpravodajství. Při výzkumu zpravidla nepracujeme se všemi indikátory jevu, ale vybíráme jen některé. Ten, který jej nejlépe určuje, je nejadekvátnější, nejpřesnější, se v daném případě stává znakem daného jevu.

Znak nabývá různých hodnot, jež se mohou měnit. Termín **proměnná** zahrnuje důraz na změnu, její základní vlastností je variabilita. Proměnná je charakteristikou objektu, která může mít více než jednu vlastnost. Proměnná může nabývat různých hodnot a jejich logické seskupení tvoří **obor hodnot proměnné**. Obor hodnot je souhrnem všech stavů – variant, jichž proměnná může nabývat. Příkladem proměnné používané při analýze novin může být proměnná „den vydání“ s oborem hodnot: „pondělí, úterý, středa, čtvrtek, pátek, sobota“. O proměnných mluvíme hlavně v souvislosti s daty a ve fázi jejich statistické analýzy. V procesu operacionalizace upřesňujeme vymezení proměnné a stanovíme její obor hodnot. Výsledkem operacionalizace je i soupis postupu, jak budou proměnné a jejich varianty zjišťovány. Tím je určen také charakter dat, s nimiž budeme pracovat, což do jisté míry omezuje i statistické postupy jejich zpracování. Data jsou aktuální hodnoty takto vymezených proměnných. Ne všechny údaje, se kterými v mediálních nebo kulturních studiích pracujeme, mají číselný charakter. Pro následnou statistickou analýzu potřebujeme převést proměnné na číselná data, proto jednotlivým variantám oboru hodnot proměnné přiřazujeme číselný kód (viz níže). V případě, že varianty proměnné mají číselnou hodnotu, například u počtu stran periodika přiřazování zvláštního kódu neprovádíme (viz níže).

Stanovení oboru hodnot proměnné a jejího typu je důležité pro následnou práci s daty, neboť pro různé typy je možné použít odlišné postupy statistické analýzy. Nebo obráceně, určité techniky analýzy nelze aplikovat na některé typy dat, respektive pro některé analytické postupy potřebujeme mít k dispozici určitý typ dat. Na to je třeba pamatovat již při přípravě výzkumného nástroje. Pokud například budeme při obsahové analýze zaznamenávat délku zpravodajského příspěvku pouze do kategorií „méně než 30 vteřin“, „30–60 vteřin“ a „více než 60 vteřin“, nikdy z dat takto vymezené proměnné nespočítáme průměrnou délku zpravodajského příspěvku. Proto je nezbytné mít při přípravě šetření povědomí také o analytických postupech, s jejichž pomocí budeme data zpracovávat a testovat stanovené hypotézy. Při stanovení měřených proměnných je potřeba zvážit, jak podrobné údaje, respektive jak

přesná data pro zodpovězení výzkumných otázek potřebujeme. Zvolené proměnné a jejich varianty se stávají nejen kategoriemi, v jejichž rámci bude v daném šetření výzkumník o jevu uvažovat, ale v dotazníkovém šetření je vnucuje jako konkrétní kritéria hodnocení i respondentům (Buriánek 1993), proto musíme volit obezřetně i adekvátně. Stanovením jednotlivých variant oboru hodnot proměnné jev současně strukturujeme a připravujeme následnou **klasifikaci dat**, tedy jejich třídění do podkategorií podle zvolených variant třídícího znaku. Základním požadavkem provedení klasifikace je přesné pravidlo, které umožňuje jednoznačně rozhodnout, do jaké varianty daný případ náleží.

Podle oboru hodnot rozlišujeme různé typy proměnných. Základním typem jsou proměnné **dichotomické**, jejichž obor hodnot zahrnuje pouze dvě varianty. Dichotomická proměnná může nabývat pouze jedné ze dvou vzájemně se doplňujících vlastností. Typickou dichotomickou proměnnou je „pohlaví“, jejíž obor hodnot tvoří varianty: „ženské“ a „mužské“.

Kromě dichotomických rozlišujeme **proměnné s konečným počtem hodnot a proměnné s neomezeným počtem hodnot**. V prvním případě je obor hodnot znám a určen seznam všech možných variant, kterých proměnná může nabývat. V případě druhém celkový počet variant nelze přesně vymezit, protože zpravidla není znám a často není ani zjistitelný. Proměnnou s neomezeným počtem hodnot může být například hrubý měsíční příjem. Ačkoli by tyto hodnoty bylo možné vypočítat z odevzdávaných daňových přiznání, výzkumníci k takovým údajům zpravidla nemají přístup a krajní hodnoty nemusí být schopni odhadnout. Podobně v případě obsahové analýzy nemusí být před sběrem dat jasné, jakých maximálních hodnot bude nabývat proměnná velikost analyzovaných článků měřená podle počtu slov.

Dále rozlišujeme **proměnné spojité a diskrétní** (nespojité). Diskrétní proměnné mohou nabývat pouze konkrétních hodnot, například jen celých čísel, naopak hodnoty spojité proměnné se vždy pohybují v nějakém intervalu a pro jejich vyjádření je nezbytné zaokrouhlení (viz níže). Pro diskrétní proměnnou „počet zaměstnanců redakce“, vyjádřenou jako počet konkrétních osob, je hodnota 7,2 nesmyslná. Pokud ale proměnnou „počet zaměstnanců redakce“ vymezíme jako součet všech pracovních úvazků jednotlivých spolupracovníků, může nabývat i takové hodnoty.

Proměnnou s širším oborem hodnot lze převést na proměnnou dichotomickou. Při dichotomizaci ale vždy dochází k redukci informace. V principu je možné jakoukoli vlastnost vyjádřit jako dichotomickou proměnnou, respektive jakoukoli charakteristiku určitého objektu lze popsat pomocí sady dichotomických proměnných. Neplatí to ale nao-

pak, dichotomickou proměnnou nemůžeme bez doplnění údajů, které by zpravidla vyžadovalo další sběr dat, upravit na proměnné složitější.

Příklady různých způsobů dichotomizace proměnné

► Výchozí proměnná: typ periodika

Obor hodnot (s konečným počtem variant):

- deník;
- týdeník;
- čtrnáctideník;
- měsíčník;
- dvouměsíčník;
- půlročník;
- občasník.

► Dichotomizovaná proměnná: typ periodika – deník (týdeník, měsíčník, občasník)

Obor hodnot:

- ano;
- ne.

► Dichotomizovaná proměnná: typ periodika

Obor hodnot:

- deník;
- periodikum s vyšší periodicitou.

► Dichotomizovaná proměnná: typ periodika

Obor hodnot:

- noviny;
- jiná periodika.

Pro stanovení oboru hodnot proměnné platí čtyři základní pravidla:

1. každá proměnná musí nabývat alespoň dvou odlišných hodnot, aby při sběru dat bylo možné rozlišit buď, nebo (přítomnost, či nepřítomnost vlastnosti);
2. v případě, že proměnná může nabývat více hodnot, musí být ke každému stavu proměnné přiřazena jen jedna přesně určená hodnota; každá měřená vlastnost objektu musí být jednoznačně přiřaditelná k některé variantě oboru hodnot a zároveň.

3. jednotlivé varianty proměnné se musejí vzájemně vylučovat; dvě různé hodnoty proměnné nemohou odpovídat jedné vlastnosti objektu tak, aby každý stav objektu bylo možné přiřadit pouze k jedné variantě;
4. současně obor hodnot proměnné musí být vyčerpávající, to znamená všechny stavy, kterých může proměnná nabývat, musejí být zařaditelné, musí pro ně existovat varianta.

V neposlední řadě se stanovení variant podřizuje konkrétnímu výzkumnému záměru, tak, aby bylo v daném šetření funkční. Kvantitativní přístup studuje objekty popsané vybranými charakteristikami. Snaží se identifikovat vybrané vlastnosti výzkumných jednotek a na jejich základě je zařadit do širší skupiny (kategorie) vymezené danou vlastností. Následně na úrovni datových souborů o celém vzorku zkoumá variabilitu daných vlastností, hledá a vysvětluje její příčiny. Proto je potřeba stanovit proměnné a jejich hodnoty co nejcitlivěji, aby identifikace jednotek byla co nejpřesnější. Jak vidíte na příkladu, proměnnou označující typ periodika lze koncipovat značně rozdílnými způsoby. Musíme pamatovat, že způsob konstrukce proměnných ovlivňuje nejen charakter sbíraných dat, ale i validitu měření. Znak je validní tehdy, jestliže při zjišťování údajů o jednotlivých výzkumných jednotkách nenastává systematické zkreslení jejich vlastností.

Správné stanovení variant proměnné je velmi důležité i při přípravě podkladů pro kvantitativní analýzy dokumentů. Typickým příkladem je tematická analýza zpravodajství, při které bývá posuzováno a kategorizováno téma příspěvku. Obor hodnot proměnné *téma příspěvku* zpravidla zahrnuje varianty: ekonomika, politika, kriminalita, sociální tematika, osobní příběhy, tragédie, kultura, jiné. Ti z vás, kteří mají nějakou zkušenost s empirickou prací, jistě tuší, v čem je zásadní problém. Většina zpravodajských příspěvků nepojednává pouze o jednom tématu, ale spojuje minimálně dvě z uvedených. Klasickým příkladem může být zpráva z parlamentního projednávání rozpočtu nebo zákona o zvýšení daní. Jde o zprávu s tématem politika, nebo ekonomika? To není vždy snadné rozhodnout. Proto v operacionalizaci musí být přesně stanoveno a popsáno, jaké jsou znaky zpravodajských příspěvků, které kategorizujeme jako ekonomické a které jako politické.²⁰⁶

206 Přes veškerou snahu o co nejpresnější vymezení jednotlivých variant proměnné při sběru dat často nelze zprávu zařadit pouze do jedné kategorie. V některých výzkumech se tento problém řeší tím, že jsou pro každý příspěvek určována dvě (nebo i více) témata, nebo se odlišuje téma hlavní a témata vedlejší, která hlavní rozvíjejí.

Dalším specifickým případem vyžadujícím dobrou přípravu jsou proměnné, jejichž hodnoty se mění plynule. Jedná se o tzv. **kontinuální znak** a spojité vlastnosti (spojité proměnné). Jeho opakem je **znak diskrétní**, jehož hodnoty jsou přesně vymezené a ohraničené. Kontinuální proměnnou je délka zpravodajského příspěvku nebo například věk respondenta. Hodnota této proměnné se pro jednotlivé výzkumné jednotky v každém okamžiku nepatrně mění. Výzkumník musí rozhodnout, jak přesný údaj pro analýzu potřebuje a v jakém formátu jej bude zaznamenávat. Zpravidla stačí znát věkovou skupinu (interval), do níž lze respondenta zařadit, například „20–29 let“, nebo dokonce ještě obecněji „mladší 18 let“ a „starší 18 let“. Pokud se rozhodneme pracovat s intervaly, je potřeba stanovit jejich krajní hodnoty. Vymezení jednotlivých variant odpovídajících věkovým skupinám zpravidla respektuje určitou logiku a podléhá standardizaci. Je pravděpodobnější, že naše skupiny budou stanoveny spíše: 15–30, 31–50, 51–70, 71 a více než 15–18; 19–26, 27–45, 46–65, více než 65 (přestože i toto uspořádání má svoji logiku). Takto kategorizovaný údaj ale nemusí být dostačující. Například pokud je výzkum zaměřen na děti, intervaly mohou být příliš široké a potřebujeme věk respondentů znát podrobněji, a to nikoli s přesností na roky, ale dokonce na měsíce. V takovém případě je vhodnější, když respondenta požádáme, aby uvedl měsíc a rok narození, a my si jeho aktuální věk dopočítáme vzhledem k datu konání výzkumu.

Podobně je tomu tehdy, pokud při obsahové analýze měříme délku zpravodajského příspěvku v sekundách. Zásadní rozhodnutí představuje, jaké kategorie zvolit. Pro stanovení jednotlivých variant oboru hodnot zpravidla potřebujeme alespoň základní znalost délky jednotek vzorku, který budeme zkoumat. Například pokud předem intuitivně stanovíme kategorie: méně než 30 s, 30–59 s, 60–89 s a 90 s a více, může se stát, že při sběru dat zjistíme, že takto zvolené intervaly neodpovídají zkoumanému vzorku, protože zatímco první dvě kategorie jsou skoro prázdné, většina zkoumaných jednotek spadá do kategorie poslední, která by naopak měla být více rozčleněna. Obecně platí, že podrobnější údaj lze na jednodušší převést vždy (např. konkrétní číselnou hodnotu na interval). Nikoli však naopak. Proto je vhodnější sbírat data co nejpřesnější a případně je kategorizovat/zjednodušovat až při následné analýze. Při takovém postupu se nemůže stát, že nějaký údaj bude při zpracování chybět.

Kategorizaci dat následně můžeme provádět dvěma způsoby: (1) podle toho, jak naznačuje rozložení četnosti jednotlivé variant, nebo (2) podle předem zvoleného teoretického konceptu. Příkladem může být snaha o kategorizaci míry konzumace určitého média. Například George Gerbner (2002)

při výzkumu, jehož závěry jsou známé jako kultivační analýza, pracoval s třemi skupinami televizních diváků. Rozdělil je podle množství času, které každý den věnují sledování obrazovky. Dospělé,²⁰⁷ kteří takto tráví méně než 2 hodiny denně, označil jako slabé diváky, ty, kteří televizi sledují 2–4 hodiny, jako střední a ty zbývající jako silné televizní konzumenty. Pokud bychom tuto typologii chtěli využít, můžeme ji aplikovat jak v této podobě, tak upravit hranice jednotlivých kategorií až na základě frekvenční analýzy získaných dat o míře televizního sledování vybrané populace. Pokud by průměrná doba sledování televize ve zkoumaných domácnostech kolísala pouze kolem 150 minut, bylo by pravděpodobně vhodnější jednotlivé kategorie upravit a jako slabé kategorizovat ty, kteří se dívají méně než hodinu, a za silné ty, kteří televizi sledují více než 3 hodiny denně. Každá proměnná je tedy vysoce závislá na tom, jak je výzkumníkem v přípravné fázi vymezena a jak jsou stanoveny varianty jejího oboru hodnot. Jak ukazují následující příklady, proměnné lze určit různě, v závislosti na zkoumaném předmětu a výzkumných otázkách. Přitom platí, že každá vlastnost objektů sociální reality je vždy komplexnější, než jak se jí ve výzkumu pravděpodobně podaří změřit. To je projev jednoho z omezení, na která jsem upozornila v úvodní obecně metodologické kapitole.

Příklady odlišné konstrukce proměnné při výzkumu mediálních obsahů:

Varianta A

► Proměnná: den publikace zprávy

Obor hodnot (kód):

- pondělí (1);
- úterý (2);
- středa (3);
- čtvrtek (4);
- pátek (5);
- sobota (6).

► Proměnná: strana publikace zprávy

Obor hodnot/kód:

- 1;
- 2;
- 3;
-n.

Varianta B

► Proměnná: den publikace zprávy

Obor hodnot (kód):

- všední den (1);
- víkend (2).

► Proměnná: strana publikace zprávy

Obor hodnot (kód):

- první strana (1);
- vnitřní strany (2);
- poslední strana (3).

207 U dětí byla kategorizace odlišná.

Proměnné a jejich typy: nominální, ordinální a kardinální úroveň měření

Operacionalizace pojmů však nemá vliv pouze na podobu proměnných, ale především na data, která podle nich budou sbírána. Podle úrovně měření, s níž pracujeme, statistika odlišuje různé typy proměnných.²⁰⁸ Na nejjednodušší úrovni je potřeba rozlišovat alespoň tři základní typy: znaky **nominální**, **ordinální** a **kardinální**, které odpovídají třem úrovním měření:

- ▶ **Nominální proměnné** jsou základním typem, protože mají pouze označovací a rozlišovací funkci. Odpovídají nominální, nejnižší úrovni měření – tzv. třídění, pomocí něhož jsme schopni identifikovat, do jaké skupiny, k jaké variantě oboru hodnot objekt náleží. Obor hodnot nominální proměnné tvoří soubor kategorií, které nemají číselný charakter, ale jedná se o jednotlivé kategorie. Hodnoty proměnné jsou zpravidla vyjádřené slovně a slouží pro klasifikaci jevu, proto jsou někdy označovány jako **proměnné kvalitativní**. Příklady nominálních proměnných jsou (v závorce obor hodnot): *den publikace zprávy* (pondělí, úterý, středa, čtvrtek, pátek, sobota, neděle); *pohlaví respondenta* (muž, žena); *typ média* (tištěné, elektronické)²⁰⁹. Jednotlivé varianty nominální proměnné nevyjadřují její stupeň nebo míru, nelze je vzájemně porovnat. Nelze určit, která je menší či větší, ale pouze konstatovat, zda jsou stejné či rozdílné. Při převodu hodnot proměnné do dat přiřazujeme jednotlivým variantám číselné kódy, jež slouží k označení vlastnosti pro rozlišení objektů zkoumaného souboru. Použité číselné hodnoty ale nemají kvantitativní význam, jsou jen kódem, který slouží k označení vzájemně se vylučujících kategorií a umožňuje údaje statisticky zpracovat.²⁰⁹ Na nominální proměnné nelze aplikovat většinu statistických postupů analýzy dat, lze pouze posuzovat rozdělení četnosti variant proměnné a určovat nejčetnější variantu – **modus**.

208 Viz např. Řehák, Řeháková (1986).

209 Pozor na vnášení vlastního hodnocení jednotlivých variant na základě číselných kódů. V případě nominální proměnné varianta s kódem 4 neznamená dvojnásobek vlastnosti oproti kódu 2 nebo méně vlastnosti oproti kódu 5. Viz např. proměnnou „den publikace zprávy“ s oborem hodnot „pondělí, úterý, středa, čtvrtek, pátek, sobota“. Ačkoli můžeme mít pátek mnohem raději než pondělí, přiřazený číselný kód žádnou takovou vlastnost varianty proměnné nevyjadřuje.

- ▶ **Ordinální proměnné** odpovídají ordinální úrovni měření, která je o něco složitější či přesnější než nominální a umožňuje stanovit pořadí variant. Tyto proměnné jsou také označovány jako **pořadové**, neboť jednotlivé varianty oboru hodnot lze seřadit a jejich vztah symbolizovat pomocí znaků $>$, respektive $<$. Ordinální obor hodnot je zpravidla tvořen standardizovanými škálami, v nichž jsou jednotlivé varianty řazeny podle určité posloupnosti a vyjadřují určité pořadí, zpravidla podle míry vlastnosti jevu. Ačkoli jsou hodnoty proměnné většinou vyjádřeny slovně a číselný kód je jim přiřazován jen pro potřeby statistického zpracování, obor hodnot ordinální proměnné má vnitřní uspořádání. Jiným příkladem ordinálních proměnných jsou ty, jejichž obor hodnot je tvořen určitými intervaly rozsahu dané proměnné. U ordinálních proměnných proto můžeme říci, že určitá varianta je vyšší či nižší než jiná, nemůžeme ale spočítat a číselně či procentuálně vyjádřit jejich rozdíl. Ze stejného důvodu nelze z ordinálních dat vypočítat průměr!²¹⁰ Podobně pokud obor hodnot proměnné kromě položek škály obsahuje i variantu „nevím“, proměnná již není ordinální, ale nominální, neboť tato varianta narušuje hierarchické uspořádání oboru hodnot a to omezuje i možnosti statistického zpracování proměnné.

Příkladem ordinální proměnné je (v závorce obor hodnot):

- ▶ stupeň dosaženého vzdělání (základní; střední bez maturity; střední s maturitou; vysokoškolské);
 - ▶ věk (0–4 roky, 5–11 let, 12–15 let, 16–19 let);
 - ▶ míra souhlasu s výrokem (rozhodně souhlasím; spíše souhlasím; ani souhlasím, ani nesouhlasím; spíše nesouhlasím; rozhodně nesouhlasím);
 - ▶ míra frekvence určité činnosti (vícekrát do měsíce; jednou za měsíc; vícekrát do roka; jednou za rok; méně často);
 - ▶ míra obliby určité položky (velmi líbí; spíše líbí; spíše nelíbí; velmi nelíbí).
- ▶ **Kardinální proměnné** stojí nad oběma předchozími typy a jedná se o proměnné numerické. Varianty kardinální proměnné mají číselné hodnoty a vzdálenost mezi jednotlivými z nich je nejen přesně určena, ale vždy stejná. Kardinální proměnné mají stanovenou měrnou jednotku a arbitrární začátek, což umožňuje vzájemné srovnání hodnot.

210 V případě, že pracujeme s číselnými kódy, bychom tuto matematickou operaci samozřejmě provést mohli, ale výsledná hodnota je nesmyslná, její výpočet neopodstatněný a jeho použití chybné.

Data kardinální proměnné odečítáme podle univerzálně platného měřítka. Až na této úrovni měření (v předchozích dvou případech se nejedná o měření v matematickém slova smyslu) lze určit, jaká je mezi hodnotami vzdálenost. V rámci kardinálních proměnných ještě odlišujeme proměnné **intervalové** a **poměrové**. Rozdíl mezi nimi spočívá v existenci přirozeného nulového stavu vlastnosti. **Intervalová** proměnná může nabývat hodnoty 0, ale ta v tomto případě nevyjadřuje naprostou nepřítomnost vlastnosti. Příkladem je teplota ve stupních Celsia, která neznamená nulový stupeň teploty (fyzikálně přesněji střední energie). Nulové energie / termodynamické teploty objekt nabývá až při stavu 0 stupňů kelvina.²¹¹ V případě intervalové proměnné (stupňů Celsia) můžeme říci, že 25 °C je o 20 °C více než 5 °C, nemůžeme ale spočítat, kolikrát je tato hodnota vyšší než druhá. To lze pouze u proměnných **poměrových**. Pouze existence absolutní nuly dovoluje vypočítat poměr mezi jednotlivými hodnotami, naopak ale vylučuje záporné hodnoty proměnné. To si lze představit na fyzikální veličině označované jako velikost rychlosti. Pouze při práci s daty poměrových proměnných lze dosáhnout výsledků měření srovnatelných s měřením v přírodních vědách. Většina proměnných, s nimiž pracujeme v sociálních vědách, však nemá poměrový charakter. Poměrovými proměnnými jsou například: *počet dětí; počet slov ve zprávě; počet odvíslaných zpravodajských příspěvků s tematikou regionální politiky* atd.

5.3 Hledání měřitelných indikátorů – operacionalizace

Operacionalizace je někdy označována za srdce přípravné fáze kvantitativního výzkumu. Velmi zjednodušeně řečeno, operacionalizace spočívá v upřesnění, co danými termíny v daném případě rozumíme. Jde o proces vyjasňování (explikace) pojmů. V podstatě zde narážíme na neostrost v oboru používaných termínů a jimi označovaných pojmů.²¹² Víceznačná označení jsou obsažena jak v přirozeném jazyce, tak v jazyce

211 Hodnota 0 stupňů kelvina byla skotským fyzikem Williamem T. Kelvinem stanovena jako fyzikálně definovaná nejnižší teplota, při které těleso nemá žádnou energii.

212 Podrobněji viz kapitola 1.

vědy a multiparadigmatičnost sociálněvědních oborů tuto skutečnost ještě komplikuje. Proto musí být jasné, k čemu výzkumník použitými termíny odkazuje. To naznačuje již tím, k jaké výzkumné tradici se hlásí, což by mělo být zřejmé z výzkumné otázky i z úvodní teoretické rešerše. Specifikace významu použitých termínů je klíčová pro sběr dat, zvláště v případě, kdy spolupracujeme s dalšími výzkumníky, kódovači či sběrači dat.

Protože postupujeme hypoteticko-deduktivně, bude naším klíčovým vodítkem pro formulování hypotéz stávající teorie. Teoretické hypotézy jsou formulovány v jazyce vědy. Většina termínů, s nimiž věda pracuje, jsou logické konstrukty vytvořené na základě předchozích pozorování. Takovým konstruktem je například **mediální gramotnost**. Termíny ani jevy, ke kterým odkazují, zpravidla nejsou dostupné přímému pozorování, nejsou přímo měřitelné. Abychom mohli teoretické hypotézy testovat, musíme je nejprve převést do jazyka výzkumu, respektive do jazyka 1. řádu. To znamená, že pro všechny termíny, které hypotéza obsahuje, musíme najít a určit odpovídající pozorovatelné a měřitelné ukazatele těchto jevů. Musíme specifikovat, pomocí jakých indikátorů, jež k jevům odkazují, budeme danou položku měřit a jakých hodnot může nabývat. Na konci procesu operacionalizace je **pracovní hypotéza** a termíny vymezené validní **operační definicí** vyjadřující postup, jak bude každý z nich měřen. Návod specifikující, co budeme měřit, jak a v jakých jednotkách. Například u obsahové analýzy to, jaké charakteristiky budeme o zkoumaných sděleních – výzkumných jednotkách – zaznamenávat. Na základě operační definice lze jednoznačně identifikovat přítomnost či nepřítomnost vlastnosti zkoumaného jevu nebo určit její míru. Přitom usilujeme o to, aby spojení mezi teoretickými pojmy a jejich indikátory bylo těsné a logické. Na rozdíl od teoretické je operacionalizovaná hypotéza formulována v empiricky měřitelných ukazatelích.

Podstatou procesu operacionalizace je hledání toho, co v realitě odpovídá termínům použitým v hypotéze.²¹³ V tomto smyslu jsou operační definice testem, zda je výzkum realizovatelný, respektive zda lze v realitě identifikovat něco, co odpovídá teoretickým konceptům. Při operač-

213 S pojmem operacionalizační definice, ve významu popsání procedury, skrze kterou koncept měříme, pracují i přírodní vědy. Je spojen s metodologickým operacionalismem a s držitelem Nobelovy ceny za fyziku Percy W. Bridgmanem, který požadoval, aby všechny vědecké pojmy zahrnovaly postup jejich empirického prověření. Bridgman považoval každý teoretický pojem za synonymum pro soubor operací, jimiž je měřen, a prosazoval jejich redukci ve prospěch operačních definic. Tento přístup měl svůj odraz i v pozitivistické sociologii a je označován jako krajní operacionalismus (Vodáková, Petrusek 1996).

lizaci určujeme empirický význam pojmu, provádíme jeho empirickou interpretaci, kterou lze považovat za převrácený proces abstrakce (Illner, Foret 1980). Operační definice nemá za úkol pojem vymežit, ale určit, jak jej výzkumník v realitě identifikuje a jak bude měřen. Jde o překlad pojmů z jazyka teoretického do jazyka observačního, jemuž se při přípravě výzkumu nemůžeme vyhnout. Operacionalizace je přechodem z teoretické do empirické roviny vědecké práce a předstupněm přípravy standardizovaného výzkumného nástroje pro následné měření. Nejenže ukazuje, jak bude zatím teoreticky uchopený jev zkoumán, ale zpětně přispívá i ke zpřesnění předmětu zkoumání. Zároveň usnadňuje komunikaci mezi výzkumníky a v rámci oboru a dovoluje kontrolovat zavádění nových termínů. Operacionalizace měřených jevů je klíčová pro spolupráci větších výzkumných týmů a zásadní při mezinárodních výzkumech. Při srovnávacích šetřeních je často potřeba upravovat výzkumné nástroje speciálně pro danou jazykovou nebo národní komunitu, neboť určité jevy mohou mít v různých kulturách odlišné indikátory a tomu se jednotlivá šetření musejí přizpůsobit. Na základě operacionalizace termínů pro danou kulturu, zpravidla stát, jsou upravovány i otázky ve výzkumném nástroji (dotazníku). Na druhé straně pro určité koncepty se v kvantitativních šetřeních používají již otestované a standardizované sady výroků či škály, kterými jsou měřeny (příkladem může být Bohardusova škála sociální distance²¹⁴ nebo Inglehartův ukazatel postmaterialismu²¹⁵). To ale nemusí být výhodné, jestliže chceme zkoumat specifickou populaci, jíž je potřeba výzkumné kategorie přizpůsobit, aby lépe postihovaly jejich životní zkušenost. Přitom můžeme použít i informátory z dané skupiny, kteří nám se stanovením kategorií pomohou. Klíčovým vodítkem výběru indikátorů a stanovení jejich variant je vždy to, co chceme měřit.

214 Škála sociální distance Emory S. Bogarduse (1925) měří psychologickou ochotu jedince podílet se na sociálních kontaktech s příslušníky různých sociálních skupin. Využívána je především při zkoumání vztahu k různým etnikům a národnostním skupinám. Testovanými výroky zde jsou: „Příslušníka dané skupiny bych přijal: mezi blízké příbuzné; mezi své přátele; jako souseda; za spolupracovníka; jako občana své země; jako návštěvníka mého státu; vyhostil bych jej ze země“. Podrobněji viz např. Ryšavý (2003).

215 Jako indikátory testování příklonu k postmateriálním a materiálním hodnotám jsou využívány výroky: „udržet pořádek ve státě“; „dát lidem větší možnost hovořit do důležitých vládních rozhodnutí“; „bojovat proti růstu cen“; „bránit svobodu projevu“. Čtyřpoložkovou baterii zavedl v sedmdesátých letech americký politolog Ronald Inglehart, později ji rozšířil o dalších osm výroků (ale jeden z nich po následném testování opět vyřadil jako nedostatečně diferencující) (Rabušic 2000).

Postup operacionalizace

Postup operacionalizace byl rozpracován novopozitivistou Paulem Felixem Lazarsfeldem,²¹⁶ považovaným za zakladatele moderní empirické sociologie, jejíž metodologii výrazně obohatil o postupy formálních a přírodních věd. Lazarsfeld mluví o překladu z jazyka teoretických pojmů do jazyka empirických ukazatelů a postup analýzy rozdělil do čtyř kroků:

1. **Interpretace pojmu** spočívá ve snaze vymezit/konceptualizovat pojem; to znamená specifikovat, co znamená, k čemu odkazuje. V případě, že není k dispozici teorie, podle které bychom pojem rozpracovali, můžeme využít zkušenosti. Lazarsfeld tento krok považuje za vyjádření naší představy o obsahu pojmu, neboť výzkumník často vychází pouze z intuitivní představy o objektu.²¹⁷
2. **Specifikace rozsahu pojmu a rozčlenění pojmu do dimenzí** spočívá ve specifikaci jednotlivých složek – dimenzí – pojmu, tedy jeho rozklad na sadu indikátorů. Předpokládá se, že každý pojem je komplexním fenoménem a obsahuje různé pozorovatelné aspekty, které se k pojmu vztahují. Jinými slovy, každý pojem má více ukazatelů, jejichž pomocí lze zkoumat, a v tomto bodě specifikujeme jednotlivé z nich.
3. **Volba pozorovatelných indikátorů** je dalším krokem, který vede k redukci jevu na ukazatele, jež jej budou v našem výzkumu zastupovat. Protože pro většinu jevů lze najít více indikátorů, vždy volíme jen některé a vybíráme ty, u nichž předpokládáme, že nejlépe identifikují (ne)přítomnost vlastnosti, tzv. nejlépe diskriminují. Na druhé straně jednotlivé indikátory mohou odkazovat jen k určité dimenzi pojmu, a tak jej pokrývat jen z části, nebo se naopak mohou překrývat. Pro každý výzkumný záměr proto mohou být vhodné jiné indikátory, i když zkoumaný jev zůstává stejný. Některé indikátory jsou vzájemně zaměnitelné, jiné se spíše doplňují.²¹⁸ Proto je volbu indikátorů potřeba dělat i s ohledem na kontext výzkumu a konkrétní situaci, ve které se bude odehrávat. Vztah mezi pojmy a indikátory je podle Lazarsfelda pouze pravděpodobnostní, což je dobrým vysvětlením

216 Jedná se o rozpracování postupu analýzy latentní struktury, kterému se věnoval při výzkumu postojů.

217 Zde se odráží Lazarsfeldův příklon k intuici výzkumníka, jeho znalosti zkoumaného objektu a přiblížení se zkoumané realitě.

218 To lze sledovat při empirické analýze takto získaných dat, neboť jednotlivé indikátory určitého jevu spolu navzájem korelují. Takové zjištění je zpětně ověřením kvality výchozí operacionalizace pojmu.

toho, proč se i naše závěry vztahují k jednotlivým indikátorům, a ne ke zkoumaným jevům.

4. **Vytvoření znaků** je finálním krokem, v němž vybrané indikátory kombinujeme do výsledného indexu, který bude zastupovat zkoumaný pojem, a stanovíme jednotlivé varianty zkoumaných znaků (Buriánek 1993, Lazarsfeld 1958).

Ačkoli takto rozpracovaná vypadá operacionalizace velmi komplexně, v praxi je často redukována na dva až tři kroky, které odrážejí výchozí teoretický rámec (výsledky pilotáže nebo závěry jiných studií) a představu výzkumníka o zkoumaném jevu vytvořenou na základě osobní zkušenosti. Mluvíme o využití pre-empirických kritérií. Klíčovým úkolem procesu zůstává zachovat obsahově bohatý význam teoretického pojmu a bez zkreslení a přílišného zjednodušení jej převést do sledovatelných znaků. Základním krokem je konkretizace smyslu pojmu (vymezení jeho rozsahu), jeho analytický rozklad na aspekty, které pokrývá, a následně určení empiricky uchopitelných ukazatelů, jimiž bude možné je v realitě zachytit. Jde vlastně o nalezení ukazatelů, jež jednoznačně indikují (ne)přítomnost vlastnosti, kterou potřebujeme měřit, a vymezení stavů, kterých vlastnost může nabývat a jež jsme schopni při měření identifikovat. Někdy je tento přechod od obecného (teorie) ke specifickému (měření), od abstraktního ke konkrétnímu potřeba dělat ve více krocích. Při specifikaci indikátorů pak řešíme, kolik indikátorů použít (o tom podrobněji níže), jak vymezit kategorie, kterých mohou nabývat (obor hodnot), a jak následně formulovat otázky do výzkumného nástroje (viz kapitola 6.1).

Provedení operacionalizace je závislé na kontextu výzkumu. V praxi může být určitý teoretický pojem v rámci různých výzkumů uchopen odlišnými způsoby. Pro různé složité pojmy je tato odlišnost operacionalizace více či méně pravděpodobná. Aby výsledná operacionální definice byla v kontextu reality daného výzkumu relevantní, je třeba zohlednit také širší kulturní rámec, v němž bude výzkum probíhat. Určité ukazatele fungují téměř univerzálně, jiné jsou kulturně nebo sociálně specifické. To je potřeba zohledňovat u mezinárodně srovnávacích šetření. Nalezení spolehlivých ukazatelů patří ke klíčovým krokům výzkumu ovlivňujícím jeho validitu. Pokud zvolíme špatně data, která na základě těchto ukazatelů dostaneme, nemusí být validní a mohou odkazovat pouze k části toho, co jsme chtěli postihnout. Po provedení operacionalizace si musíme být jisti, že jsme do výzkumu vybrali nejen ty nejdůležitější proměnné, které ovlivňují zkoumaný problém, ale i ty, jež do tohoto vztahu mohou zasahovat nebo mohou ovlivňovat

zkoumanou závisle proměnnou. Ty jsou nezbytné proto, aby nedošlo k omylu a neinterpretovali jsme vztah mezi proměnnými nesprávně a při statistické analýze mohli jejich vliv na jev kontrolovat. A naopak, na konci přípravné fáze výzkumu by mělo být jasné, jaká data (o jakých proměnných) sbírat nebudeme, protože je k testování formulovaných hypotéz a naplnění cílů výzkumu nepotřebujeme.

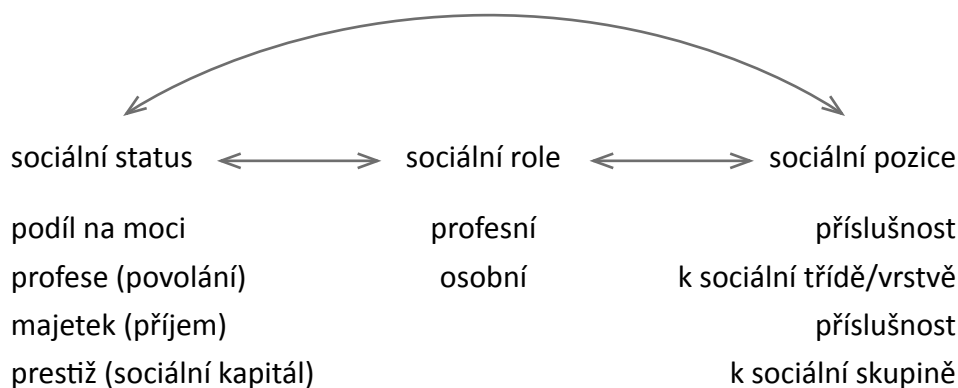
Podívejme se na příklad, který by měl popisovaný postup osvětlit. Následující hypotézy jsem formulovala jako cvičné (jednoduché) příklady. Se složitostí teoretických konceptů, z nichž jsou hypotézy odvozeny, se proces operacionalizace a nalezení indikátorů bude komplikovat. Z posledního příkladu by mělo být zřejmé, že operacionalizace se netýká pouze výzkumů, jejichž respondenty jsou lidé, ale například i práce s dokumenty.

Příklad konceptualizace a operacionalizace pojmu „sociální postavení“

Podle *Velkého sociologického slovníku* (Vodáková, Petrusek 1996) se jedná o ne příliš jednoznačně vymezený pojem používaný ve více významech (dimenzích), buď „ve smyslu místa, polohy jedince ve struktuře určité skupiny či organizace, kdy se používá i zástupný termín sociální pozice“, nebo „k vyjádření souhrnu, prolnutí všech pozic, které jedinec zaujímá ve všech skupinách, [...] a pak se překrývá s pojmem status“ (1996: 809). Přitom status je definován jako: „souhrnné vyjádření sociální pozice člověka v určité společnosti, resp. skupině, spojené s určitou mírou ocenění ze strany druhých“ (1996: 1226). Je univerzálním znakem všech členů každé společnosti a vystihuje jejich sociální postavení. Ke každému statusu se váží určité hrané sociální role, práva i povinnosti. V užším slova smyslu je status vyjádřením míry prestiže, jíž se jedinci dostává ze strany okolí. Za základní indikátor prestiže bývá považována vykonávaná profese. Zároveň se ale na společenském postavení jedince výrazně podílejí jeho majetek a podíl na moci (např. zastávané rozhodovací pozice).

Ačkoli se uvedené pojmy v cizojazyčné literatuře obsahově silně prolínají, lze jejich odlišnosti specifikovat. **Sociální pozice** odkazuje na postavení subjektu vzhledem k jiným subjektům, **sociální role** pak k očekáváním, jež se k této pozici vážou; **sociální status** je spojen s možnostmi a právy vyplývajícími z pozice, kterou subjekt zastává, a rolemi, jež hraje, a prestiž, které se mu dostává, vyjadřuje zhodnocení jeho sociálního statusu okolím.

SOCIÁLNÍ POSTAVENÍ JEDNICE



Uvedené definice avizují minimálně čtyři dimenze, které se k sociálnímu postavení jedince váží: hrané sociální role, majetek, podíl na moci, prestiž. Každou z těchto položek bychom mohli dále rozčlenit a hledat k nim indikátory. Bylo by to poměrně snadné a našli bychom jich značné množství. Protože se sociální postavení respondentů zkoumá poměrně často, můžeme se opřít o používané standardizované škály, které zpravidla vycházejí právě z profese, již respondent vykonává: například mezinárodní škála prestiže povolání SLOPS, třídní klasifikace EGP²¹⁹ nebo Mezinárodní index socioekonomického statusu ISEI,²²⁰ případně postup rozšířený v rámci komerčního výzkumu tzv. socioekonomické nebo sociální skupiny ABCDE,²²¹ podle kterých se hodnotí i sociální postavení celé domácnosti.

Nabízí se ale ještě jedna možnost. Sociální postavení jedinců můžeme zkoumat i subjektivně, jak je vnímají a hodnotí oni sami. Subjektivní zařazení se měří zpravidla pomocí kategorií: nižší

219 Základní kategorie zde tvoří I/ Vyšší odborníci, zákonodárci, vysocí státní úředníci, ředitelé velkých podniků a organizací, vlastníci velkých podniků; II/ Nižší odborníci, nižší státní úředníci, techničtí odborníci, ředitelé menších podniků a organizací, vedoucí pracovníci ve vědě, výzkumu, kultuře atd.; III/ Rutinní nemanuální pracovníci; IV/ Drobní vlastníci, živnostníci a řemeslníci; V + VI/ Kvalifikovaní dělníci; VIIa/ Nekvalifikovaní dělníci a VIIb + VIIc/ Zemědělníci a manuální pracovníci v primárním sektoru a soukromí zemědělci.

220 Všechny tři ukazatele jsou zpravidla vypočítávány na základě Mezinárodní standardní klasifikace povolání ISCO sestavované Mezinárodním úřadem práce, která kombinuje údaj o zaměstnání a kvalifikaci jedince. Podrobněji viz např. Matějů, Vlachová (1999).

221 Tato typologie pracuje se skupinami: (1) Vyšší management, ředitelé nebo top manažeři z firem s šesti a více pracovníky; (2) Profesionálové na IČO, OSVČ (poradci, právníci atd.); (3) Profesionálové, zaměstnanci; (4) Vyšší management, ředitelé nebo top manažeři z firem s méně než šesti pracovníky; (5) Střední a nižší management z firem s šesti a více pracovníky; (6) Střední a nižší management z firem s méně než šesti pracovníky; (7) Vlastníci nebo partneři firem, vlastníci obchodů, řemeslníci atd. s šesti a více zaměstnanci; (8) Zaměstnanci v kanceláři, administrativa; (9) Vlastníci, nebo partneři firem, vlastníci obchodů, řemeslníci atd. s méně než šesti zaměstnanci; (10) Studenti; (11) Zaměstnanci v nemanuálních profesích v obchodu a službách; (12) Farmáři,

třída, nižší střední třída, střední třída, vyšší střední třída a vyšší třída (podrobnější kategorie se zpravidla nepoužívají) nebo pomocí vizuální stupnice symbolizující společenský žebříček. Ano, dostaneme tak zcela jiné údaje, ale přesně to jsem chtěla ukázat (jak konstrukce proměnné ovlivňuje získávaná data).

Při operacionalizaci se nikdy nevyhneme redukci. Složitost sociální reality a zkoumaných jevů většinou nelze měřit zcela přesně, protože naše výzkumné nástroje jsou omezené. Navíc, jak jsem uvedla výše, většina jevů není dostupná přímo, ale pouze skrze své indikátory. Proto je na místě nahlížet na operacionalizaci také jako na proces interpretace, v němž badatel specifikuje, které aspekty pojmu budou v daném šetření významné a které zůstanou stranou. Většina jevů má více indikátorů, ale do výzkumu vybíráme jen některé z nich. Obecně se předpokládá mezi jednotlivými indikátory určitého jevu velká míra souvislosti. To znamená, jestliže se vyskytne jeden, vyskytne se i druhý, další. Do určité míry jsou indikátory vzájemně zastupitelné, což umožňuje pracovat jen s některými z nich. Volba konkrétního indikátoru je ovlivněna různými faktory. Především vychází z teoretické tematizace problému, je podřízena výzkumnému záměru a cíli a přímo souvisí s vybranými technikami sběru dat (jsme omezeni např. i délkou dotazníku). V řadě případů může být závislá i na časových a finančních podmínkách šetření. V principu usilujeme o to, vybrat takové indikátory, abychom při použití co nejmenšího počtu z nich zachytili vybraný jev s co nejvyšší přesností. Přitom odlišujeme indikátory reprezentační a sumační.

Zatímco **indikátor reprezentační** lze použít samostatně, protože indikuje přítomnost jevu tak dobře, že zastupuje i ostatní indikátory, **indikátor sumační** má charakter součtového indexu složeného z více měřených položek.²²² Indikátory, s nimiž budeme ve výzkumu pracovat, by měly jednoznačně určit přítomnost a nepřítomnost měřené vlastnosti. Nejenže různé indikátory mohou indikovat stejný jev, ale musíme si dát pozor i na to, že jeden znak může být indikátorem zcela odlišných jevů. Například „publikování neověřených informací“ může být znakem špatné zpravodajské práce novináře nebo média, ale také znakem pracovních postupů internetových zpravodajských portálů, které se snaží zveřejnit informaci co nejrychleji a teprve postupně ji ověřují a dále doplňují

zemědělci, rybáři; (13) V domácnosti; (14) Kvalifikovaní manuální pracovníci, mistři; (15) Nekvalifikovaní manuální pracovníci, pomocní dělníci; (16) Důchodci, nezaměstnaní.

222 Podrobněji v kapitole 6.1, věnované přípravě dotazníkového šetření.

a upravují. Podobně „trávení dovolené doma nebo na chalupě“ může být znakem jak příslušnosti k nižší sociální vrstvě, tak třeba vysokého ekologického citění a tzv. dobrovolné skromnosti.²²³

V případě, že k danému termínu zatím není k dispozici připravený měřicí nástroj, nabízí se možnost zvolit různé indikátory a testovat, jak odlišná či shodná poskytují data, respektive k jak velkým rozdílům ve výsledcích jejich použití vede (de Vaus 2002). Ještě jinými slovy, který z postupů podává více validní výsledky.²²⁴

Jestliže můžeme volit mezi různými indikátory téhož jevu, jednotlivé z nich se mohou vzájemně zastupovat, jiné se naopak doplňují. Odlišujeme čtyři typy poměrů mezi dvěma nebo více ukazateli:

1. substitutivní – identifikují tutéž vlastnost/jev stejně spolehlivě, pouze jinými způsoby;
2. alternativní – identifikují tutéž vlastnost/jev, ale liší se ekonomickou náročností i validitou;
3. komplementární – zjišťují různé aspekty téhož teoretického pojmu, pro přesné určení jevu zpravidla nestačí použití pouze jednoho z nich;
4. kontradiktorní – vzájemně se vylučují, nevážou se ke stejnému teoretickému pojmu, ale na stejné jazykové označení.

Z toho je zřejmé, že některé indikátory jsou zaměnitelné, ale jiné se pouze doplňují. Při volbě indikátorů proto zvažujeme nejen kolik jich použít, ale také v jakém jsou vzájemném poměru. Neexistuje žádné přesné doporučení, jak nebo pro které se rozhodnout. De Vaus (2002: 50) uvádí následující vodítka:

- ▶ pokud je teoretický pojem komplexní, vícedimenzionální, rozhodněte, zda jsou všechny jeho dimenze pro daný výzkum relevantní a nezbytné;
- ▶ pro měření komplexních postojů a názorů je zpravidla potřeba použít více indikátorů (množství otázek), aby byl zachycen celý rozsah pojmu;
- ▶ nepodstatné otázky a nevhodné indikátory pomůže odhalit pilotní studie;

223 Viz např. Librová (1994) a (2003).

224 Často nemáme nástroj nebo objektivní kritérium, jak tuto validitu posoudit. V úvahu přichází využití triangulace výzkumných postupů (viz kapitola 3) a následné srovnání dat a zjištění. V tom případě mluvíme o „empirické validitě“, což znamená, že data našeho šetření jsou ve shodě s údaji získanými jinými výzkumnými postupy. Ani to ale neznamená, že data jsou přesná, protože všechny realizované postupy mohly přinést data nereliabilní. Je to ale méně pravděpodobné než v případě pouze jednoho šetření (Buriánek 1993). Validitu zvolených indikátorů lze zpětně posuzovat pomocí faktorové analýzy dat, která pomůže odhalit jejich latentní strukturu a jejich vzájemnou provázanost.

- ▶ výsledné množství použitých indikátorů je často ovlivněno praktickými důvody – délkou dotazníku a způsobem jeho administrace;
- ▶ nezapomeňte na žádný z konceptů, jenž je pro studii nezbytný.

V přípravné fázi často stojíme před dilematem, které ukazatele pro přesnou identifikaci zkoumaných jevů vybrat. Na metodologické rovinně tomu odpovídá problém **plurality operacionálních definic**, neboť vzájemná kompatibilita či zaměnitelnost indikátorů se odráží i v rovině operacionalizace. Analogicky k indikátorům rozlišujeme také mezi dvěma nebo více operacionálními definicemi téhož pojmu. Odlišujeme proto:

- ▶ definice substitutivní – prokazatelně zjišťují totéž, i když odlišnými způsoby, a mohou se vzájemně zastupovat, protože rozdíly mezi nimi (daty, která poskytují) jsou nepodstatné;
- ▶ alternativní definice – se mohou vzájemně zastupovat, ale odlišují se efektivitou (náklady na získání informace) i validitou;
- ▶ komplementární definice – zjišťují různé aspekty téhož jevu, a proto se nemohou vzájemně zastupovat, ale doplňují se;
- ▶ kontradiktorní definice – se vzájemně vylučují, obvykle nedefinují též teoretický pojem.

Vliv operacionalizace na validitu a reliabilitu výzkumu

Výběr vhodných indikátorů a stanovení postupu jejich měření ovlivňuje validitu a reliabilitu získávaných dat a potažmo i celého šetření. Zatímco v kvantitativním výzkumu realizovaném pomocí strukturovaného a standardizovaného výzkumného nástroje nám ke zvýšení reliability pomáhá standardizace, k zajištění validity přispívá právě kvalita provedení operacionalizace a vypracování operacionálních definic, na jejichž základě budeme vytvářet výzkumné nástroje pro sběr dat.

Požadavky na zajištění vyšší validity a reliability šetření si ale často mohou odporovat. Reliabilní měřicí nástroj v žádném případě není zárukou jeho validity. Naopak, snadno lze opakovaně měřit něco jiného, než jsme zamýšleli. Reliabilita je standardně považována za podmínku validity, ale z hlediska úspěšnosti celkové realizace výzkumného šetření je validita přece jen nepatrně důležitější, protože nevalidní šetření sice může poskytovat stabilní výsledky, ale nevíme o čem. Při výzkumné práci je řada situací, při kterých může dojít ke zkreslení, zvláště když jsou našimi výzkumnými jednotkami osoby, jež nám nemusejí zcela rozumět ani sdílet naše nadšení a mít zájem předávat nám nějaké informace. To odkazuje jak k **interní validitě**, která může být ovlivněna kontextovými vlivy, jako je zrání zkoumaného objektu, vliv opakovaného testování,

výběr a úmrtnost členů vzorku (panelu) apod., tak k **validitě externí**.²²⁵ Zde je výčet postupů, které máme k dispozici při snaze o zajištění validity připravovaného šetření, jak je uvádí Disman (1995: 64–67):²²⁶

- ▶ **Nejjednodušší postup** je využít **validity založené na členství ve skupině**. Testujeme navržený měřicí nástroj na jedincích, o kterých víme, že disponují měřenou vlastností, a sledujeme, zda ji skutečně identifikuje a v jakém rozsahu. Pokud bychom chtěli vytvořit nástroj na měření znalosti zpravodajských hodnot, mohli bychom jej otestovat na skupině žurnalistů, jejichž výsledky by měly být vyšší než při zkoumání obecné populace. Její variantou může být **validita komunikativní**, kterou zpětně ověřujeme v rozhovoru s informanty ze zkoumané skupiny.
- ▶ **Souběžná validita** je zajišťována pomocí kontrolního měření, kdy stejnou vlastnost měříme dvěma či více postupy a čím větší je shoda získaných výsledků, tím je pravděpodobnější, že náš postup byl validní. Takovým kontrolním měřením nemusí být celé výzkumné šetření, ale například i položení více otázek vztahujících se ke zkoumanému tématu a zjišťované proměnné.
- ▶ **Prediktivní validita** porovnává předpověď a skutečné výsledky. Přesněji data získaná na základě testovaného měření zpětně srovnává se skutečnými výsledky toho, co má měření predikovat; často pracuje s expertními kritérii, kupříkladu při vytváření nástroje pro měření studijních předpokladů dětí srovnává získané údaje z měření s pozdějšími reálnými výsledky dětí při studiu na vyšších vzdělávacích stupních. Pokud jsou tyto dvě sady hodnot v souladu, může být původní měřicí nástroj, alespoň dočasně, považován za validní.
- ▶ Při kontrole **obsahové validity** zohledňujeme, nakolik měřicí nástroj pokrývá rozsah významu pojmu; v jaké míře či rozsahu indikátory měří rozdílné aspekty pojmu. Podstatné je, zda naše měření kryje zmíněný jev dostatečně.
- ▶ **Konstruovaná validita** je založena na způsobu měření vztahu k jiným proměnným uvnitř širšího rámce vztahů; využívá formulování hypotéz, které specifikují, za jakých okolností námi měřené vlastnosti nastanou (např. kdy můžeme očekávat, že novináři budou publikovat zprávu bez jejího ověření). Jestliže tyto podmínky nastanou a my pomocí výzkumného nástroje tyto změny naměříme, jsou použité indikátory a měřicí nástroj validní.

225 Podrobněji viz kapitola 2.

226 Srov. Babbie (2008).

Využit můžeme i odborníky na danou tematiku a požádat je o nezávislé hodnocení, což odpovídá **validitě založené na mínění skupiny expertů**. Další možností je spoléhat se na **zjevnou validitu**, to však v sobě nese riziko nesprávného intuitivního posouzení. V neposlední řadě můžeme využít principu sebehodnocení odvedené práce respondentem a zařazení otázky: „Odpověděl jsem/jste na všechny otázky pravdivě?“²²⁷ Neočekáváme, že nám přizná, že nikoli, ale že se nad svými odpověďmi ještě zamyslí a třeba některé poopraví.

Vzhledem k potřebě validních dat navrhují psychologové Donald T. Campbell a Donald W. Fiske **operacionalizaci vícenásobnou** (*multiple operationalism*), založenou na více, minimálně dvou, zásadně odlišných postupech měření, jejichž výsledky by měly vzájemně vysoce korelovat. Tento postup se blíží konceptu **triangulace** a zdůrazňuje nutnost nahlížet jevy z různých přístupů, perspektiv zkoumání a pomocí různých metod (Salkind 2010: 254).

Zbývá připomenout, že validita vybraných indikátorů ani validita výzkumného nástroje neplatí univerzálně, ale jen v daném kontextu a pro shodný účel. Už jsme mluvili o nutnosti testovat použitelnost indikátorů v mezinárodních šetřeních a to platí i pro celý výzkumný nástroj. V odlišném kontextu (kultuře) je potřeba jej znovu ověřit. To jsme ostatně nastínili již v první kapitole, když jsme mluvili o rozdílech mezi přírodními a sociálními vědami a o tom, že v sociálních vědách nemáme a nemůžeme použít univerzální výzkumné nástroje a měřítka.

Operacionalizace v kvalitativním výzkumu

Operacionalismus jako metodologický směr nebyl vždy jednoznačně přijímán, naopak vztah teoretického a observačního jazyka, jak je odlišil například Rudolf Carnap,²²⁸ byl podstatou řady obecně metodologických sporů. Základní výtky přitom byly vedeny jak vzhledem ke kon-

227 Srov. Buriánek (1993).

228 Vztah mezi teorií na jedné a empirií na druhé straně jako dvou modů poznání řešili na obecně metodologické rovině i P. F. Lazarsfeld nebo H. Reichenbach. Matematik, fyzik, filozof a zastánce empirismu a analytické logiky R. Carnap (1968) navrhoval hledat pravidla konstituce (převoditelnosti) mezi pojmy pozorovacími, označujícími bezprostředně pozorované – empiricky dané – jazykem empirie, a pojmy teoretickými, zaváděnými pro jejich teoretické vysvětlení. Reichenbach později mezi teoretickými pojmy ještě diferencoval a odlišoval abstrakty – pojmy odvozené abstrakcí z pojmů pozorovacích – a hypotetické konstrukty, které nelze redukovat na empiricky pozorovatelné, protože mají teoretický přesah. Srov. např. Fajkus (2005), Peregrin (2005).

struktivistickému charakteru teoretických pojmů, tak k míře abstrakce nutné při práci s nimi. Jedním z odpůrců operacionalizace byl zastánce symbolického interakcionismu²²⁹ a kvalitativních přístupů zkoumání, americký sociolog Herbert G. Blumer, který prosazoval zkoumání lidské interakce prostřednictvím symbolické komunikace a zdůrazňoval potřebu porozumění a pochopení zkoumané reality i jejích subjektů. Blumer považoval operacionalizaci (i jakékoli klasifikace) za příliš zjednodušující, často používanou příliš rutinně a nerespektující konkrétní situaci zkoumání. Ačkoli nezavrhuje počáteční přípravu empirické práce, navrhuje pro specifikaci pojmů postup explorační, při kterém je obsah pojmu postupně odkrýván a dodatečně specifikován při empirické práci výzkumníka v terénu v kontaktu se zkoumanou skutečností. Takový proces vede k odhalování nových skutečností a zavádění nových pojmů je evidováno tzv. inspekcí. Podobně mluví Robert K. Merton o principu respecifikace pojmů a utváření proměnných pomocí kvalitativních postupů. V rámci kvalitativního paradigmatu pro tento postup používáme označení vyjasňování, případně **konceptualizace pojmů**, tedy zpřesňování jejich obsahu. S nutností vymezení pojmů a indikátorů zkoumaných jevů pracujeme i v kvalitativním paradigmatu. Jako jednu ze základních operací postupu zakotvené teorie je uvádí i Anselm Strauss, společně s postupy specifikace jednotlivých dimenzí jevu. Na rozdíl od kvantitativního přístupu v kvalitativním se tak děje až při analýze dat,²³⁰ jež má odhalit jejich význam.

Miovský (2006) vymezuje konceptualizaci jako postup formalizace údajů, při němž se pomocí interpretace opřené o data a na základě zkušenosti z jejich sběru snažíme vytvořit určitý základní výklad popisovaného jevu, umožňující jeho hlubší pochopení. Jde tedy o proces induktivní, zobecňující na základě jednotlivých údajů. Doplňme, že existuje i tzv. dynamické pojetí operacionalizace, které připouští redefinici či upřesnění používaných proměnných i v průběhu výzkumu na základě zjištěných údajů.

Na druhé straně ale i v kvantitativním výzkumu čas od času začínáme kvalitativně vedenou pilotáží, jejímž cílem je právě explorační.

229 Koncept operacionalizace kritizují i další interpretativní přístupy vycházející z fenomenologické a hermeneutické tradice. Obecně zpochybňují možnost převodu teoretických pojmů do jazyka každodennosti a odmítají kvantifikaci a standardizaci jako příliš objektivizující přístupy, které zasahují a deformují zkoumanou realitu; prosazují kvalitativní neinvazivní postupy a zdůrazňují nutnost vztahovat významy k aktérům a jejich porozumění dané situaci. Podrobněji viz např. Buriánek (1993).

230 Podrobněji viz kapitola 9.

Také v kvantitativním paradigmatu je konceptualizace pojmu součástí procesu operacionalizace, respektive je jejím prvním krokem. Nejprve jde o to, odhalit, v jakých konceptech, teoriích, paradigmatech se daný pojem používá a zda se jeho použití významově překrývá nebo různí. K tomu nám mohou pomoci definice daného pojmu získané z odborné literatury, popřípadě slovníku. Na základě cíle výzkumu a jeho teoretické tematizace rozhodneme, kterou z nich použijeme, čímž stanovíme jeho nominální definici.²³¹ V této fázi můžeme zohlednit i naši výzkumnickou představu o pojmu. Koncept pojmu je mentální konstrukt, vzniklý na základě námi pozorovaných vlastností jevů a vztahů mezi nimi. Většina pojmů má více dimenzí, z nichž některé pro náš výzkum nemusí být podstatné. Proto provádíme konceptualizaci, abychom specifikovali, s jakou dimenzí pracovat budeme. Rozlišení mezi dimenzemi pojmu vyžaduje více analytické práce a naznačuje hlubší vhled do problému. Problém vzniká při práci s označeními, která mají řadu různých, i v přirozeném jazyce²³² používaných významů. Také zde musíme zvolit ten relevantní a svoji volbu zdůvodnit a obhájit, popřípadě navrhnout design výzkumu tak, abychom mohli pracovat s indikátory různých významů pojmu, což není zcela praktické. Koncepty, s nimiž pracujeme, nemají reálnou existenci, ale jsou pomocnými nástroji při vyjasňování obsahu teoretických pojmů. Význam termínů není dán předem, ale musí být specifikován. Musí být jasné, jakou definici používáme, a ta se stává závaznou pro další fáze výzkumu, pro vyvozování závěrů i porovnávání poznatků se závěry jiných výzkumníků.

Příklady operacionalizace hypotézy

1. Teoretická hypotéza: „S rostoucím dosaženým vzděláním klesá míra televizní konzumace.“
Pojmy, které je třeba operacionalizovat: (a) „dosažené vzdělání“; (b) „televizní konzumace“ a její míra.

a) Obrat „dosažené vzdělání“ odkazuje k formálnímu vzdělávacímu procesu, který respondent absolvoval a úspěšně ukončil. Jejími indikátory mohou být počet let školní docházky nebo

231 Účelem takové definice není, aby byla pravdivá nebo správná, ale aby byla jednoznačná a užitečná pro následnou práci. Můžeme použít některou z již nalezených definic, nebo formulovat vlastní. Nominální definice vymezuje pojem pro potřeby výzkumu a odkazuje k datům, která budeme potřebovat. Jak je budeme sbírat, specifikuje operacionální definice.

232 Pojmenování z přirozeného jazyka nelze považovat za dostačující pro vědeckou práci, neboť zpravidla nejsou příliš přesná a jejich význam je zatížen řadou asociací. Proto je potřeba je převést do jazyka 2. řádu. Podrobněji viz kapitola 1.

forma jejího ukončení. Zpravidla se používá standardizovaná proměnná s oborem hodnot: „bez vzdělání“ (neznamená, že do školy nikdy nechodili, ale že ji ve stanovené době úspěšně neukončili), „základní, odborné (bez maturity), střední s maturitou, vysokoškolské“. Obor hodnot můžeme podle potřeb konkrétního šetření upravit.

Proměnná: nejvyšší dosažené vzdělání

Obor hodnot: – základní;
– střední;
– bakalářské;
– magisterské;
– doktorské.

b) Indikátorem míry „televizní konzumace“ je množství času, který respondent věnuje sledování televize. Zpravidla jej měříme v minutách pomocí otázky na průměrnou dobu za den (týden), kterou respondenti stráví sledováním televize. Samozřejmě tak získáme údaj, jenž je respondentovým odhadem vypovídajícím o jeho chování. Pokud bychom potřebovali přesnější data, můžeme jej požádat, aby si po určité době vedl záznamy o tom, kdy a jaké pořady sledoval (tento postup je označován jako deníčkový), a z údajů zpětně průměrnou dobu sledování dopočítat. Ještě přesnějším postupem by bylo využití přístrojů na elektronické měření sledovanosti televize (tv metr). Další podstatnou otázkou je, jak vymezit „sledování“. Znamená to, zda divák sedí před televizní obrazovkou a věnuje jí plnou pozornost, nebo stačí, že je v místnosti, ve které je zapnutá televize, a věnuje se jiné činnosti, například vaření, jídlu či žehlení, případně sleduje televizi při současné konverzaci s dalšími osobami. Musíme respondenta instruovat, o jakou aktivitu přesně se zajímáme, zda o její specifickou formu, nebo budeme různou míru pozornosti sledování přehlížet. Čím složitější nebo přesnější instrukce bude, tím bude pro dotazovaného obtížnější odpovědět. Možnosti užívání nových elektronických médií měření dále komplikují, neboť televizní obsahy lze v současnosti sledovat i na jiném médiu, například na chytrém telefonu, počítači, notebooku, tabletu. Má respondent zahrnout do odhadované doby i poslech záznamu včerejšího diskusního pořadu cestou do práce v MHD, nebo chceme znát pouze dobu sledování v přímém čase?

Alternativou je ptát se respondentů, zda by sami sebe označili jako „slabé“, „střední“ či „silné“ televizní konzumenty. Ale pokud v otázce jednotlivé kategorie konzumentů nebudeme dále specifikovat (kupř. střední konzument sleduje televizi přibližně 2–4 hodiny denně), vystavujeme se riziku, že každý respondent považuje za silnou nebo slabou konzumaci něco jiného. To v některých výzkumech může být nepodstatné, protože chceme znát právě toto sebehodnocení. Zároveň je ale potřeba zvážit, zda pro některé respondenty nemůže být nepříjemné, nebo dokonce nepřijatelné označit se za silné konzumenty. Například proto, že v určitých sociálních vrstvách není sledování televize považováno za kulturně hodnotnou formu trávení volného času, a proto se budou stylizovat spíše do pozice středních či slabých

konzumentů. Další s tím spojená otázka je, jak budeme pracovat s těmi, kteří televizi vůbec nesledují – budou z analýzy vyčleněni, nebo je připojíme ke slabým konzumentům?

Oba postupy zjišťování můžeme i kombinovat. Rozbor pojmu vede k ustavení proměnné „denní průměrná míra televizní konzumace v minutách“. Při statistickém zpracování časových údajů budeme respondenty kategorizovat analogicky Gerbnerově typologii, kterou rozšíříme o kategorii nulových konzumentů, kteří televizi nesledují.

Proměnná: denní průměrná míra televizní konzumace v minutách

Obor hodnot: 1, 2, ..., n

Kategorizovaná proměnná: typ televizního konzumenta

Obor hodnot: – nulový (televizi vůbec nesleduje);
– slabý (sleduje méně než 100 min. denně);
– střední (100–200 min.);
– silný (více než 200 min. sledování denně).

Při statistické analýze budeme testovat souvislost proměnné „nejvyšší dosažené vzdělání“ a „typ televizního konzumenta“ (popřípadě i vztah „nejvyšší dosažené vzdělání“ a „denní průměrná míra televizní konzumace v minutách“).

2. Teoretická hypotéza: „S rostoucí délkou nezaměstnanosti klesá míra mediální konzumace.“
Pojmy, které je třeba operacionalizovat: (a) „nezaměstnanost“ a její délka; (b) „mediální konzumace“.

a) Nezaměstnanost: Platný zákon o zaměstnanosti (č. 435/2004 Sb., v aktuálním znění, s účinností od 5. ledna 2012) vychází při vymezení nezaměstnané osoby z definice Mezinárodní organizace práce (International Labour Organization, ILO) v Ženevě. Aby osoba byla v České republice považována za nezaměstnanou, musí splňovat tři kritéria: (a) být schopna práce (věkem, zdravotním stavem, osobní situací), (b) chce být zaměstnána (a je ochotná nastoupit do 14 dnů), ale zaměstnání aktuálně nemá a (c) aktivně jej hledá. Kromě osob, které splňují tato kritéria, což se zpravidla překrývá s těmi, jež jsou registrované na Úřadu práce, je ale řada dalších, které nevykonávají stálé zaměstnání ani nejsou osobami samostatně výdělečně činnými. Protože v hypotéze vycházíme z předpokladu, že ztráta zaměstnání a dlouhodobá (zpravidla konceptualizovaná jako více než 12 nebo 24 měsíců) nezaměstnanost vede k apatii a poklesu jakýchkoli zájmů osoby i aktivity, půjde nám především o ty, kteří jsou bez zaměstnání a chtěli by do něj nastoupit.

Proměnná: nezaměstnanost,
Obor hodnot: – ano, – ne;
Proměnná: ochota nastoupit do zaměstnání do 14 dnů;
Obor hodnot: – rozhodně ano, – spíše ano, – spíše ne, – rozhodně ne;
Proměnná: délka nezaměstnanosti v měsících,
Obor hodnot: 1, 2, ..., n.

Při statistické analýze kategorizujeme proměnnou „délka nezaměstnanosti“.

Obor hodnot: – krátká (do 5 měsíců);
– střední (5–11 měsíců);
– dlouhá (12–36 měsíců);
– trvalá (více než 36 měsíců).

Vytvoříme novou/umělou proměnnou „míra nezaměstnanosti“, která bude průnikem kategorizované proměnné „délka nezaměstnanosti“ a proměnné „ochota nastoupit do zaměstnání“.

Obor hodnot: – krátká ano;
– krátká ne;
– střední ano;
– střední ne;
– dlouhá ano;
– dlouhá ne;
– trvalá ano;
– trvalá ne.

b) Mediální konzumace se vztahuje k mnoha typům médií, pro účely této studie budeme zkoumat čtenost denního tisku, zájmových periodik, poslech rádia, sledování televize a užívání osobního počítače.²³³ V tomto případě nejde o konzumaci konkrétních titulů, ale o míru celkové konzumace. Zjišťovat budeme, zda četli/poslouchali/sledovali/používali: v posledních 24 hodinách, uplynulých 3 dnech, v posledním týdnu, v posledním měsíci.

Proměnné: „denní tisk“, „zájmová periodika“, „poslech rádia“, „sledování televize“, „užívání osobního počítače (notebooku)“.

Obor hodnot pro všechny proměnné: – během posledních 24 hodin;
– uplynulé 3 dny;
– minulý týden;
– minulý měsíc;
– méně často;
– vůbec.

.....
233 Rozbor toho, co rozumíme pojmem „sledování“ (jako v předchozím případě) nebo „čtení periodika“, je relevantní i zde. Při stanovení proměnných a kritérií sběru dat se opět řídíme především cílem studie.

Kódování variant proměnných: během posledních 24 hodin = 10, uplynulé 3 dny = 7, minulý týden = 5, minulý měsíc = 3, méně často = 1, vůbec = 0.

Ze všech pěti proměnných bude při statistické analýze vytvořen součtový index v rozsahu 5–50 bodů: index mediální konzumace,

Obor hodnot: – častá mediální konzumace 50–41 bodů;
– střední mediální konzumace 40–12 bodů;
– nízká mediální konzumace 11–5 bodů.

Při statistické analýze budeme testovat souvislost proměnné „míra nezaměstnanosti“ a „index mediální konzumace“.

3. Teoretická hypotéza: „V hlavní zpravodajské relaci používá televize veřejné služby ve zprávách o příslušnících etnických menšin žijících na území České republiky častěji zprostředkované než institucionalizované názory než ve zprávách o majoritní populaci.“

Pojmy, které je třeba operacionalizovat: (a) „hlavní zpravodajská relace televize veřejné služby“, (b) „zpráva o příslušnících etnické menšiny“, (c) „institucionalizované a zprostředkované názory“.

Hypotéza je odvozena z práce Theuna A. van Dijka, který v knize *Communicating Racism* (1987) uvádí pět rysů charakterizujících zobrazování etnických (národnostních) menšin v tištěných médiích:

- i) Etnické menšiny jsou v tisku prezentovány okrajově, jejich život je méně pokrytý a méně zobrazovaný, než je tomu v případě majoritní populace; jsou menšinami i v tištěných médiích.
- ii) Informacím o menšinách dominují zprávy přímo nebo volněji spojované s problémy a obtížemi nebo ohrožením hodnot, zájmů a cílů majoritní kultury.
- iii) Etnické menšiny jsou popisovány výhradně z pohledu majoritní populace, jejímž autoritám je poskytováno více prostoru a jsou prezentovány důvěryhodněji než mluvčí minorit.
- iv) Témata relevantní pro každodenní život etnických skupin (práce, bydlení, zdraví, vzdělání, politický život, kultura, diskriminace) jsou v tisku prezentována zřídka, pokud nevedou k „problémům“ společnosti jako celku nebo nevyvolávají senzaci.
- v) Prezentace rasismu vůči těmto skupinám je systematicky podprezentována, redukována na případy diskriminace konkrétních jedinců, odehrávající se v chudých oblastech nebo připisována pravicově orientovaným skupinám; rasismus elit nebo institucí je diskutován minimálně (van Dijk 1987: 45).

a) Označení „hlavní zpravodajská relace televize veřejné služby“ určuje kontext analýzy a je součástí zadání výzkumu,²³⁴ odkazuje k relaci *Události* vysílané v České televizi 1 a 24.

Proměnná: „hlavní zpravodajská relace“, obor hodnot: – Události; – jiné.

234 V případě, že by se jednalo o hypotézu ze souboru hypotéz jednoho výzkumného projektu, tyto proměnné by nebylo potřeba definovat opakovaně.

b) U pojmu „zpráva o příslušnících etnické menšiny“ je potřeba specifikovat dvě části. První je poučenému teoretikovi médií zřejmá, „zprávou“ rozumíme jeden zpravodajský příspěvek, který je zároveň základní výzkumnou jednotkou analýzy.²³⁵ Klíčová je druhá část – určení zpráv o etnických menšinách. Které menšiny žijící na území České republiky považujeme za etnika? Jsou to skupiny, jež nelze identifikovat jako národnostní skupiny,²³⁶ nebo volíme jiné kritérium? V našem případě se soustředíme pouze na sdělení o etniku romském a vietnamském. Indikátorem zprávy bude přítomnost klíčových slov.²³⁷ Jako zprávy o etnických menšinách budou identifikovány ty, ve kterých zazní buď slova se základem „etnik“ (etnický, etnikum, etnika), nebo označení skupin „Rom/ové“ a „Vietnamec/ci“.

Proměnná: etnická menšina

Obor hodnot: – romská;
– vietnamská;
– česká;
– jiné.

Při statistické analýze dichotomizovaná na proměnnou: „menšina“

Obor hodnot: – etnikum menšinové;
– etnikum majoritní (zprávy o jiných než vybraných etnicích budou z analýzy vyloučeny).

c) Zpravodajství používá dva základní způsoby odkazování na prohlášení sociálních aktérů: „institucionalizované a zprostředkované názory“. Zprostředkované názory jsou autentické; prezentují postoj jedince či organizace prostřednictvím přímých citací. Zprostředkovaný názor zpravidla zaznívá v interview, při kterém je aktér dotazován reportérem a jeho vyjádření zůstává tak, jak je sám formuloval; zprostředkovaný názor je výrokem konkrétního dotázaného. Institucionalizované názory jsou přemluveny novináři, kteří se o ně opírají a prezentují je jako dané, případně jako stanovisko redakce, čímž přispívají k vytváření dojmu přirozenosti a faktičnosti zpravodajství. Institucionalizace výpovědi naturalizuje. Ačkoli se, stejně jako

235 Nevynecháváme zpravodajská interview, ankety či jiné žánry, jež mohou být v relaci zastoupeny. Je však potřeba zvážit, zda pracovat i s upoutávkami na jiné (např. publicistické) pořady dané televizní stanice.

236 Podle zákona č. 273/2001 Sb., o právech příslušníků národnostních menšin, je v ČR status národnostní menšiny v současnosti přiznán menšině: bulharské, chorvatské, maďarské, německé, polské, romské, rusínské, ruské, řecké, slovenské a ukrajinské.

237 Jako další indikátor bychom mohli zvolit přítomnost příslušníků etnických menšin v obrazové složce zprávy.

u zprostředkovaných názorů, jedná o mínění sociálních aktérů, ve srovnání s nimi působí institucionalizované názory jako přirozené, faktické skutečnosti (Fiske, Hartley 1978).

Proměnná: „citovaný názor“

Obor hodnot: – institucionalizovaný (indikátor – vyjádření názoru/postoje novináře, s odkazem na uvedení zdroje informace, parafráze názoru),
– zprostředkovaný (indikátor – vyjádření jakéhokoli sociálního aktéra přímo na kameru nebo z telefonního či jiného záznamu, přímá citace).

Při statistické analýze budeme testovat souvislost proměnné „etnická menšina“ (nebo „menšina“) a „citovaný názor“.

Základní techniky sběru dat

6.

„...nejužitečnější jsou nakonec ty poznatky, které se zpočátku zdály jako zcela zbytečné.“

(Petrušek 2009: 9)

Následující kapitoly poskytují znalosti nezbytné pro osvojení si základních kvalitativních i kvantitativních způsobů práce s daty. Pozornost je zaměřena na výzkumné postupy specifické pro mediální a kulturní studia, konkrétně na **pozorování**, **dotazování** a **analýzu dokumentů**. V této kapitole se zaměříme na sběr dat pomocí techniky strukturovaných i hloubkových rozhovorů, v další se budeme věnovat pozorování a etnografickým postupům sběru dat, v osmé pak technikám vhodným ke studiu dokumentů a v předposlední kapitole kvalitativním metodám analýzy dat. V podstatě tímto vstupujeme na půdu empirické práce, neboť dosud jsme se věnovali spíše preempirické přípravné fázi výzkumů. Ani v této kapitole ale nezůstanou zcela stranou obecně platná metodologická pravidla a teoreticko-metodologický rámec aplikace vybraných postupů. Protože užívaných technik sběru a analýzy dat je příliš, nemohou zde být zastoupeny všechny a těm uvedeným není věnována vždy stejná pozornost. Soustředím se především na tři základní (výše uvedené) postupy, které jsou v aktuálním diskurzu oborů zkoumajících média využívané nejčastěji.

Na začátku knihy jsme mluvili o odlišnosti kvalitativního a kvantitativního přístupu ke zkoumání sociální reality (viz kapitola 2). Zatímco kvantitativní data bývají označována jako **tvrdá** a jsou považována za důvěryhodná, přesná a vědecká, kvalitativní **měkká data** jsou hodnocena spíše jako citlivá, jemná, podrobná a kontextová. Rozdíl mezi kvantitativními a kvalitativními daty nemusí být tak diametrální, jak jste je na základě tohoto dělení dosud mohli vnímat. Většina kvantitativních dat je

výsledkem myšlenkového úsudku toho, kdo je poskytoval nebo kdo hodnotil zkoumaný objekt, ale i těch, kteří výzkum připravovali a uvažovali, jak data získat, a formulovali otázky, a je tedy výsledkem rozvažování kvalitativního rázu. A naopak všechna kvalitativní data mohou být tzv. ztvrzena a převedena do numerické podoby a zpracovávána statisticky (i když při tom dojde k určité redukci informace). Nejjednodušším způsobem je jejich převedení na nominální výčet kategorií, což je základní postup, často využívaný jako nástroj jejich počátečního utřídění a získání prvotního vhledu do dat. Proto by nemělo být překvapivé, že všechny zmiňované metody sběru dat mají jak svoji kvantitativní, tak kvalitativní variantu. V oblasti výzkumu kultury (v užším i širším slova smyslu), komunikace i médií se uplatňují všechny tři, některé častěji, jiné méně. V rámci těchto tří základních výzkumných nástrojů existuje celá škála specializovaných technik zkoumání, zpravidla v návaznosti na určité vědeckovýzkumné tradice a specifická témata zkoumání. V dalších (pod)kapitolách se budeme postupně věnovat jednotlivým technikám a u těch nejfrekventovanějších připojíme nejen základní pravidla jejich provedení, ale i příklady použití a podrobnější postup jejich aplikace. Ukážeme si, které metody jsou vhodné pro zkoumání jakých témat a naplnění stanovených cílů, ale i kde jsou jejich limity.

Výběr konkrétní výzkumné techniky určitého výzkumu probíhá již v přípravné fázi a při formulaci jeho cílů, které je provázeno promyšlením, jak stanovené zadání naplnit. Přitom v jednom výzkumu můžeme použít i kombinaci více technik sběru a analýzy dat a takto získaná zjištění vzájemně komparovat. V případě, že se nabízí více adekvátních technik, měli bychom zvolit tu, o které jsme přesvědčeni, že bude nejvhodnější,²³⁸ případně využít triangulaci dat.

Otázky, které si mediální studia pokládají, jsou často řešeny i řadou zcela nových metod zkoumání využívajících moderní technologie a poznatky dalších oborů, jako je kognitivní psychologie, neurověda či medicína. Především v rámci komerčního a marketingového výzkumu se v posledním desetiletí i v České republice rozvíjejí nejnovější postupy zkoumání médií, k nimž patřila nejprve oční kamera umožňující sledování pohybu zraku (*eye tracking*) a dnes také tzv. neuromarketing. Záznam z oční kamery odhaluje, na co se oko čtenáře dívá, jakým částem

238 V aplikovaném výzkumu může být kritériem výběru např. cena nebo množství času potřebného k realizaci šetření. V akademickém výzkumu spíše posuzujeme kvalitu dat získaných různými postupy, jejich validitu a reliabilitu. Začínajícím výzkumníkům někteří autoři doporučují, aby své projekty nekoncepovali příliš složitě a používali spíše jednodušší výzkumný postup než kombinaci různých technik.

sdělení (novin, letáků nebo třeba počítačové obrazovky) věnuje největší pozornost (jaké sleduje nejdéle), a tak pomáhá navrhnout nové reklamní kampaně. Na základě klasického dotazování zákazníků, proč koupili nějaký výrobek, často nebylo možné jednoznačně určit, jaké aspekty reklamního sdělení byly pro realizaci nákupu rozhodující. Pomocí oční kamery je ale možné posuzovat působení testovaného sdělení nebo loga i vůči jiným sdělením nacházejícím se v jeho kontextu.²³⁹ Zjištění z neuromarketingových výzkumů postupují ještě dále; ukazují intenzitu emocí nakupujícího při samotném nákupu a snaží se odhalit, co vzbudilo jeho pozornost. Tato metoda aspiruje na to, určit konkrétní impuls, který zákazníka upoutal, na základě záznamu mozkových vln. Práce s těmito novými metodami zkoumání je zatím českému akademickému prostředí finančně nedostupná. Ukazuje se ale, že jsou nejvíce přínosné právě ve spojení s klasickými výzkumnými postupy (pozorováními nebo hloubkovými rozhovory), na jejichž představení se soustředí tato publikace.

Dříve než se posuneme k avizovaným metodám, krátce se zastavím u dvou specifických postupů sběru a analýzy dat, a sice u tzv. nevtíravých technik a sekundární analýzy. Jako **nevtíravé techniky** (*unobtrusive methods*) jsou souhrnně označovány postupy sběru dat, které umožňují získat data, aniž bychom museli intervenovat do zkoumaného prostředí a vznik dat iniciovat; a především umožňují neobtěžovat členy cílové populace. Neovlivňujeme tedy ani zkoumaný jev, ani nemusíme interagovat s respondenty. Nevtíravé techniky vycházejí z předpokladu, že většina lidského jednání po sobě zanechává fyzické stopy, jež je možné k výzkumu sociální reality využít. Jsou jimi především různé dokumenty, záznamy v archivech, kartotéky, osobní záznamy, deníky, fotografie, účetní knihy, ale i vzkazy vyryté na školních lavicích nebo napsané na stěnách veřejných toalet či odpadky. Tyto postupy nejčastěji poskytují data pro následné studium dokumentů.²⁴⁰ Mezi nevtíravé techniky ale řadíme i postupy využívající systematicky pro jiné účely shromažďovaná statistická data nebo například analýzu odpadků jako postup zjištění spotřebitelského chování domácnosti nebo míru její recyklace odpadu.

Příkladem nevtíravé techniky je i **sekundární analýza**. Při její aplikaci pro zodpovězení vlastních výzkumných otázek využíváme datové soubory, které vznikly za jiným účelem, než byl náš výzkum. Může jít jak o oficiální statistiky, databáze či kartotéky z archivů různých organizací, tak o datové soubory vzniklé na základě specifického výzkumného

239 Podrobněji viz např. Klimeš (2002), Trampota, Vojtěchovská (2010).

240 Podrobněji viz kapitola 8.

šetření jiného vědeckého týmu. Při Sociologickém ústavu Akademie věd ČR funguje Český sociálněvědný datový archiv kvalitativních i kvantitativních dat z dříve realizovaných výzkumů, která jsou na vyžádání k dispozici.²⁴¹ Sekundární analýza je v zásadě reanalýzou již použitého empirického materiálu, který byl už dříve zpracován. Podstatné je, že tato data používáme za jiným účelem, než pro jaký vznikla. Předpokládáme, že ve standardním kvantitativním šetření je při analýze dat využita jen část informace, a to ta navázaná na testovaný soubor hypotéz. Ty zpravidla tvoří jen část vztahů mezi daty sebraných proměnných, které lze statisticky analyzovat. Podobně je tomu i na rovině kvalitativních výzkumů realizovaných například nestandardizovanými rozhovory. V takových datových souborech lze vždy najít i informace, které se k cíli původního zkoumání vztahují jen volně nebo vůbec a nebyly při jejich prvotním zpracování využity.

Při sekundární analýze se v datech snažíme najít nové empirické informace. Pracovat přitom můžeme jak s **primárními daty** (datovými soubory), tak s **daty kondenzovanými** (např. tabulky). V případě primárních dat je však nezbytné získat nejen datový soubor, ale i údaje o tom, kdy a jak vznikl, jak byla data sebrána, na základě jakého výzkumného nástroje a jakou technikou. V případě, že se jedná o data z výběrového šetření, musíme vědět, jaká byla cílová populace šetření, jak byl vybrán zkoumaný vzorek a jaké byly jeho parametry. Pokud se jedná o data z dotazníkového šetření, měli bychom mít k dispozici i dotazník a kódovací list a nejprve posoudit, nakolik data odpovídají našemu výzkumnému záměru a zda jsou vzhledem k tématu validní. K tomu by měla napomoci znalost operacionalizace zkoumaných indikátorů daného šetření. Záleží na kvalitě zdroje či archivu, z něhož data přebíráme, a je dost možné, že tyto doplňující informace nebudeme mít k dispozici. V takovém případě jsou další zpracování dat i na jejich základě vyvozené závěry sporné, protože nelze posoudit jejich validitu.

A v čem tedy spočívá sekundární analýza. V principu se jedná o snahu zpracovat data odlišným způsobem, než jak s nimi bylo zacházeno v předchozím šetření. Nabízí se možnost zaměřit se na oblasti, které dříve zůstaly okrajové, nebo použít pro analýzu dat pokročilé statistické techniky, jako je multidimenzionální škálování nebo faktorová analýza. Ne všechna data jsou však pro tyto postupy vhodná. Jak jsme naznačili v kapitole věnované operacionalizaci, v sociálních vědách získáváme různé typy dat v závislosti na tom, na jaké úrovni měření pracujeme. Pro

241 Viz <http://archiv.soc.cas.cz/>.

pokročilejší statisticko-analytické procedury je zpravidla nezbytné disponovat daty kardinálními. Jinou možností je vztáhnout data k jinému kontextu například propojením s jiným nebo více datovými soubory. Tímto postupem lze kupříkladu provádět komparace v delším časovém období nebo mezi různými částmi populace zkoumanými v odlišných šetřeních (ovšem za předpokladu použití stejných indikátorů). Technická omezení datového souboru nelze při přípravě sekundární analýzy přehlížet. Stejně tak je potřeba posoudit validitu dat vzhledem k předmětu a objektu zkoumání. Pokud například položené otázky v dotazníku pro sběr dat neodpovídají naší potřebě, je třeba hledat jiný datový soubor.²⁴²

To je hrubý nástin dvou postupů, které umožňují vynechat fázi sběru dat. Ve většině případů se však jedná o integrální součást výzkumného postupu. Ještě připomenu, že data nejsou skutečnosti ani jevy a nemůžeme je v realitě pozorovat přímo²⁴³. Údaje z vnějšího světa se daty stávají až na základě práce výzkumníka či sběrače dat, jenž je při práci v terénu musí rozpoznat. Proto je přesnější mluvit o **tvorbě dat** než o jejich sběru, který sugeruje dojem jejich preexistence. Data jsou údaje zaznamenané do podoby slovních výpovědí nebo pomocí číselných symbolů. Jsou vytvářena podle záměrů badatele a užití metody zkoumání.

6.1. Dotazování – standardizovaný rozhovor

„First, it is important to stress that there is no such thing as objective information in marketing. Such information is inherently ambiguous. Its production and interpretation are deeply value-laden and influenced by the gatherer’s intentions.“

(Berghof, Scraton, Spiekermann 2012: 10)

Dotazování je patrně nejfrekventovanější a nejvíce využívanou výzkumnou technikou, a to i v oblasti výzkumu médií a kultury. Mediální nebo komunikační studia se neomezují na zkoumání publikovaných nebo odvyšlaných sdělení. Jejich podstatnou součástí tvoří výzkum příjemců těchto sdělení, jejich tvůrců, šířitelů nebo vlastníků. Odborné, nebo chcete-li vědecké, „ptaní“ má ale svá pravidla. Jiná přitom platí pro

242 Podrobněji viz např. Vávra, Čížek (2011).

243 Viz kapitola 5.

dotazování kvantitativní a jiná pro kvalitativní postupy. Dotazování zahrnuje širokou škálu výzkumných technik sběru dat lišících se podle míry standardizace a strukturovanosti, respektive volnosti vedení rozhovoru (interview). Patří sem jak vysoce standardizovaná technika dotazníkového šetření, která stojí na jedné straně tohoto spektra, tak nestrukturované hloubkové rozhovory na jeho druhém konci. Postupně se zaměříme na různé podoby sběru dat formou dotazování, v této kapitole začneme těmi standardizovanými. Ještě dříve se ale krátce zamyslíme nad obecnějším teoretickým ukotvením dotazování.

Dotazování představuje metodu sběru dat, při němž nezískáváme data přímo, ale zprostředkovaně. Jestliže se chceme dozvědět něco o určitém jednání, je nevhodnější jej pozorovat. Někdy ale tuto možnost nemáme nebo nás více zajímá, jak jednající své jednání interpretují, jak mu rozumějí, co si o něm myslí, co je k němu vedlo, jaká jsou jejich přání nebo potřeby, jež mělo splnit. Takové údaje pozorováním nemůžeme získat, a proto volíme dotazování.

Z pohledu konstruktivistické teorie v rozhovoru nejde jen o to, že se jeden ptá a druhý dopovídá. Tato situace je zároveň sociální interakcí, ve které je znovu vytvářena a stvrzována sociální realita. Ve vzájemné interakci dotazovaného a odpovídajícího je vyjednávána její podoba skrze komunikované významy, jež jí připisují. A zde spočívá klíčové úskalí této výzkumné techniky. Nikdy nelze zaručit, že významové rámce, které jednotliví komunikující v interakci používají, se zcela překrývají a že proneseným výpovědím rozumějí zcela stejně.²⁴⁴ Největším úskalím dotazování je proto povaha jazyka a komunikace jako takové. V sociální komunikaci dochází k mnoha okamžikům překladu, k situacím, kdy dotazovaný může pochopit otázku jinak, než jak ji tazatel zamýšlel, nebo naopak jeho odpověď bude interpretována odlišně (např. s použitím jiného jazykového kódu nebo pod vlivem odlišných zkušeností či kontextu komunikačního procesu). Riziko se umocňuje jednostranností standardizovaného dotazování, ve kterém do značné míry chybí zpětná vazba a respondent nemá větší možnost své odpovědi dovysvětlit. Myšlenky, pocity či názory respondentů, ale i výzkumníků nemusejí být vždy snadno a jednoznačně vyjádřitelné slovy. Okamžiků, kdy může docházet k jejich významovým posunům při překladu do nebo ze znakového kódu jazyka, je v dotazníkovém šetření hned několik:

244 Dotazníkové šetření je založeno nejen na předpokladu shody mezi odpovědí respondenta a skutečností, ale i na předpokladu korespondence mezi světem výzkumníka a žitým světem dotázaných (Alan 1994).

při přípravě výzkumného nástroje výzkumníkem, při jeho interpretaci respondentem, při snaze o zachycení jeho odpovědí tazatelem, při jejich převodu na tvrdá data (kódování) nebo při analytické práci výzkumníka a jejich interpretaci. Přitom platí, že čím více překladů, tím větší riziko nárůstu šumu a významových posunů, zvláště když příjemce nesdílí stejnou sadu významových kódů a konotací.²⁴⁵ Pokud vás napadá, že to platí u většiny typů dat, s nimiž můžeme ve výzkumu pracovat, máte pravdu. Protože se jedná o obecný rys lidské komunikace, tak i při výzkumu spoléháme na to, že si jeho účastníci více či méně rozumí, neboť komunikují v rámci stejného diskurzivního univerza. Tomuto obecnému rysu používání jazykových kódů se nebudu podrobněji věnovat, bylo ale nezbytné jej připomenout a je klíčové jej neopomenout ani při práci s daty, neboť ovlivňuje jejich validitu.²⁴⁶

Survey (dotazníkové šetření)

Základní standardizovanou variantu dotazování reprezentuje **survey**.²⁴⁷ Survey patří k nejdůležitějším nástrojům aplikovaného sociálněvědního výzkumu. Jedná se o standardizovanou formu sběru hromadných dat označovanou také jako statistické šetření. Rozlišujeme různé typy surveyů a řadíme mezi ně i **ankety**, o jejichž vyplnění vás mohou požádat při ukončení pobytu v hotelu nebo na dovolené, v supermarketu či v nemocničním zařízení. Zpravidla jde o krátké dotazníčky ve formě letáčku s několika otázkami, jejichž cílem je zachytit názory či míru spokojenosti hostů, nakupujících či pacientů. Jejich distribuci, sběr i vyhodnocení si většinou zajišťují tato zařízení samostatně, a to na nejjednodušší úrovni základní frekvenční analýzy odpovědí.

V českém kontextu je survey nejčastěji spojován s **dotazníkovým šetřením**, tedy dotazováním prostřednictvím standardizovaného výzkumného/měřicího nástroje, zkráceně dotazníku. V případě, že arch s otázkami vyplňuje respondent sám, mluvíme o dotazníkovém šetření, pokud zde figuruje postava tazatele, jež strukturované dotazování podle výzkumného nástroje vede a zaznamenává, používá se označení metoda

245 V určitých případech, např. když komunikující nebudou sdílet stejnou sociální zkušenost nebo sociokulturní rámec, budou z výrazně odlišných sociálních vrstev či skupin, může riziko nepochopení narůst na důležitosti.

246 Podrobněji viz např. Hall (1997).

247 Podrobněji viz např. Groves, Fowler, Couper, Lepkowski, Singer (2009), SuperSurvey (2009), de Vaus (2002).

řízeného dotazování nebo standardizovaný rozhovor. Dotazníkové šetření je technika poskytující vysoce standardizovaná data. Právě vysoká míra standardizace, kdy se snažíme vytvořit pro všechny dotazované stejné podmínky, má zajistit srovnatelnost získaných dat a zároveň přispívá k jejich vyšší reliabilitě. V dotazníku jsou zjišťovány verbálně vyjádřené názory, postoje a pocity, které jsou nám vědomě poskytovány vybranými respondenty. Dotazník tedy nezkoumá realitu jako takovou, ale jak lidé sociální realitu vidí, jak o ní uvažují, jaký k ní zaujímají postoj, jak se stylizují a co si myslí o svém jednání. Odpůrci dotazníkových šetření by zde jistě podotkli, že chceme-li zjistit něco o lidském jednání, je lepší je pozorovat než zjišťovat jeho deklarovanou podobu. Dotazníkové šetření zachycuje lidské názory, mínění, postoje, domněnky, víry, znalosti, vzpomínky, popřípadě projekce budoucího jednání.

Obecnou výhodou dotazníkového šetření je schopnost poskytovat data z velkých souborů, jež mohou být i značně plošně rozsáhlé, a zároveň relativně jednoduchá administrace, kterou nemusí zajišťovat vysoce školení tazatelé, protože velká míra standardizace kladených otázek nevyžaduje zvláštní vysvětlení (navíc lze využít i poštovní distribuce dotazníkových archů nebo sběr dat realizovat pomocí pošty elektronické – viz níže). Jeho nevýhody naznačuje základní východisko dotazníkových šetření, které předpokládá, že respondenti odpovídají standardizovaně na standardizované otázky, jimž rozumějí všichni stejně, a navíc tak, jak to zamýšlel výzkumník. Další nevýhodou může být i velká redukce získávaných údajů, ke které dochází při jejich standardizaci a převodu do statisticky zpracovatelných dat. To může být zásadním úskalím, pokud chceme zkoumat nestandardní populaci, a v takových případech většinou není vhodné dotazníkové šetření použít. To ovšem platí obecně, pro jakékoli zkoumané téma je vždy nezbytné zvážit, zda je pro něj technika standardizovaného dotazování vhodná či nikoli. Zpravidla se jako nevhodná uvádějí témata osobního rázu, ale je to velmi relativní doporučení, neboť v České republice bylo metodou řízeného dotazování opakovaně zjišťováno například sexuální chování populace nebo zkušenost s domácím násilím.²⁴⁸ K tématům, která lze do standardizovaných

248 Viz např. Weiss, Zvěřina (2001). Podrobně s výzkumy sexuality začal za využití techniky standardizovaných rozhovorů v polovině 20. století americký sexuolog Alfred Kinsey. Jeho práci, počátky výzkumu i nové výzkumné postupy, které v roce 1948 a 1953 přinesly pro Američany šokující údaje, rekonstruuje biografický film z roku 2004. Podobně mezinárodní srovnávací studie *International Violence Against Women Survey* zkoumá akty fyzického a sexuálního násilí na ženách v partnerských vztazích formou surveye (Pikálková 2004).

otázek a odpovědí dotazníku převést obtížně, patří osobní zkušenost s kriminalitou, domácím násilím, užíváním návykových látek nebo například návštěvností webových stránek s určitým obsahem apod. Vždy záleží na míře adresnosti otázek, na tom, jak podrobné údaje od respondentů požadujeme, a nakolik se nám podaří je přesvědčit o anonymitě a důvěryhodnosti šetření.

Typy dotazníkového šetření a jejich specifika

Rozlišujeme různé varianty dotazníkového šetření, které se liší především v tom, kdo daný dotazník vyplňuje, zda respondent nebo tazatel. Standardně se využívají čtyři módy dotazování, z nichž každý má svá specifika, výhody i slabiny:

1. poštovní dotazování (*mail survey*);
2. dotazování prostřednictvím tazatele / standardizovaný osobní rozhovor (*personal interview survey*);
3. telefonické dotazování (*telephone survey*);
4. internetové dotazování (*web survey*).

Ad 1. Poštovní dotazování patřilo donedávna k často využívaným technikám sběru dat. Respondentovi, zpravidla vybranému náhodným výběrem, je zaslán dotazníkový arch poštou na adresu jeho trvalého bydliště a on jej vyplňuje sám na základě uvedených pokynů. Teoreticky to může udělat kdokoli žijící na dané adrese a také to nemusí udělat vůbec. Právě to je zásadním rizikem poštovního dotazování, které je proto (v oblasti výzkumu veřejného mínění) využíváno stále méně.²⁴⁹ Klíčovým předpokladem realizace poštovního dotazování je především dostupná aktuální opora výběru obsahující přesné a správné adresy celého základního souboru. Potřebujeme jistotu, že do vzorku vybraná osoba je opravdu dosažitelná na adrese, na niž jí dotazník zasíláme.²⁵⁰ Pomocí poštovního dotazování poměrně snadno získáme i data z odlehklých oblastí a také eliminujeme chyby vzniklé na základě zprostředkování otázek

249 V současné době většina agentur zkoumajících veřejné mínění tuto metodu nepoužívá a dotazuje prostřednictvím tazatele nebo telefonicky.

250 To v posledních letech stále více komplikuje i zvyšující se mobilita české populace, což vede k tomu, že opory výběru rychle zastarávají. Na začátku roku 2011 jste mohli zaznamenat při roznášení sčítacích archů pro celorepublikové sčítání lidí, domů a bytů, že sčítací komisaři na zadaných adresách nemohli předat asi 2,5 milionu sčítacích archů (počítáno včetně archů týkajících se bydlení), protože dům nebo byt byl neobydlený, adresáta nezastihli, zemřel, odstěhoval se, případně se odmítl sečíst (*České noviny* 2011).

pomocí tazatele (podrobněji níže). Poštovní dotazování je relativně levné (cena poštovních známek je vzhledem k výši odměn tazatelů a proplácní cestovného zanedbatelná) a lze tímto způsobem rychle oslovit velký vzorek, a to i prostorově široce rozmístěných respondentů, ale zároveň je výrazně ovlivněno **rizikem samovýběru**.²⁵¹ Rozhodnutí respondentů ne/podílet se na šetření tak výrazně ovlivňuje možnost zobecnění výsledků šetření a narušuje i reprezentativitu náhodně vybraného vzorku. Návratnost poštovního dotazování je obecně poměrně nízká a kolísá v závislosti na tématu výzkumu, zkoumané populaci, ročním období a dalších ne zcela předvídatelných faktorech. V nejhorších případech se pohybuje jen kolem třetiny rozeslaných dotazníků. Odborně mluvíme o **míře návratnosti** (*response rate*, RR). Jde o podíl osob, které dotazník zaslaly zpět, vzhledem k počtu rozeslaných dotazníků, a udává se v procentech. Vyhovující míra návratnosti se pohybuje kolem 85 %, ale její naplnění je poměrně obtížné.²⁵² Návratnost nižší než 70 % už bývá považována za problematickou a narušující reprezentativitu šetření. U výzkumů realizovaných v České republice na pravděpodobnostních výběrech se míra návratnosti pohybuje mezi 40–60 %, uvádí Soukup a Rabušic (2007). Opakem míry návratnosti je ukazatel míry výpadku návratnosti (*non-response rate*), tedy podíl těch jednotek, které byly do vzorku vybrány, ale na šetření neparticipovaly.

$$\text{Response rate} = \frac{\text{počet odpovědí (vrácených vyplněných dotazníků)}}{\text{počet rozeslaných dotazníků}}$$

$$\text{Non-response rate} = 1 - \text{RR}$$

Při poštovním dotazování můžeme využít drobné pobídky, které mají pomoci návratnost zvýšit, a usilujeme o maximální pohodlí respondenta, tak aby mu kromě vyplnění dotazníku s účastí na výzkumu nevznikaly žádné další obtíže nebo náklady. Ke zvýšení návratnosti šetření přispívají i drobné formální náležitosti, jako je průvodní dopis na hlavičkovém papíře s důležitými údaji o samotném šetření a organizaci, jež je realizuje. Dále je respondentům vysvětleno, jak byli do vzorku vybráni, a přesto, že jim dotazník přišel na jejich adresu, že se jedná o anonymní

251 Podrobněji v kapitole 4.

252 Paradoxně je podezřelá i vysoká návratnost, zvláště když se vrátí více dotazníků, než bylo rozesláno. Podrobněji viz pohádka 16 od Dismana (1995).

šetření, neboť na obálkách ani na samotných dotaznících nejsou žádné identifikační kódy, podle nichž by bylo možné zpětně identifikovat, kdo jej odeslal. Pozitivně v tomto směru působí i příznivé obecné povědomí o firmě, která sběr dat realizuje, nebo o zadavateli výzkumu. Především respondentovi nezasíláme pouze arch s otázkami, ale i ofrankovanou zpáteční obálku, v níž vyplněný dotazníkový arch odešle zpět. Přibližně s odstupem čtrnácti dnů rozešleme na všechny adresy (protože pokud je šetření opravdu anonymní, což bývá, nemáme možnost identifikovat odesílatele již vrácených dotazníků) dotazníkové archy znovu. Příkládáme průvodní dopis, v němž znovu žádáme o zodpovězení otázek a naznačujeme, že příčina, proč dotyčný ještě neodpověděl, spočívá v tom, že dotazník v prvním kole neobdržel nebo na něj zapomněl, a proto mu jej chceme připomenout. Těm, kteří již archy odeslali, zde poděkujeme a připojíme, ať tuto výzvu považují za bezpředmětnou. Opět příkládáme i zpáteční ofrankovanou obálku. Tento postup můžeme zopakovat i do třetice, tentokrát ale rozesíláme pouze dopis, v němž respondenty znovu žádáme o odeslání vyplněných dotazovacích archů. Doporučuje se přitom, aby každá rozeslaná vlna dopisů s dotazníky měla svůj osobitý styl a drobně se odlišovala vzhledem i použitými formulacemi. Samozřejmostí by mělo být následné rozeslání děkovného dopisu/pohlednice, některé agentury ale respondentům posílají třeba i novoroční přání. Přibližně měsíc po rozeslání první vlny dotazníků je sběr dat ukončen a dále pracujeme s dotazníky, které se do té doby vrátily.

Můžeme předpokládat, že větší ochota odpovídat bude na otázky o obecně zajímavých a aktuálních tématech nebo ohledně problémů, jež se dotyčného osobně dotýkají a má s nimi zkušenost. To však lze obtížně předvídat. Vhodnou podpůrnou strategií může být apel na poskytnutí pomoci, kterou nám vyplněním a odesláním dotazníku respondent prokáže, nebo na propojení tématu dotazování s osobními preferencemi či potřebami dotyčného. Zde je na místě zvážit vhodné oslovení dotazovaného v průvodním dopise, tak aby nepůsobilo ani příliš univerzálně, ani nepatřičně familiérně a zároveň aby nenarušovalo jeho pocit anonymity. Určitými „plusovými body“ ke zvýšení ochoty respondentů participovat na šetření může přispět i design samotného výzkumného nástroje. Především jeho přehlednost, čitelnost, dostatek místa na vypsání odpovědí na otevřené otázky, přijatelná délka a vhodně zvolená grafika. Další možností, jak respondenty motivovat k odeslání odpovědí, je například soutěž, kdy s vyplněným dotazníkem pošlou i část slosovateľného kuponu a mohou vyhrát v tombole o ceny. To ale předpokládá, že máme sponzora, který odměny uhradí. Vhodnější je

přiložit malou pozornost (slevový kupon, stravenku, vstupenku do kina, v USA často používají jednodolarovou bankovku apod.) již k samotnému dotazníku,²⁵³ než ji slibovat jako odměnu za odeslání dotazníku, neboť to předpokládá porušení anonymity odesílatele. V některých případech můžeme respondenty motivovat i nabídkou zaslání výsledků výzkumu, ale ne vždy je to možné, zvláště u komerčních šetření to bývá problematické, neboť sebraná data i jejich analýzy jsou majetkem zadavatele projektu. Přes dodržení všech navrhovaných postupů návratnost poštovního dotazování není nijak závratná. Zkušenost ukazuje, že v populaci existuje určitá část, kterou neumíme blíže charakterizovat, jež na podobné výzvy neodpovídá. Možná vás napadlo, že když potřebujeme vzorek o velikosti přibližně 1 000 respondentů a víme, že z oslovených odpoví přibližně třetina, vybereme větší vzorek, rozešleme 3 000 dotazníků, a to by bylo, aby se tisícovka nevrátila. Bohužel, není to tak jednoduché. Podívejme se na jednoduchý příklad, který osvětlí problém s tím spojený.

Příklad vlivu nízké návratnosti na výsledky šetření

Náhodným výběrem byl z populace České republiky starší 18 let vybrán vzorek 1 500 respondentů, kterým byl rozeslán dotazník poštou. Po měsíci se vrátilo 1 000 vyplněných dotazníků, což odpovídá response rate téměř 67 %. To je těsně pod hodnotou, kterou zpravidla garantují komerční výzkumné agentury při šetření pomocí tazatele. Jaká jsou rizika zkreslení u takto získaných dat? Tématem šetření bylo zjištění názoru na privatizaci České televize. Na otázku: *Myslíte si, že by ČT měla být privatizována, nebo by spíše privatizována být neměla?* dotazníky přinesly následující odpovědi:

- ti, kteří odpověděli: N = 1 000
- 22 % rozhodně privatizovat (220)
- 46 % spíše privatizovat (460)
- 18 % spíše neprivatizovat (180)
- 9 % rozhodně neprivatizovat (90)
- 5 % nevím (50)

Výsledek vypadá skoro jednoznačně. Více než dvě třetiny (68 %) dotázaných by Českou televizi zprivatizovalo, pouze o něco více než čtvrtina (27 %) je proti tomu a razantně s privatizací nesouhlasí jen necelá desetina odpovídajících. Navíc těch proti privatizaci je necelá polovina vzhledem k počtu těch, kteří by s ní souhlasili. Situace ale není tak jednoduchá. Nelze

253 Samozřejmě můžete namítnout, že v případě plošného rozeslání odměny ji získají i ti, kteří dotazník rovnou hodí do (tříděného) odpadu.

zapomínat na ty, kteří neodpověděli, a my jejich názor neznáme. Nemůžeme je jednoduše připočítat k žádné variantě, ani mezi ty, co odpověděli „nevím“. Pokud bychom to přece jen cvičně udělali, podívejme se, jak se změní výsledky:

všichni vybraní do vzorku: N = 1500

15 % rozhodně privatizovat (220)

30 % spíše privatizovat (460)

12 % spíše neprivatizovat (180)

6 % rozhodně neprivatizovat (90)

37 % nevím (550)

Nyní již příklon k privatizaci České televize není tak jednoznačný, i když jej stále zastává téměř polovina (45 %) vzorku a stále se jedná o nejvíce zastoupený názor. Je pravděpodobné, že i ti, kteří neodpověděli, mají na situaci vlastní názor. A co když je jejich názor spíše protikladný tomu, jenž jsme zatím zjistili? Podívejme se na jinou hypotetickou situaci. Pro zjednodušení budeme pracovat pouze se třemi variantami odpovědi: privatizovat/neprivatizovat/nevím:

ti, kteří odpověděli: N = 1 000

68 % privatizovat (680)

27 % neprivatizovat (270)

5 % nevím (50)

ti, kteří neodpověděli: N = 500

6 % privatizovat (30)

89 % neprivatizovat (445)

3 % nevím (15)

všichni vybraní do vzorku: N = 1 500

47 % privatizovat (710)

48 % neprivatizovat (715)

4 % nevím (65)

V případě takového rozložení názorů v celém vybraném vzorku je zřejmé, že neexistuje jednoznačný názor na privatizaci České televize a že tato možnost má v populaci skoro stejně velkou skupinu svých zastánců i odpůrců. Ačkoli šlo o záměrně vymyšlený ilustrativní případ, mělo by být zřejmé, jak samovýběr respondentů ovlivňuje výsledky studie.²⁵⁴ Samozřejmě situace může být i opačná a názory těch, kteří neodpověděli, kopírují názory odpovídajících

254 Situace může být ještě složitější. Různé výzkumy se zabývaly posuzováním přesnosti výzkumů s různou návratností a na základě jejich závěrů se nedá jednoznačně říci, že výsledky sběru dat s návratností 70 % jsou přesnější než výsledky s response rate 50 % nebo 15 %. Výzkumné agentury proto rozlišují více případů neodpovědi respondenta. Týká se to především telefonického a osobního dotazování prostřednictvím tazatele, kdy máme možnost zaznamenat přesnější důvod, proč respondent odmítl na výzkumu participovat. Vrátime se k tomu níže. Podrobnější údaje najdete např. na stránkách *The American Association for Public Opinion Research*. <http://www.aapor.org/Content/aapor/Resources/PollampSurveyFAQ1/DoResponseRatesMatter/ResponseRatesAnOverview/default.htm>

a posilují zjištění získaná z části vzorku. Ale to výzkumník neví a v poštovním dotazování nemá žádnou možnost to zjistit. Proto je vždy potřeba návratnost zohledňovat. Korektní výzkumník nikdy nepředstírá, že jeho výsledky jsou obecně platné, když si je vědom omezení způsobených samovýběrem a nízkou návratností. Vhodný způsob prezentace takových zjištění by mohl být například: „Míra návratnosti byla pouze 67 %, proto je třeba být při posuzování těchto výsledků obezřetný. Zjištění by měla být vztahována pouze na ty, kteří odpověděli, ne na celý vzorek nebo cílovou populaci.“

Aby to nebylo jednoduché, u poštovního dotazování se vystavujeme i dalšímu riziku, a sice že dotazník vyplnila jiná osoba, než jej (podle náhodného výběru) vyplnit měla.²⁵⁵ To je obzvláště pravděpodobné v případech, kdy se otec, syn i dědeček žijící v jedné domácnosti jmenují stejně, což je v českých rodinách poměrně obvyklé. Stejně tak se může stát, že některý respondent vyplní a zašle dotazník dvakrát, protože jsme mu jej také my dvakrát zaslali (v první a ve druhé vlně).

Ad 2. Další možností realizace surveye je **dotazování prostřednictvím tazatele**. Tomuto způsobu se také říká osobní dotazování nebo standardizovaný osobní rozhovor, případně dotazování face to face. Ačkoli se jedná o rozhovor, probíhá velice strukturovaně, neboť je veden přesně podle předem připraveného výzkumného nástroje. Vyplněný dotazníkový arch je zde vlastně písemným standardizovaným a kategorizovaným záznamem rozhovoru. Většina výzkumných agentur má pro tyto účely tým školených tazatelů, **tazatelskou síť**, kteří v takovém případě sběr dat provádějí. Velikost tazatelské sítě jedné agentury často přesahuje sto tazatelů²⁵⁶ a jejich rozmístění po různých místech republiky výrazně snižuje náklady na sběr dat, protože za svými respondenty nemusejí jezdit příliš daleko, ale zpravidla žijí v okruhu do 30 km, což zároveň snižuje i čas potřebný pro sběr dat. Právě proto je administrace pomocí tazatelů využívána nejčastěji, navíc kvůli velké dosažitelnosti respondentů i u spokojivé návratnosti je

255 Právě toto zkreslení se nevyhnulo na dnešní poměry gigantickému výzkumu vídeňského rozhlasu *Austrian Radio Audience' Research* – studie RAVAG v listopadu 1931. Toto dotazníkové šetření přineslo informace od 110 000 posluchačů z celého Rakouska. Dotazníky vyplnilo 38 000 rodnin ze 400 000 posluchačů, ale jen 24 500 žen. Problém byl v tom, že řadu dotazníkových archů zřejmě za všechny členy domácnosti vyplňoval pouze jeden člen rodiny, nejčastěji otec, a navíc za všechny stejně. Podrobněji viz např. Jeřábek (1997).

256 Tazatelé zpravidla s agenturou spolupracují na základě dohody o provedení práce a jimi realizovaný sběr dat je honorován v závislosti na délce dotazníku a podle způsobu výběru vzorku, zda je realizován kvótní výběr, nebo náhodný.

považována za nejvýhodnější.²⁵⁷ Často je navíc realizována v kombinaci s kvótním výběrem, což dále snižuje náklady, ale naopak přináší zase jiná rizika, která jsme uvedli v kapitole o výběru vzorku.

V případě použití náhodného výběru agentury pro výzkum veřejného mínění u dotazování prostřednictvím tazatelů zpravidla garantují alespoň 70 % response rate a tři pokusy tazatele zastihnout do vzorku vybraného jedince na dané adrese. Zpravidla jsou však smluvně vázány pouze dodat zadavateli data od vzorku domluvené velikosti (např. 500, 1 000, 1 700 respondentů).²⁵⁸ Vzorek o velikosti přibližně tisíc respondentů jsou agentury s většími tazatelskými sítěmi schopny sebrat asi za tři týdny. Každý tazatel přitom pro jeden výzkum sbírá data pouze od čtyř, maximálně deseti respondentů a má na to předem stanovený čas, přibližně týden až deset dnů. Ještě nedávno dobu potřebnou pro sběr dat prodlužovala nutnost zaslat tazateli poštou dotazníkové archy a jejich zpětné zaslání agentuře nazpátek a potom čas nezbytný pro převedení dat do elektronické podoby. S rozvojem nových informačně komunikačních technologií dnes řada agentur používá notebooky, do nichž tazatelé zaznamenávají údaje přímo při rozhovoru (nemají tedy již klasické papírové archy) a program je sám automaticky převádí do dat a ukládá do datové matice, která je pak odeslána do počítače agentury. To celý sběr dat výrazně zrychluje. Pro tento typ šetření se používá zkratka CAPI – *Computer Assisted Personal Interviewing*.

257 Nepříznivý vývoj návratnosti je v současnosti považován za jeden z nejzávažnějších problémů kvantitativního sociálního výzkumu (Krejčí 2006). Uvádí se hlavně dva důvody tohoto stavu: zvyšující se počet dotazníkových šetření – populace je tzv. přezkoumaná (*over-surveyed*) – a respondenty je díky současnému životnímu stylu stále obtížnější zastihnout (Krejčí 2007).

258 V případě užití náhodného výběru vzorku agentury počítají s response rate okolo 70 %, a proto již při výběru výzkumných jednotek z opory výběru navyšují velikost vzorku přibližně o 30 %. Jestliže klientovi prodali/slíbili údaje od 1 000 respondentů, pak jejich výchozí seznam kontaktovaných jednotek čítá asi 1 300 – 1 400 jedinců/adres. To je reálná velikost výběrového souboru. Na tyto adresy bývá nejprve agenturou rozeslán tzv. avizní lístek, který informuje o připravovaném šetření a avizuje návštěvu tazatele v následujícím týdnu. Zároveň je využíván jako metoda kontroly práce tazatelů, kteří by měli avizní lístky vybrat při realizaci rozhovoru jako důkaz, že data sebrali na určeném místě. V případě, že se tazatelům ve stanoveném období nedaří i přes opakované pokusy z vygenerovaného seznamu dotazovat potřebný počet respondentů, agentura výběrový soubor navýší, to znamená, že náhodným výběrem vygeneruje dalších např. 100 adres, na kterých se tazatelé pokusí uskutečnit rozhovor a jimi stávající vzorek doplnit na potřebnou velikost. Takovým dovýběrem se response rate dále snižuje, neboť se zvětšuje výběrový soubor. Na hypotetickém příkladu výše jsem naznačila, jaké riziko takový postup skrývá. Proto je pro potřeby akademického výzkumu zpravidla nedostatečný (ačkoli sběr dat pomocí agentur na výzkum veřejného mínění je poměrně obvyklý). Proto se při zadávání zakázky s agenturou sbírající data přesně specifikuje požadovaný response rate i počet pokusů o kontaktování (vybrané) osoby na vybrané adrese (vyžadovány bývají alespoň čtyři pokusy), než je možné danou jednotku z výběru vyřadit a nahradit jinou.

U dotazníkového šetření pomocí tazatelů bývá používán složitější vzorec výpočtu response rate než u poštovního dotazování. Agentury odlišují různé důvody, proč nebyla vybraná jednotka výběrového souboru dotazována. Mohou zde být i objektivní příčiny. Například údaje v opoře výběru jsou již zastaralé a na dané adrese (za předpokladu, že v adrese není chyba) již není byt, ale nebytové prostory²⁵⁹ nebo jde o re-kreační objekt nebo zde nikdo nebydlí, případně tu nebydlí osoba, kterou jsme měli oslovit, nebo již zemřela. Specifickými případy jsou ty, kdy zde dotyční bydlí, ale jsou v době sběru dat na dovolené nebo třeba dlouhodobě v nemocnici či v lázních, na služební cestě či na návštěvě u příbuzných apod. I tyto případy tvoří při výpočtu response rate samostatnou položku a mají jinou váhu než odmítnutí. Je rozdíl v tom, když se vám opakovaně na daném místě nepodaří nikoho zastihnout, a v případě, kdy vám dotyčná osoba otevře, ale odmítne realizovat rozhovor.²⁶⁰ Může nastat i situace, kdy potřebnou osobu zastihnete, ale ona z nějakých důvodů (nejčastěji zdravotních, popřípadě jazykových) není schopna odpovídat. Zpravidla se při hodnocení návratnosti rozlišují tři skupiny: (a) nekontaktování, (b) odmítnutí a (c) jiné důvody neuskutečnění (včetně nedokončených a neúplných rozhovorů). Výsledný response rate se liší i v závislosti na tom, jak jsou do výpočtu zahrnuty neúplné nebo nedokončené rozhovory a jak jsou posuzovány případy, kdy není jasné, zda vůbec bylo možné jednotky na dané adrese kontaktovat.²⁶¹

$$RR = \frac{\text{počet kompletně uskutečněných rozhovorů}}{I + P + R + NC + O}$$

I = kompletní rozhovory
(*complete interviews*)

P = částečně provedené
(*partial interviews*)

R = odmítnutí (*refusal*)

NC = nekontaktování (*non-contacts*)

O = zbývající platné jednotky výběru²⁶²
(*other eligible*)²⁶³

259 Podrobné typologie analyzující odmítnutí rozlišují i případ, kdy nelze najít vchod do domu nebo je za zamčenými vraty apod. Objektivní překážkou může být i počasí, které neumožní navštívit vybrané adresy na odlehlých místech nebo v horách. Americká asociace výzkumu veřejného mínění uvádí jako objektivní překážku nerealizace rozhovorů bezpečnostní rizika spojená se sběrem dat v případě, že vybraná adresa leží v oblastech s vysokou kriminalitou nebo např. evakuovaných.

260 Ve specifickém případě se může stát i to, že otevře jiný člen domácnosti, než s kterým má tazatel mluvit, a odmítne s vámi spolupracovat i za tuto osobu.

261 Podrobněji The American Association for Public Opinion Research (2009).

Je zřejmé, že sběr dat je značným úskalím při realizaci jakéhokoli šetření. A to jsme nehodnotili kvalitu práce tazatelů a nemluvíli o způsobech její kontroly. Realizátoři výzkumů, včetně komerčních agentur, se snaží prosazovat celostní pojetí kvality výzkumných šetření a zdůrazňují, že potenciálním úskalím při realizaci šetření je třeba předcházet tak, aby byla uspokojivá celková výsledná kvalita, a že zpětné vypočítávání výběrových i nevyběrových chyb a dalších nedostatků je bezpředmětné. V jistém smyslu je totiž souvislost míry návratnosti s těmito chybami jen nepřímá. Odchytky nevyplývají přímo z neuskutečnění některých rozhovorů, ale z předpokládané odlišnosti mezi respondenty, kteří do výzkumu zařazeni byli, a těmi, jež se zastihnout nepodařilo, nebo odmítli odpovídat. Obecně se předpokládá, že existuje určitá specifická skupina populace, která má vyšší sklon rozhovor odmítnout.²⁶⁴ V případě odmítnutí se doporučuje zjistit a zaznamenat alespoň základní sociodemografické charakteristiky dotyčného (pohlaví, věk, vzdělání, místo bydliště, ekonomickou aktivitu). To má sloužit k závěrečnému porovnání struktury dotázaných se skupinou těch, kteří dotazování odmítli. V případě, že je struktura obou skupin analogická, pak je určité oprávnění předpokládat, že by byly podobné i jejich názory na zkoumané otázky. V takovém případě nižší návratnost nemusí nutně znamenat větší výslednou chybu a snížení validity závěrů výzkumu.²⁶⁵ Pokud je tomu naopak a struktura obou podsouborů se liší, je velmi pravděpodobné, že se budou různit i jejich další charakteristiky, názory a postoje. Proto by závěry daného šetření neměly být vztahovány na ty, kteří nedopovídali, ani zobecňovány na výchozí cílovou populaci.

Samotný průběh sběru dat závisí především na práci tazatelů a kvalitě tazatelské sítě. Osoba tazatele je pro úspěšnou realizaci výzkumu zcela zásadní. Právě na něm záleží, zda se podaří dotyčného respondenta přimět

262 Jde o vybrané jednotky, které vůbec nebyly kontaktovány, protože požadovaná velikost vzorku byla dosažena dříve, než na ně přišla řada. Vzorek byl tedy na počátku vybrán zbytečně velký.

263 Z těchto údajů lze dále dopočítat i míru spolupráce (*cooperation rate*), která vyjadřuje ochotu veřejnosti na daném výzkumu spolupracovat. Jedná se o podíl uskutečněných rozhovorů vzhledem ke všem kontaktovaným. Dále míru odmítnutí (*refusal rate*) neboli podíl těch, kteří odmítli odpovídat nebo rozhovor nedokončili, vzhledem k celkovému počtu všech vybraných jednotek. A také míru kontaktování (*contact rate*), tedy počet těch, jež se podařilo kontaktovat, z celkového počtu všech vybraných jednotek. Proto žádáme tazatele, aby uváděli i základní údaje o nedostupných respondentech a v závěrečných zprávách uvádíme, proč s nimi rozhovor nebyl proveden.

264 Můžete se ale setkat i s tvrzením, že nezastížení respondenti celkové výsledky šetření výrazně neovlivní, protože také jejich skupina podléhá principu náhody, a je tedy rozmanitá i vzhledem k zastávaným názorům a postojům. Standardní názor sociologů je však opačný.

265 Disman (1995) ale upozorňuje, že ani značná shoda mezi oběma podsкупinami není zárukou shody jejich názorů na zkoumanou tematiku.

ke spolupráci na výzkumném šetření. Různé osoby mají různé důvody pro odmítnutí účasti a v zásadě je na tazateli, aby je „předem“ odhadl a dokázal vyvrátit či minimalizovat. Tazatelé proto prochází školeními, a to nejen k jednotlivým výzkumům a jejich specifickým, ale i obecně o metodách výzkumu veřejného mínění, včetně nácviku psychologických technik napomáhajících vedení rozhovoru. Zpravidla se tvrdí, že nejvhodnějšími tazateli jsou ženy středního věku se středoškolským vzděláním.

Dobrý tazatel má mít příjemné vystupování a působit seriózně, přitom musí být nestranný a zachovávat neutrální postoj. To znamená nedávat najevo vlastní názor na odpovědi, které dostává; a to nejen slovně, ale ani svojí gestikou a mimikou. Stejně tak nesmí respondentovi naznačovat, jak by měl odpovědět, nebo mu napovídat či prozradit, jak odpovídali jiní. Naopak musí dodržovat předem stanovené postupy dotazování, aby probíhalo standardizovaně a podmínky pro všechny respondenty byly stejné. Znamená to také předčítat otázky přesně podle výzkumného nástroje, a to včetně variant možných odpovědí, tak, jak byly předem formulovány. Zároveň by měl respondenta upozornit, že má možnost na některou z otázek neodpovědět, v případě, že je to pro něj z nějakého důvodu nepřijatelné či nepříjemné. Pokud taková situace nastane, uvést to do záznamového archu. Na konci rozhovoru musí poděkovat za čas, který mu respondent věnoval, zkontrolovat, zda jsou odpovědi u všech otázek a zda doplnil i údaje, na něž se neměl ptát, ale je potřeba je zaznamenat, například pohlaví respondenta nebo lokalitu dotazování. Celý průběh rozhovoru by měl být veden tak, aby respondent byl ochoten příště k případné spolupráci i s dalšími výzkumníky.

Samozřejmě i při dotazování pomocí tazatele jsou využívány různé pobídky a odměny pro respondenty (ale také jako motivace pro tazatele). Klíčovou roli hraje i načasování sběru dat a doba návštěvy s ohledem na životní styl potenciálních respondentů,²⁶⁶ ale také tematické zaměření výzkumu a to, nakolik bude pro respondenty zajímavé. K vyšší úspěšnosti mohou přispět průběžné analýzy úspěšnosti sběru dat²⁶⁷ a vyhodnocování návratnosti včetně možnosti předat adresy s neúplně striktním odmítnutím jiným tazatelům, kteří se pokusí osobu kontaktovat ještě jednou.

Je obvyklé, že lidé se v některých situacích snaží udělat lepšími, než ve skutečnosti jsou, jak dobře vysvětluje dramaturgická sociologie E. Goffmana (1999). Právě účast v jakémkoli šetření je situací, kdy k tomu mají příležitost. To je nebezpečí, jež postihuje většinu technik sběru dat.

266 V současné společnosti je navíc stále těžší respondenty vůbec zastihnout.

267 Dalším pomocným nástrojem je kombinace různých postupů sběru dat / modů dotazování, tzv. *mix-methods*.

Mluvíme o **efektu morčete**,²⁶⁸ situaci, kdy jedinci jsou si vědomi, že jsou zkoumáni, což samo o sobě vede ke zkreslením (a jako výzkumníci to nemůžeme ovlivnit). Před různými tazateli bude tento efekt pravděpodobně odlišný. Nejenže může odpovědi formulovat tak, jak si myslí, že jsou v dané společnosti či kultuře preferované a očekávané nebo normální, ale může záměrně odpovídat i tak, aby zapůsobil na konkrétní osobu tazatele. Toto zkreslení je označované jako **výběr role**. Respondent volí, jak bude odpovídat, také v závislosti na tom, jak na něj osoba tazatele působí a jak ji vnímá. Přesněji, zda cítí potřebu se zalíbit, popřípadě zavděčit. Například není vyloučené, že respondent poskytne jinou odpověď tazateli a jinou tazatelce. Jde tedy zároveň o **interviewer bias**.²⁶⁹

Ale ani samotní tazatelé se nevyhnou chybám. Nejčastěji se stane, že v dotazníkovém archu (popřípadě elektronické aplikaci) zadají jinou variantu odpovědi, než zvolil respondent. Toto riziko vzrůstá u otevřených otázek (viz níže), kdy má tazatel zaznamenat rozsáhlejší výpověď nebo ji kategorizovat. Šetření práce tazatelů ukazují, že se vzájemně liší v tom, jak vnímají, interpretují a zaznamenávají stejnou odpověď. Míru jejich shody lze testovat a vyjádřit jako míru tazatelské reliability.²⁷⁰ Obecně je lepší, když dotazník obsahuje otevřených otázek co nejméně. Je vhodné připravit výzkumný nástroj nejen vzhledem k respondentům, ale i s ohledem na tazatele a jejich zatížení. Další příčinou vzniku chyb je situace, kdy respondent neporozumí otázce a tazatel se mu ji snaží vysvětlit vlastními slovy. Ačkoli jsou tazatelé instruováni, aby v takovém případě respondentovi znovu otázku přečetli ve stejném znění, aby nedocházelo k narušení standardizace dotazování, v praxi to pro ně nemusí být příjemné. Jakékoli dovysvětlení otázky ale vede ke snížení validity i reliability dat/výzkumu.²⁷¹ Stačí si představit celou tazatelskou síť (např. 100 tazatelů), jak svým respondentům objasňuje znění jednotlivých otázek. Je zcela zřejmé, že to každý učiní trochu jinak; což znamená, že každý respondent odpovídá na jinou otázku. Proto základní poučka pro tazatele zní: „Nikdy při kladení otázek neimprovizuj, neměň pořadí slov ani nedoplňuj varianty odpovědi!“

Samostatnou kapitolou, kterou zde nechám stranou, je kontrola práce tazatelů. Výzkumné agentury k tomu používají například avizních lístků

268 I když vhodnější překlad by byl efekt laboratorní myši.

269 Snahu zapůsobil na tazatele, respektive o zkreslení výzkumu subjektem tazatele.

270 Podrobněji v kapitole 7.1.

271 Negativní vliv na kvalitu sebraných dat mohou mít i další vnější vlivy, např. nevhodné podmínky a okolnosti dotazování, nedostatečné instrukce tazatelům pro sběr dat nebo jejich nedodržení, následně chyby v kódování dat apod.

rozesílaných na dotazované adresy (viz výše). Falšování dat tazateli může mít různou formu, od naprosté fabulace všech údajů přes doplňování chybějících dat až po vynechávání těch údajů, které neodpovídají jeho (či výzkumníkovým) představám. Ačkoli není snadné falšování odhalit, pokud se tak stane, agentura by s dotyčným měla přestat spolupracovat.

Specifickým typem dotazování prostřednictvím tazatele jsou **omnibusová šetření**, která výzkumné agentury realizují pravidelně (např. každých čtrnáct dnů). Zvláštností omnibusu je to, že spojuje otázky z více naprosto odlišných tematických okruhů. Je to dáno tím, že do omnibusu jsou společně zařazeny otázky od různých zadavatelů. V řadě případů potřebuje klient zjistit odpovědi pouze na několik otázek a realizovat kvůli tomu samostatné výběrové šetření by bylo neúměrně nákladné. Proto jsou zadání od různých zadavatelů spojena a cena za sběr dat je rozložena mezi více plátců.

Ad 3. Třetím typem dotazování je **telefonické dotazování**. Také to má svá specifika. Především je ve srovnání s oběma předchozími poměrně levné a velmi rychlé. Šetření vzorku 500 respondentů může být touto technikou realizováno během jednoho týdne, ale i rychleji.²⁷² Na druhé straně vhodná délka telefonního dotazování je mnohem kratší než u ostatních typů, a proto se nehodí pro detailnější šetření nebo pro případy, kdy je nutné respondentovi ukázat nějaký pomocný materiál. Zásadní podmínkou použitelnosti telefonního dotazování je telefonizace populace; stav, kdy jednotky cílové populace vlastní telefonní přístroj a jsou takto dostupné. Určité skupiny populace ale telefon nevlastní. Navíc, pokud chceme realizovat reprezentativní šetření, potřebujeme oporu výběru – tedy seznam uživatelů jednotlivých telefonních čísel. Dříve se pro telefonické dotazování jako opora výběru používaly seznamy pevných linek. V současnosti se telefonické dotazování prostřednictvím pevných linek používá pouze v oblasti B2B (*business to business*), ve které zůstalo vysoké pokrytí těmito telefony zachováno. Většina českých domácností však v prvním desetiletí 21. století vyměnila pevnou linku za mobilní telefon. Charakter užívání mobilního telefonu skýtá potenciálně větší šanci respondenta zastihnout, ale na druhé straně i zastihnout jej v situaci, kdy pro něj dotazování není vhodné. Navíc používání mobilního telefonu není v české populaci rozloženo rovnoměrně. Podle údajů Českého statistického úřadu za rok 2011 jej vlastní téměř všichni (99 %) ve věku 16–54 let, ale ve vyšších věkových skupinách jejich podíl postupně klesá až na 58 % u osob starších 75 let; méně často jej také

272 Někteří hodnotitelé je považují za neefektivnější a nevhodnější kompromis vzhledem ke složitosti zkoumaného tématu, velikosti vzorku, doby sběru dat i vynaložených nákladů.

vlastní lidé se základním vzděláním (77 %) (ČSÚ 2011). Zásadní problém je v tom, že nejsou k dispozici seznamy majitelů jednotlivých telefonních čísel, především těch, která jsou vázána na předplacenou kartu; neexistuje opora výběru nebo je neúplná, a je tedy obtížné vybrat reprezentativní vzorek. V podstatě není možné sestavit ani seznam aktuálně fungujících telefonních čísel. Proto bychom u telefonického dotazování měli vždy uvést, k jakému základnímu souboru vztahujeme získaná zjištění.

Telefonické dotazování je dnes standardně realizováno pomocí softwaru CATI (*Computer Assisted Telephone Interviewing*) a RDD (*Random Digit Dialing*), aplikaci, která generuje kombinace telefonních čísel a zkouší je vytáčet. Pokud uspěje a číslo je aktivní, přichází ke slovu tazatel, jenž sedí u osobního počítače v telefonickém studiu. Na monitoru se mu postupně zobrazuje znění jednotlivých otázek a variant odpovědí, které čte respondentovi. Jím zjištěné zadané údaje (odpovědi) jsou automaticky ukládány do datové matice. Program zároveň průběžně kontroluje, zda nedochází k chybám, především k překlepům (když zadaný číselný kód není mezi odpověďmi dané otázky definován), nebo zadání údajů, která si logicky odporují (když např. respondent ve věku 21 let tvrdí, že má ukončené vysokoškolské vzdělání). V takovém případě program tazatele upozorní, aby chybu opravil, položil otázku ještě jednou a zjistil, kde došlo k nedorozumění nebo omylu.

Klíčová práce tazatele spočívá v navázání kontaktu s osobou, které se dovolal. Uvádí se, že psychologicky nejdůležitější je právě první kontakt. Jakmile dotyčný svolí, že bude na otázky odpovídat, pak již pro něj bývá těžší odmítnout a rozhovor ukončit. Pokud ale máte zkušenost s dotazováním prostřednictvím telefonu, pak víte, že přesáhne-li rozhovor únosnou délkou (což je velmi individuální) nebo koliduje-li příliš s vaším programem, nezbyvá nic jiného než se s tazatelem rozloučit. Proto ani v případě telefonického dotazování nelze garantovat vysokou návratnost,²⁷³ neboť důvodů odmítnutí rozhovoru zde může být ještě více než v předchozím případě. I při telefonickém dotazování jsou používány různé postupy zvyšování míry návratnosti, především opakovaný pokus o realizaci rozhovoru.²⁷⁴ Výzkumy naznačují, že ochotnější k účasti v telefonním dotazování jsou osoby, jež rády využívají moderní komunikační technologie, a ti, kteří obecně hodně telefonují a jsou zvyklí zvedat hovory přicházející

273 Navíc v případě využití náhodného generování čísla počítačem není zřejmé, zda vytočené číslo neexistuje, nebo jen aktuálně není dostupné, což komplikuje výpočet míry návratnosti.

274 Ten je mnohem úspěšnější při využívání čísel pevných linek než mobilních telefonů, neboť je zde větší šance, že sluchátko zvedne jiný člen domácnosti, který bude ochotnější rozhovor realizovat, než v případě osobního mobilního čísla.

z neznámého čísla. Naopak nárůst podílu odmítnutí zvyšuje stále větší počet realizovaných šetření a zkušenost s tím být dotazován, ale také vzrůstající počet komerčních hovorů a reklamních nabídek využívajících taktéž telefonní linky.

Telefonické dotazování má svá specifika i na rovině kladení otázek, jejich oboru hodnot i jednotlivých variant, ale i řazení otázek. Zpravidla rozhovor začíná otázkami na základní sociodemografické ukazatele. Protože tazatelé nevědí, komu se dovolali, potřebují nejprve zjistit, zda odpovídá cílové populaci výzkumu nebo stanoveným kvótám, které mají naplnit. Nejčastěji potřebují znát pohlaví, věk, místo bydliště apod. respondenta. Kromě toho, že pro telefonické dotazování nejsou vhodná některá témata (např. příliš osobní), nevhodné jsou i rozvětvené nebo složité otázky a obory hodnot s mnoha variantami odpovědí. Existují výzkumy, jež ukazují, že ty varianty, které jsou respondentovi nabízené naposledy, jsou voleny jako odpověď častěji než jiné (a to bez ohledu na obsah a pořadí, v jakém zazněly; odpovídající si je pamatuje nejvíce, když je slyšel jako poslední).

Ad 4. Poslední variantou je **dotazování prostřednictvím internetu**, nejčastěji s využitím e-mailu, na který je respondentovi zaslán dopis s odkazem na stránku s naprogramovaným dotazníkem. I v tomto případě jej respondent vyplňuje sám, bez zprostředkování tazatelem. Internetové dotazování umožňuje v dotazníku využít různé grafické prvky, obrázky i znělky nebo odkazy na další materiály uložené jinde na webu. Výhodou internetového dotazování je poměrně rychlý sběr dat. Standardně velké vzorky (> 500 respondentů) jsou naplněny během několika dnů i hodin. Na druhé straně u internetového dotazování musíme velmi dobře zhodnotit, zda je naše cílová skupina tímto způsobem dosažitelná, tedy zda patří k pravidelným uživatelům internetu.

Podle Českého statistického úřadu (2012) v roce 2011 vlastnilo počítač 65 % českých domácností a 62 % jich bylo připojeno k internetu; ve stejném období mělo internetové připojení 96 % firem. Profil uživatelů internetu však výrazně variuje vzhledem k pohlaví, věku, vzdělání i vykonávané profesi. Zatímco názory studentů by neměl být problém v internetovém dotazování postihnout, názory manuálně pracujících už tímto způsobem budeme zjišťovat obtížně. Právě dostupnost jen určitých respondentů představuje základní omezení tohoto modu dotazování.²⁷⁵

275 Výkonný ředitel českého sdružení výzkumných agentur SIMAR Stanislav Zajíček uvádí: „Internetem je vybavena cca polovina populace. Jsou to spíše lidé mladší, s vyšším stupněm vzdělání, z měst než z venkova, movitější, s vyšším profesním postavením. Určitě existují ještě další cha-

Většina agentur, které se komerčním výzkumem veřejného mínění a marketingu zabývají, má svůj **internetový panel**. Jedná se o skupinu u agentury zaregistrovaných potenciálních respondentů,²⁷⁶ kteří mohou být osloveni e-mailem v okamžiku, kdy firma realizuje nějaké šetření. Na základě tohoto e-mailového upozornění se pak sami rozhodnou, zda se na šetření chtějí podílet, popřípadě kdy dotazník vyplní. V případě internetového dotazování je tedy velmi problematické mluvit o možnosti realizace reprezentativních šetření založených na pravděpodobnostních výběrech. To je naprosto logické, protože pro tento účel neexistuje žádná použitelná opora výběru.²⁷⁷ Výzkumné agentury pro internetové dotazování zpravidla používají kvótní výběr. Tímto postupem ale řeší jen část problému. Takto získaný vzorek má sice z hlediska vybraných vlastností/ /kvót stejnou strukturu jako cílová populace, ale stále se jedná jen o její část; pouze o ty, kteří jsou uživateli internetu. Údaje ČSÚ (2012) ukazují, že přibližně třetina populace, a v některých skupinách (např. osoby starší 55 let, lidé se základním a středním vzděláním bez maturity atd.) je tento podíl ještě vyšší, internet nepoužívá. Tento podíl se bude v následujících letech zmenšovat, ale pravděpodobně nikdy nebude nulový. Je přitom vysoce pravděpodobné, že skupina neuživatelů vykazuje určitá specifika a logicky také odlišné názory.²⁷⁸ Internetovým dotazováním získaná data proto vždy vypovídají pouze o specifické části populace, ačkoli některé výzkumné agentury někdy uvádějí něco jiného.

Účast v internetových šetřeních bývá agenturami honorována. Některé svým panelistům přidělují body, které při dosažení určitého počtu mohou směnit na poukázky na slevu v internetových obchodech nebo v určitém kurzu na peníze, jiné je odměňují přímo v korunách. V zahraničí se vede diskuse, zda je placené dotazování korektní a zda nevzniká skupina

rakteristiky, které ‚internetovou populaci‘ odlišují od skutečné české populace. Ani ti, kteří mají přístup k internetu, však stále ‚nebrouzdají‘ po internetu a neodpovídají na otázky, objevující se na internetu.“ (SIMAR 2011)

276 Zaregistrovat se do takového panelu a několik šetření absolvovat poskytne představu o praxi komerčních výzkumů a zároveň i zkušenost respondenta, jenž má na otázky odpovídat. Vyzkoušíte si, jaké je to vyplňovat dotazník, který měl podle instrukce trvat osm minut a již jej vyplňujete přes čtvrt hodiny, seznámíte se s různými typy otázek, způsoby jejich kladení i s typizovanými variantami odpovědí. Zároveň si určitě všimnete případů, kdy vás naprogramování dotazníku nutí odpovědět na otázku, na kterou jste do té doby neměli názor nebo odpověď neznali, ale bez zadání odpovědi není možné pokračovat. To je standardní chyba, s níž se u takových šetření setkáváme, a získaná osobní zkušenost snad v budoucnu přispěje k větší citlivosti a přesnosti při sestavování vlastních výzkumných nástrojů.

277 Viz kapitola 4.

278 Na obecné rovině, pokud vím, tyto osoby zatím nikdo v České republice podrobněji nezkoumal.

opakovaně dotazovaných, kteří si tímto způsobem přivydělávají, snaží se být zařazeni do co nejvíce šetření a jejich odpovědi ztrácejí na kvalitě. Někteří proto doporučují odměňovat respondenty spíše věcnými drobnostmi než finančně. V posledních letech se zároveň rozšiřuje množství webových stránek, které zájemcům umožňují sestavit si z nabízených předpřipravených formátů otázek vlastní dotazníkové šetření a sebrat si data v takto realizovaném šetření svépomocí.²⁷⁹

Etika surveye:

anonymita dotazníkových šetření a zabezpečení osobních dat

Pro úspěšnou dlouhodobou realizaci výzkumných šetření všeho druhu je nezbytné přesvědčit potenciální respondenty, že odpovědi a osobní údaje, které v šetřeních uvedou, jsou dobře zabezpečeny a nemohou být zneužity. Jedná se o ochranu identity respondenta, a proto je většina šetření realizována jako anonymní. Respondenti se většinou zdráhají uvádět v průzkumech informace o svém bydlišti, kontaktech, zdravotním stavu či příjmu, protože se obávají, že by tyto údaje mohly být pře(pro)dány komerčním subjektům nebo jinak zneužity. Proto je potřeba respondenty ujistit, že seriózní výzkumné organizace zaručují důvěrnost práce s citlivými údaji. Pravidla nakládání s nimi specifikují i mezinárodní organizace sdružující výzkumné agentury. V České republice je nejznámějším a nejrozšířenějším sdružením ESOMAR (European Society for Opinion and Marketing Research),²⁸⁰ které se od svého založení v roce 1948 rozšířilo do celého světa a nyní má více než 4 800 členů, mezi nimiž jsou nejen marketingové agentury a komerční subjekty, ale i univerzity. K jeho zásadám se hlásí i české sdružení profesních organizací SIMAR a většina výzkumných agentur působících v České republice (např. Median, Factum invenio, GfK, Millward Brown, Media Research, TNS, Opinion Window a další).

Tato sdružení formulují kodexy práce v oblasti marketingového a sociálního výzkumu, specifikují podmínky realizace výzkumných šetření (práci tazatelů a její kontrolu, průběh dotazování, podmínky sběru dat a jejich kontrolu, náležitosti prezentace výsledků, dotazování dětí a mla-

279 Např. <http://www.surveymonkey.com> apod.

280 Dalšími podobnými asociacemi jsou např. Council of American Survey Research Organisations, American Marketing Association, Marketing Research Association, Canadian Marketing Association, Česká marketingová společnost.

distvých apod.)²⁸¹ a apelují přitom na čestné a etické postupy svých členů a jejich sociální zodpovědnost. Kodex ICC/ESOMAR *International Code of Market and Social Research* například uvádí, že:

- ▶ marketingový výzkum musí být objektivní a založený na vědeckých principech;
- ▶ účast ve výzkumu je dobrovolná a anonymní;
- ▶ jestliže nelze garantovat anonymitu šetření, musí být respondent informován, pro koho jsou data určena a že nebudou zneužita k nevýzkumným účelům;
- ▶ s účastí dětí ve výzkumu musí souhlasit jejich právní zástupce;
- ▶ respondent musí souhlasit s případným použitím nahrávacích zařízení (a na jeho žádost musí být záznam zničen);
- ▶ respondent má právo zjistit totožnost tazatele i výzkumníka.²⁸²

Výzkumné organizace potřebují určité množství citlivých údajů, především pro potřeby výběru vzorku pro reprezentativní šetření a stanovení cílových skupin, proto musí potenciální respondenty přesvědčit o své důvěryhodnosti. Garance anonymity šetření ale ani v jednom z typů surveye nemusí být pro zpovídané zcela přesvědčivá. Výzkumné organizace se zaručují, že používají řadu metod na ochranu osobních dat a deklarují to právě svým členstvím v mezinárodních profesních sdruženích. Nejčastěji se užívají následující postupy ochrany dat:

- ▶ všichni zaměstnanci (nejen tazatelé) jsou vyškolení a kvalifikovaní; v některých organizacích podepisují zvláštní poučení o ochraně soukromí respondentů a pravidlech nakládání s nimi;
- ▶ přístup k důvěrným informacím mají v rámci organizace jen vybrané osoby;
- ▶ citlivá/osobní data jsou při zpracování od dalších výsledků průzkumu oddělena a zaheslována nebo zakódována (v internetovém dotazování to probíhá automaticky již při zadání těchto údajů);
- ▶ data, která už nejsou potřeba, jsou zničena, smazána, dotazníky skartovány.

Důvěra respondentů v zabezpečené nakládání s poskytnutými údaji může variovat podle modu dotazování. Zatímco u osobního nebo telefonického dotazování si nemusí být anonymitou zcela jist, v případě internetového, kdy chybí interakce (tváří v tvář) s tazatelem, bývá dojem anonymity a zabezpečení údajů přesvědčivější. A naopak, někteří obřížněji svěřují důležité informace nehmotnému žadateli na webové síti.

281 Podrobněji viz např. SIMAR (nedatováno): <http://simar.cz/standards/kvalitativni-standards/>.

282 Podrobněji viz ESOMAR (2007).

Při poštovním dotazování zase narušuje pocit anonymity skutečnost, že dotazník přichází na jméno a adresu vybrané osoby. Všechny záznamové archy, jak ty zasílané poštou, tak ty vyplňované tazatelem, proto obsahují formulaci o anonymitě šetření a instrukci: nevyplňujte jméno ani bydliště respondenta. Tazatel to samozřejmě ví, ale informace je v podstatě sdělením pro respondenta, který mu při vyplňování nepochybně bude nahlížet přes rameno. Drobným přispěním ke zvýšení pocitu anonymity respondentů je minimalizace počtu zjišťovaných sociodemografických údajů a kategorizace těch nezbytných. Potenciálně identifikační údaje, jako jsou věk, adresa trvalého pobytu či výše hrubého příjmu, se neuvádějí přesně, ale jsou zařazovány do širšího intervalu (např. bydliště je zjišťováno jen na úrovni krajů). Proto je při počátečním rozhodování třeba zohlednit i vhodnou míru anonymity šetření a posoudit, kterou formu pro sběr dat zvolíme.

Dramaturgie dotazníku

Jakkoli jsem výše odlišila čtyři módy dotazování, platí pro ně společná pravidla, jak vytvářet výzkumný nástroj pro sběr dat. Na tomto postupu si ukážeme, jak úzce jsou v kvantitativním šetření provázány jednotlivé kroky empirického výzkumu. Počáteční krok sestavování dotazníku vede zpět k operacionalizovaným hypotézám, popřípadě k dílčím výzkumným otázkám, pokud s hypotézami nepracujeme. Pracovní hypotézy ukazují, jaká data budeme pro jejich testování potřebovat. Na podkladech z operacionalizace vytvoříme seznam proměnných, s nimiž budeme pracovat. Zpravidla pro každou proměnnou formulujeme v dotazníku vlastní otázku. V některých případech jsou odpovědi na jednu otázku při zpracování dat převedeny do více proměnných, zvláště když respondent může zvolit několik možností z nabízených variant odpovědí. Ale také naopak, někdy vytváříme v datové matici proměnné sloučením respondentových odpovědí na více otázek dohromady (viz níže).

Pro sestavování dotazníku platí ustavená pravidla a doporučení, která mají přispět k tomu, aby byl tzv. dobře komunikativní a pro respondenty co nejsnazší na vyplňování. Dotazník je nástrojem komunikace mezi výzkumníkem a zkoumanou osobou, kterou má motivovat k vyplnění. Musí tedy respektovat určitá pravidla, aby tuto komunikaci nenarušoval, ale naopak podporoval. K tomu přispívá především vhodně zvolená grafická úprava, přehledné uspořádání a délka dotazníku. Nelze jednoznačně určit, jaká je maximální délka dotazování, ta se navíc liší pro jednotlivé módy. Zatímco u telefonického by neměla přesáhnout 20 min. (někdy se uvádí

jen 10 min.), vyplnění poštou či e-mailem zaslaného dotazníku může respondentovi zabrat i dvojnásobek času (v těchto případech spoléháme na to, že respondent jej vyplňuje v pohodlí domova a v čase, který si sám zvolí) a některá dotazování vedená prostřednictvím tazatele jsou ještě delší. Zpravidla se ale výzkumníci snaží, aby nepřesahovala celou hodinu. Délku dotazování je nezbytné přizpůsobit zkoumané skupině. Zatímco u populace studentů je možné dotazník „natáhnout“, neboť jsou zvyklí číst a vyplňovat různá zadání, pro osoby pečující o malé děti, manažery či klienty celodenní sociální péče může být z různých důvodů příliš dlouhých i 20 min. Neúměrná délka snižuje zájem respondentů, jejich pozornost i ochotu odpovídat, a tak negativně ovlivňuje i návratnost. Za únosné se u respondentem vyplňovaného dotazníku považuje 60–80 otázek, které zvládne vyplnit za 30–45 min., ale i to je orientační, neboť záleží na jeho dovednosti i na složitosti otázek.

Dotazník má obsahovat jen otázky relevantní k výzkumu, nikoli takové, které nesouvisejí se zkoumaným tématem, i když by nás odpovědi na ně zajímaly. Jde o to, nezatěžovat respondenta více, než je nezbytně nutné. Zároveň kratší šetření mají u respondentů větší naději na úspěch a výzkumník na získání potřebných dat.²⁸³ Styl otázek dotazníku má být vytvořen na principu nejnižšího společného jmenovatele, to znamená tak, aby se v něm vyznal a pochopil, co od něj požadujeme, i pomyslný nejméně nadaný respondent (viz níže). Dbáme proto na srozumitelnost a jednoznačnost otázek i pokynů k vyplňování, zdvořilost formulací je samozřejmostí. Verbální instrukce jsou důležité hlavně u otázek, jejichž forma odpovědi se vymyká ostatním (např. respondent zpravidla volí jen jednu z nabízených variant, ale někdy může vybrat tři či neomezené množství), nebo po tzv. **filtračních otázkách**, kdy část respondentů na následující otázku neodpovídá a pokračuje až v další části dotazníku.²⁸⁴ Proto je v případech, kdy dotazník vyplňuje respondent sám, nezbytné podpořit jeho orientaci v dotazníkovém archu vhodnou grafickou úpravou. Manipulaci s dotazníkem usnadňuje jednostranný tisk a dostatek místa na vypsání volně formulované odpovědi v případě otevřených otázek. Vhodně zvolená grafika je důležitá i pro dotazování prostřednictvím tazatele, který z dotazníkového archu otázky čte. Je proto nezbytné

283 Navíc některé studie uvádějí, že klíčová zjištění z výzkumů veřejného mínění, především pak spotřebitelského chování, vyplývají dokonce pouze z jediné otázky (např. „Nakolik je pravděpodobné, že byste výrobek XY doporučil/a svým kolegům/kolegyním?“) (Reichheld 2003). Z toho je zřejmé, že je především důležité vědět, co potřebují zjistit, a umět se na to správně zeptat.

284 To lze velmi snadno zajistit při sběru dat pomocí dotazníků vyplňovaných online.

dobře odlišit znění otázek a další pokyny pro vyplňování dotazníku. Samozřejmostí je očíslování jednotlivých otázek i označení jednotlivých variant odpovědí. K těm navíc připisujeme i kód, pod nímž bude odpověď statisticky zpracovávána, což usnadní následnou digitalizaci dat. Respondent či tazatel mezi nimi volí zaškrtnutím nebo podtržením vybrané možnosti. Několikrát jsem uvedla, že silnou stránkou dotazníku je právě standardizace, proto by nás nemělo překvapit, že při formulaci otázek používáme formálně stejné obraty a pokud je to možné, i identické varianty odpovědí, které pro přehlednost řadíme pod sebe do sloupce.

Dotazník podléhá i formálním nárokům. Každý sběr dat začíná úvodním oslovením respondenta, které v případě osobního a telefonického dotazování zajišťuje tazatel; vhodné je obracet se na respondenty jako na spolupracovníky výzkumu. Důležité je i řazení otázek v dotazníku. Musíme dát pozor na to, zda se odpovědi na jednotlivé otázky nemohou ovlivňovat navzájem (např. když budeme zkoumat postoje respondentů k mediální reprezentaci menšin a v úvodu dotazníku použijeme Bogardusovu škálu sociální distance²⁸⁵ nebo otázku zjišťující míru xenofobie respondenta), proto je potřeba zvážit, které otázky mohou ovlivňovat uvažování respondenta o dalších odpovědích, a ty zařadit až do poslední třetiny. Naopak první otázka má navázat komunikaci, navodit důvěru, povzbudit k vyplňování, proto nemusí být pro výzkum zcela relevantní, ale může to být otázka, která by spíše zajímala respondenta, umožní mu vyjádřit jeho aktuální rozpoložení nebo třeba problém, jež ho trápí, apod. Pozor ale na celkovou cenu šetření, protože za sběr dat realizovaný agenturou se často platí právě podle počtu otázek. Je proto vhodné najít takovou otázku, která na jednu stranu respondenta povzbudí, ale výzkumník z ní zároveň vytěží i pro své šetření relevantní informaci.

Příklady úvodní otázky dotazníku:

- ▶ 1. *Jak se dnes cítíte?* :-)) :-) :-| :-(- :-((
- ▶ 1. *Kde jste strávil/a svou poslední dovolenou?*
- ▶ 1. *Uvedte deset věcí, které byste si s sebou vzal/a na pustý ostrov:*
- ▶ 1. *V případě, že bys vyhrál/a 5 000 korun, co bys s nimi udělal/a?*

(V případě použití podobných otázek může výzkumník mezi uvedenými položkami pátrat po věcech, jež ho z hlediska tématu výzkumu zajímají – např. zda je uvedeno nějaké médium.)

285 Viz kapitola 5.

Na počátku vyplňování dotazníkového archu jsou respondenti více motivováni odpovídat a ještě nejsou otázkami unaveni, proto na začátek standardního dotazníku nepatří otázky o osobních datech, které jsou velmi lehké na zodpovězení. Jsou však případy, kdy se právě s otázkami na vybrané sociodemografické ukazatele setkáme hned v úvodu. Je to především u šetření realizovaných pomocí kvótního výběru, kdy je potřeba nejprve zjistit, zda potenciální respondent patří mezi požadované zkoumané osoby a zda jeho vlastnosti vyhovují stanoveným kvótám. Nemá smysl zatěžovat respondenta všemi otázkami, abychom na závěr zjistili, že neodpovídá výzkumem vytyčené cílové populaci. Tyto **identifikační otázky** (na věk, pohlaví, místo bydliště apod.) jsou také častým úvodem telefonického a internetového dotazování, naopak u dotazníků rozesílaných poštou jsou řazeny až na konec. Jedná se o údaje potřebné pro výzkumníka, nikoli zajímavé pro respondenta, a proto se jimi zpravidla končí.

Do první třetiny dotazníku bývají řazeny jednodušší otázky, aby se respondent „rozcvičil“. Mají to být otázky jednoduché z hlediska stylu vyplňování, neproblematické a takové, které neovlivní vyplňování otázek následujících. Ve druhé třetině nastupují otázky nejdůležitější pro celé šetření, nejsložitější a nejtěžší na vyplňování. Pak je prostor na volnější otázku, jež dotazování zpestří a odlehčí. Na začátek třetí třetiny můžeme použít otázky projekční či hypotetické, orientované na budoucnost. Do závěrečné části řadíme otázky choulostivé nebo zjišťující intimní údaje, ty, které mohou ovlivňovat uvažování respondenta o tématu výzkumu a tím i jeho odpovědi na jiné otázky, případně ty, u nichž předpokládáme sníženou validitu. Naopak otázky, jejichž zodpovězení může být zkresleno otázkami jinými, klademe na začátek. Tím bráníme vzniku tzv. **haló efektu**, kdy odpověď na jednu otázku sugeruje odpověď na ty následující. Většinou nemáme zvláštní důvod respondenta mást nebo mu tajit téma výzkumu, a proto bývají na začátku i otázky, ze kterých je zřejmý záměr šetření, a dále je řadíme logicky do ucelených tematických bloků. V případě, že se domníváme, že by znalost výzkumného záměru mohla ovlivňovat odpovědi respondenta nežádoucím způsobem, zařadíme téma odhalující otázky až ke konci a v průběhu dotazníku střídáme otázky z různých okruhů. Také otevřené otázky bývají až v poslední části, protože jejich přítomnost obecně snižuje ochotu respondentů odpovídat. Zvláště je-li jich více, může to některé respondenty odradit. Jestliže pro náš záměr potřebujeme získat i odpovědi na otázky, u nichž a priori předpokládáme, že by

se mohly respondenta osobně dotknout, nazlobit ho nebo urazit, můžeme takovou otázku položit jako úplně poslední. V tu chvíli již máme všechny ostatní odpovědi, a pokud se respondent rozhodne dále neodpovídat, „ztratíme“ jen tuto.

Pokud je výzkumný nástroj rozsáhlý, zařazujeme i otázky relaxační. Zpravidla je řadíme mezi jednotlivé tematické bloky pro uvolnění či odreagování respondenta. Podobně jako u první otázky ani zde není odpověď tolik důležitá a někdy ji nezpracováváme. Ideální je najít otázku, která bude pro respondenta odlehčující, ale zároveň přinese údaje relevantní pro výzkum. Funkci relaxace mohou plnit otázky využívající grafické prvky, například obrázků určité situace, k níž se má respondent vyjádřit nebo doplnit repliky zobrazených postav. Jako relaxační otázky se využívají i otázky hypotetické, kupříkladu jak by dotyčný jednal v určité situaci apod.

Typy otázek v dotazníku

Rozlišujeme různé typy otázek a to, jaké konkrétně v dotazníku použijeme, je ovlivněno tématem výzkumu, věkem respondentů, formou distribuce dotazníku i našimi možnostmi jeho zpracování. Použité typy otázek předurčují typ výstupních dat a ta určují a omezují statistické procedury jejich analýzy.²⁸⁶ Důležitou roli hraje nejen to, jak otázku položíme, ale i jak stanovíme obor hodnot zjišťované proměnné.

Podle obsahu dělíme otázky na: (1) fakta (např. události); (2) mínění a postoje; (3) motivy jednání a (4) vědomosti a znalosti. Podle cíle výzkumu rozlišujeme otázky: (1) meritorní; (2) identifikační a (3) technické (kontrolní).

Meritorní otázky se přímo týkají výzkumného tématu, jsou to otázky věcné, zaměřené na výzkum klíčových dat. **Identifikační otázky** zjišťují údaje o výzkumných jednotkách, nejčastěji se jedná o otázky socio-ekonomické nebo demografické. To jsou otázky, které budou při analýze figurovat jako nezávislé proměnné. **Technické otázky** zjišťují průběh dotazování, zvolenou formu a srozumitelnost výzkumného nástroje, věrohodnost šetření nebo vystupování tazatele. Patří mezi ně i **otázky kontrolní**, jejichž pomocí výzkumník testuje pozornost

286 Typ zjišťovaných dat (nominální, ordinální a kardinální) určuje statistické operace, které můžeme při zpracování datového souboru použít, a to je třeba mít na paměti již při sestavování výzkumného nástroje a formulaci jednotlivých otázek, protože na některé jevy je možné se ptát různými způsoby a získat tak data odlišného typu. Podrobněji viz kapitola 5.

respondenta a přesnost jeho odpovědí. Jedná se o otázku, která jinou formou znovu zjišťuje údaj, na nějž se ptala jiná otázka. Specifickým typem jsou **otázky filtrační**, jejichž úkolem je rozdělit respondenty výběrového souboru do skupin podle určité charakteristiky. Jde o to identifikovat mezi nimi ty, kteří mají určitou charakteristiku či zkušenost nebo zastávají specifický postoj, jenž je potřebný pro odpovídání na otázky bezprostředně následující. Například pokud je jedním z našich cílů zjišťovat názor na určitý mediálně šířený obsah (kupř. film), zařadíme nejprve filtrační otázku zjišťující, zda jej respondent viděl/slyšel/četl. Podrobnější otázky k tomuto tématu dále klademe pouze těm, kteří jsou s obsahem seznámeni, a jsou tedy kompetentní o něm vypovídat, zatímco ti ostatní je vynechávají a pokračují až další částí dotazníku. Podle způsobu získávání údajů odlišujeme otázky: přímé, nepřímé a projekční.

Přímé otázky zjišťují míru vlastnosti, zkušenosti či zastávaného postoje explicitně odkazem na daný jev (např. „Do jaké míry se považujete nebo nepovažujete za fanouška seriálu *Star Trek*?“). Otázkou se ptáme přímo na zjišťovaný znak, s nímž potřebujeme pracovat. Naopak **nepřímé otázky** využívají více indikátorů, jež naznačují přítomnost či nepřítomnost sledovaného jevu/postoje. Často použijeme celou sadu nepřímých otázek vztahujících se k dílčím jevům nebo specifickým situacím, které při analýze zpracováváme a posuzujeme společně. Například sloučením jejich odpovědí do součtového indexu.

Příklad: zjišťování politické orientace respondenta²⁸⁷

► pomocí přímé otázky:

Pokud byste měl/a posoudit své politické názory, řekl/a byste, že jsou:

- a) rozhodně pravicové
- b) spíše pravicové
- c) středové
- d) spíše levicové
- e) rozhodně levicové

287 Podrobněji viz Vinopal (2003).

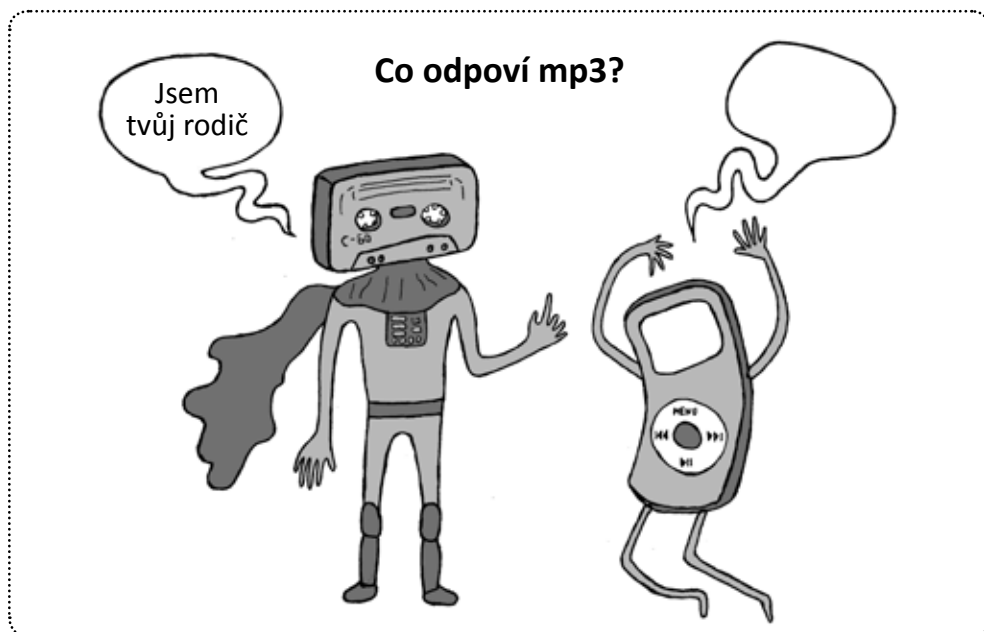
► pomocí sady nepřímých otázek:

Přečtěte si následující výroky a bez velkého rozmýšlení rozhodněte do jaké míry s nimi ne/souhlasíte:

	rozhodně nesouhlasím	spíše nesouhlasím	spíše souhlasím	rozhodně souhlasím
a) Rozvoj hospodářství je klíčovým úkolem státu.				
b) Každý občan se musí postarat sám o sebe.				
c) Stát musí vytvářet podmínky pro uplatňování práv a svobod jednotlivců.				
d) Velikost soukromého vlastnictví by měla být regulována.				
e) Úkolem vlády je zabezpečit práci všem, kteří chtějí pracovat.				
f) Pro ekonomický rozvoj státu je nevhodnější hospodářská samostatnost podniků.				

Při analýze dat posuzujeme ty, kteří souhlasí s výroky a, d, e, jako levicově smýšlející a ty, kteří souhlasí více s výroky b, c, f, jako pravicově orientované. S daty získanými jako odpovědi na jednotlivé otázky můžeme pracovat jak samostatně, tak formou součtového indexu.

S užíváním **projekčních otázek** se častěji setkáme na poli psychologického nebo pedagogického výzkumu. Jsou to otázky, jež navozují specifickou situaci, a je na respondentovi, aby vyjádřil, jak by se v takové situaci zachoval, nebo třeba posoudil jednání postav a označil, které je mu nejbližší. Neptáme se zde přímo na názor nebo postoj respondenta, ale využíváme jeho „identifikaci“ s jinými (zobrazenými v otázce). Tento postup je vhodné použít při výzkumu témat nebo názorů, které nejsou veřejně přijímané a obecně kladně hodnocené, například legalizace užívání návykových látek, popírání práv menšinových etnik, korupce apod. Projekční otázky zpravidla využívají grafiky, pracují pomocí obrázku či náčrtku, který má respondent doplnit. Nejčastěji se pro tento účel využívají prázdné komiksové bubliny, do nichž lze vepsat odpověď. Případně je takto naznačen rozhovor dvou a více postav a respondent volí, ke kterému názoru/argumentu by se přiklonil nebo s kterým nesouhlasí. Použité náčrtky přitom mají být pouze schematické a co nejjednodušší, aby přílišné detaily, pokud nejsou pro naznačenou situaci klíčové, respondenta nemátly a neodváděly jeho úvahy jiným směrem, což by snižovalo validitu otázky.



Obr. 9 Příklad projekční (oddechové) otázky.²⁸⁸

Umění klást otázky

Klást si správné otázky je klíčem jakékoliv empirické práce a nejen jí. Správně se zeptat je základem úspěšnosti každého dotazování. Proto je třeba nepodcenit čas věnovaný formulaci otázek dotazníku a obecně celé jeho přípravě, tzv. dramaturgii či designu, neboť platí, že špatné otázky přinesou špatné odpovědi, a tedy i nekvalitní data pro další práci. Angličané říkají: *garbage in – garbage out*, tedy pokud máme nekvalitní data, budou i výstupy špatné. Nesprávně položená otázka snižuje validitu šetření. A to platí jak pro kvantitativní, tak pro kvalitativní postupy sběru dat. Ačkoli je téměř nemožné podat návod, jak formulovat dobré otázky, lze to udělat obráceně a ukázat, jakých otázek se vyvarovat. Při sestavování dotazníku, stejně jako při přípravě polostrukturovaných rozhovorů, o kterých budeme mluvit v další části kapitoly, je třeba pečlivě zvolit otázky nejen po obsahové, ale i po formální stránce.²⁸⁹ Představa, že zeptat se je jednoduché, protože položit otázku přece umí každý, je naivní.

Chybné formulace mohou ovlivnit kvalitu celého výzkumu. Přitom menším zlem je, když nám dotazovaný neodpoví nebo naznačí, že otázce neporozuměl. Horší je, když odpoví, přestože až do této chvíle neměl na danou věc názor,

288 Autor vyobrazení na motivy z internetu Tomáš Vovsík.

289 Srov. Brumla (1973), Disman (1995), Fowler (1995).

nebo prezentuje názor, o němž předpokládá, že ho chce výzkumník slyšet, či normativní názor, který je prosazován v širší společnosti, případně je legislativně kodifikován apod. I v dotazníkovém šetření mohou mít respondenti potřebu zapadnout do společensky žádoucí podoby.²⁹⁰ Anonymita dotazování tomu nahrává a pro respondenta může být budování dobrého zdání důležitější než odpovídat podle pravdy. Těmto situacím se musíme snažit předcházet, právě proto je potřeba věnovat pozornost formulacím jednotlivých otázek, ale důležité je to i z toho důvodu, abychom respondenty od odpovídání neodradili.

Základem dobré otázky je srozumitelnost. Podstata otázky musí být zřejmá již z jejího zadání, dříve než se respondent seznámí s variantami odpovědi. K tomu přispívá nejen vhodně zvolená formulace, ale i komunikativní jazyk našeho výzkumného nástroje. Platí princip nejmenšího společného jmenovatele a výzkumník se formulace snaží přizpůsobit i nejméně poučené skupině dotazovaných (nebo příslušníkům subkultury, přistěhovalcům apod.) a tuto srozumitelnost kontroluje v předvýzkumu. Doporučuje se, aby se co nejvíce seznámil s cílovou populací, aby dokázal odhadnout, jak budou respondenti interpretovat položené otázky a jak na ně budou reagovat.²⁹¹ Proto je potřeba použít jazyk, který je této cílové populaci srozumitelný. Je třeba zohlednit věk, úroveň vzdělání i obecný přehled respondentů a jejich kulturní pozadí. Není vhodné používat příliš cizích slov, neobvyklých pojmů, termínů nebo zkratk, případně je třeba zvážit či zjistit, zda jsou s nimi respondenti obeznámeni a běžně je sami užívají. Pokud je užití takového obratu nezbytné, je lepší jej nejprve respondentovi osvětlit. Podobně, jestliže je k zodpovězení otázky potřeba znát nějakou další informaci (upřesňující definici), musíme ji respondentovi poskytnout dříve, než mu položíme otázku. V případě, že se jedná o osobní dotazování, podá mu tazatel kartu, na které je informace uvedena. Naopak v odůvodněných případech je zcela legitimní použít při dotazování hovorové obraty nebo slangové výrazy a označení.

Dále nejsou vhodné příliš dlouhé, rozvětvené a spleťté otázky, protože hrozí nebezpečí, že se v nich respondent nevyzná. Doporučuje se, aby otázka měla méně než dvacet slov a tázací část klademe vždy na konec. Je potřeba přitom zohlednit i dovednosti zkoumané populace. Pokud jsou jimi například žáci nižších stupňů základních škol, mělo by znění otázek být ještě jednodušší. Stejně tak hraje roli i způsob sběru dat, především u telefonického dotazování

290 Už jsem výše zmínila, že lidé se obvykle stylizují tak, jak si myslí, že to od nich druzí očekávají. Příčinou toho je pravděpodobně proces socializace, ve kterém se učíme hrát různé sociální role podle očekávání okolí.

291 Nezbytné je testovat jejich porozumění dotazníku v předvýzkumu.

jsou nevhodná složitější souvětí. Poslouchající na druhém konci telefonní linky si otázku nemusí správně zapamatovat a nemá se přitom o co opřít, nehledě na další rozptylující činnosti, které při telefonování může paralelně vykonávat. Proto se vyplatí snaha formulovat otázky jednoduše a výstižně.

Jestliže je součástí otázky i výčet možných odpovědí, měl by být v jejím závěru. Pro respondenta je vhodnější, když nejprve slyší otázku, a pak se může soustředit na odpovědi, ze kterých má vybírat (a nemusí si je pamatovat z počátku výpovědi). To je důležité hlavně při telefonickém dotazování, kdy nemá k dispozici psanou formu otázky. V případě, že respondent je netrpělivý a odpoví dříve, než tazatel otázku dokončí, měl by ji zopakovat celou znovu, aby podmínky odpovídání byly stejné nebo co nejvíce podobné pro všechny dotazované. Samozřejmě v reálné situaci vedení rozhovoru to nemusí být vždy možné a mohlo by to narušit i celkový průběh sběru dat. Snahou výzkumníka je vytvořit takový výzkumný nástroj s takovým zněním otázek, které bude maximálně přispívat k tomu, že otázky budou všem respondentům prezentovány stejně.

Příklady různých variant formulace otázky

- ▶ Nevhodná formulace: *Řekl/a byste, že je velmi pravděpodobné, málo pravděpodobné nebo zcela nepravděpodobné, že se v tomto roce zúčastníte natáčení jakékoli televizní soutěže?*
- ▶ Vhodnější: *Nakolik je podle Vás pravděpodobné, že se v tomto roce zúčastníte natáčení jakékoli televizní soutěže? Považujete to za: velmi pravděpodobné, spíše pravděpodobné, zcela nepravděpodobné?*
- ▶ Nebo: *Která z možností nejlépe vystihuje pravděpodobnost, že se v tomto roce zúčastníte natáčení jakékoliv televizní soutěže: určitě ano, spíše ano, spíše ne, rozhodně ne?*

Určitá formulace otázky může respondenta vést k tomu, že o odpovědi bude uvažovat odlišně. Je rozdíl, jestliže se ptáme: „Současný stupeň zobrazování násilných scén ve filmech je pro vás osobně spíše přijatelný, nebo spíše nepřijatelný?“ nebo „Domníváte se, že vzhledem k rostoucí agresivitě dnešních dětí je stupeň zobrazování násilí v současných filmech spíše přijatelný, nebo spíše nepřijatelný?“ Řada těch, kteří by na první otázku odpověděli souhlasně, by v případě použití druhé formulace razantně nesouhlasila. A to i v případě, že by se mezi tím jejich názor na zobrazování násilí ve filmech vůbec nezměnil. To je jen doklad toho, že není až tak složité přizpůsobit formulaci otázky tomu, jaké odpovědi chceme získat.

Například u výzkumu předvolebních preferencí je, mimo jiné,²⁹² klíčové přesné znění otázky,²⁹³ jež byla respondentům položena. Ten, pro koho jsou důležitá samotná zjištění a téma výzkumu, ale takto postupovat nebude.

Základním úskalím jsou otázky příliš obecné a vágní, u kterých není zřejmé, na co má respondent odpovídat. Stejně problematické jsou i otázky mnohotematické **dvouhavlňové** (*double barreled*), které se současně ptají na více věcí. Často si to výzkumníci ani v první chvíli nemusejí uvědomit, neboť tato formulační chyba vznikne jako výsledek jejich snahy vyjít respondentům vstříc, více jim téma přiblížit a podrobněji je specifikovat. Výsledek je přesně opačný, neboť respondent si nemusí být jist, jak má odpovídat, zvláště ve chvíli, když se jeho odpověď ke každé uvedené položce liší. Pokud potřebujeme znát odpověď na všechny části otázky, musíme je položit ve více otázkách každou zvlášť.

Příklady dvouhavlňových otázek

- ▶ *Chtěl/a byste být slavný/á a bohatý/á?*
- ▶ *Uvedte, jak často sledujete seriály Simpsonovi a Futurama.*
- ▶ *Vyhledáváte někdy na internetu stránky obsahující erotické nebo pornografické materiály?*
- ▶ *Kdy jste naposledy sledoval/a hlavní zpravodajskou relaci Televizní noviny a Události?*

Při formulaci otázky nepoužíváme dvojího záporu ani otázky neformulujeme negativně. Otázka „Nesouhlasíte s vysíláním erotických pořadů před desátou hodinou večer?“ je matoucí, protože není jednoznačné, jak odpovědět: „ano, nesouhlasím“ nebo „ne, nesouhlasím“. Podobně nešikovná je jednostraně vychýlená formulace: „Myslíte si, že by vysílání erotických scén před 22. hodinou nemělo být zakázané?“ Vhodnější je otázku formulovat vyváženě: „Myslíte si, že by vysílání erotických scén před 22. hodinou mělo být zakázané, nebo by zakázané být nemělo?“

292 Odhady výsledků voleb zpravidla vznikají na základě dlouhodobé zkušenosti agentury s takovým výzkumem a kladením otázek na stranické preference. Zveřejňovaný odhad je často výsledkem složitého přepočtu získaných dat podle vzorců, jež jsou agenturami bedlivě stráženy. Podstatnou roli zde hraje i návratnost (složení těch, kteří neodpověděli), podíl těch, kteří řekli, že se voleb nezúčastní, ale i těch, kteří by volili malé strany, jež nemají šanci překonat 5 % hranici vstupu do Sněmovny, nebo dosud nerozhodnutých apod. Podrobněji viz např. Krejčí (2008).

293 V souvislosti s výzkumem předvolebních odhadů nebo stranických preferencí, např. v případě stran, které balancují na hranici získání počtu hlasů potřebného pro vstup do Poslanecké sněmovny, se ale často spekuluje o tom, zda otázky nebyly formulovány „šikovně“. Skrýt případné nekorektní postupy v takovém výzkumu nahrává nedostatečná praxe zpravodajských médií, která při prezentaci výsledků zveřejňuje přesné znění položené otázky velmi výjimečně.

Zároveň je nezbytné vyvarovat se **sugestivních otázek** (*leading question*), které předjímají určitou odpověď nebo vnucují nějaký názor. Na sugestivní otázku respondent nemůže odpovědět, aniž by měl pocit, že jím zvolená varianta je špatná, nevhodná či nežádoucí nebo neodpovídá ve společnosti dominantním názorům. Otázky mohou působit sugestivně z mnoha důvodů. Nejčastější příčinou je formulace otázky tak, že obsahuje určitý předpoklad, odvolává se na široce přijímaný názor nebo se ptá jednostranně jen na jednu variantu. Další příčinou je použití určitých frází, klišé, citově zabarvených slov nebo barvitých přívlastků, tedy obrátů zatížených specifickými významy či konotacemi²⁹⁴ nebo vzbuzujícími emoce. Sugescie může být způsobena i odkazem na tradici, na převládající nebo legislativně kodifikovaný názor, odkazem ke společensky žádoucím hodnotám, odvoláním se na mínění prestižních osob, elit nebo na obecně uznávanou autoritu, případně pracující se skrytými tužbami. Sugescie může vznikat i řazením otázek v dotazníku, kdy jedna otázka ovlivňuje odpověď respondenta i na otázky následující.²⁹⁵ Podobně může sugescie vzniknout i v důsledku zvolené grafiky, například použitím různých fontů písma nebo barevným zvýrazněním jednotlivých variant odpovědi apod. Formulace otázek nesmí obsahovat názor výzkumníka ani jeho očekávání vzhledem k získaným odpovědím, proto je vhodné se při přípravě výzkumného nástroje ptát: Není otázka formulována tak, že respondenta navádí k tomu, aby odpověděl určitým způsobem? Neobsahuje obraty/výrazy, které by jej při odpovídání mohly ovlivnit?

Příklady sugestivních otázek

- ▶ Odkaz na autoritu: *Pan prezident se domnívá, že lidské působení na Zemi nepřispívá ke změnám podnebí. Jaký je váš názor na globální oteplování?*
- ▶ Odkaz na platnou legislativu: *Podle zákona č. 348/2005 Sb. je každý vlastník televizního přijímače povinen platit koncesionářské poplatky, domníváte se, že je to tak správně?*
- ▶ Odkaz na obecný názor: *V posledních letech se opět vyzdvihuje důležitost předčítání dětem, čítávali vám také rodiče před spaním?*
- ▶ Odkaz na normativní jednání: *Je vhodné, když si rodiče s dětmi povídají o tom, co sledují v televizi, uveďte, jak často si se svými dětmi o sledovaných pořadech povídáte vy?*
- ▶ Jednostranná formulace: *Řekl/a byste, že čtete rád/a?*
- ▶ Negativní formulace s odkazem na v dané kultuře očekávané jednání: *Vy nesledujete hlavní zpravodajskou realci?*

294 S rozlišením denotace a konotace znaku pracuje strukturalistická sémiotika, viz kapitola 8. 2. Podrobněji viz např. Bignell (1997), Doubravová (2008).

295 Viz haló efekt výše.

Podobně problematické jsou otázky **zavádějící** (*loaded question*), například takové, které respondentu zaskočí nebo útočí na jeho prestiž, neboť se ptají na eticky nepřiměřená témata, na intimní a zdravotní problémy nebo vyžadují osobní údaje. Pokud šetření zahrnuje i eticky citlivá témata, je potřeba být zvláště obezřetní, a především se vyvarovat toho, aby otázka vyvolávala silné emoce. Často se ptáme nepřímou a snažíme se zkoumanou situaci prezentovat jako nahodilý akt („Už se vám někdy stalo, že jste si přivlastnil/a věc, která patřila někomu jinému, nebo by se vám něco takového nemohlo stát?“), rozložit ji do více dílčích otázek nebo zkoumané téma zařadit do širšího výčtu dalších možností, ze kterých respondentu necháme volit („Vyberte z uvedených možností, jakého nejzávažnějšího jednání jste se dopustil/a...“). Pro zjišťování odpovědí na citlivá témata zpravidla používáme obecnější nepřímé otázky. Neptáme se přímo na názor dotazovaného, ale například na názor celé skupiny, jíž je členem. Předpokládáme, že respondent se ztotožňuje s touto skupinou a do uvedené odpovědi promítne i vlastní názor. Je to vlastně specifický typ otázek projekčních. Není tedy potřeba se ptát adresně: „Řekl byste, že šéfredaktora vašeho deníku spíše máte, nebo spíše nemáte v oblibě?“ Stačí otázku formulovat: „Řekl byste, že šéfredaktor vašeho deníku je mezi členy redakce spíše oblíbený, nebo spíše neoblíbený?“

Speciálním typem matoucích (taraktických) otázek jsou ty, jež se využívají v kriminalistice. Jejich cílem je respondentu nachytat nebo usvědčit, což ale není cílem sociálněvědních výzkumů. Například otázka „Požil jste před jízdou alkohol?“, která má zjistit, zda dotčený vůbec v danou chvíli řídil vozidlo apod.

Jako ohrožující jeho prestiž může některý z respondentů vnímat i otázku typu: „Kdy jste byl/a naposledy v Národním divadle?“ „Jaký je váš handicap v golfu?“ Nebo „Jak dobře ovládáte následující prostředky on-line komunikace?“ „Kolik cizími jazyky se domluvíte?“ „Které deníky čtete pravidelně?“ „Máte na svém profilu sociální sítě více nebo méně než 100 přátel?“ Může to být způsobenou obecnou snahou jedinců vytvářet u druhých co nejlepší dojem. Pokud respondent právě oblast vaší otázky vnímá jako prestižní záležitost, je vyšší pravděpodobnost, že neodpoví podle skutečnosti, ale spíše tak, aby podpořil vlastní identitu (viz výše). Zcela specifickým případem jsou otázky na témata, o kterých se ve společnosti zpravidla otevřeně nemluví. Ta mohou variovat v různých sociálních skupinách, pro někoho může být tabu odpovídat na otázky o sledování obsahů se sexuální tematikou, pro jiného mluvit o výši příjmu či odváděných daní apod.

Příklad rozložení tématu do více otázek

výzkum návštěvnosti webových stránek se sexuálním obsahem

- n) *Stránky s jakým obsahem jsou podle vás na internetu nejnavštěvovanější?*
- n + 1) *Slyšel/a jste o tom, že k nejnavštěvovanějším internetovým stránkám patří ty, na kterých jsou zobrazeny sexuální obsahy?*
- n + 2) *Znáte někoho, kdo navštěvuje stránky se sexuálním obsahem?*
- n + 3) *A vy sám/a, už jste někdy stránky se sexuálním obsahem náhodně navštívil/a?*
- n + 4) *A vy sám/a jste už někdy stránky se sexuálním obsahem sám/a vyhledával/a?*
- n + 5) *Takové stránky jste naposledy vyhledal/a před...*
-

Jako problematické se mohou ukázat i otázky, které staví na určitém předpokladu nebo znalosti respondenta (např. „Jak hodnotíte film, který včera vysílala Česká televize?“). Vždy bychom měli dát možnost na otázku neodpovídat nebo zvolit variantu „nevzpomínám si“, „nevím“. Pro řadu osob je nepříjemné přiznat, že něco nevědí nebo neznají, a tak si pravděpodobně tipnou.²⁹⁶ Ale v dotazníkovém šetření není naším cílem respondenty zkoušet, netestujeme jejich vědomosti, i když ve specifických případech můžeme potřebovat zjistit povědomí o určitém jevu, události či produktu apod. Pokud ale respondenti zvolí nějakou variantu, i když vlastně odpověď neznají, vzniká tak tzv. **falešné mínění** a naše výsledky budou vychýlené. Naopak velký počet únikových odpovědí může naznačovat, že otázka je špatně položená nebo že ve zkoumané populaci odpověď neexistuje (viz výše).

Podobně je to s otázkami zaměřenými do minulosti nebo takovými, které kladou nároky na paměť. V obou případech se jim spíše snažíme vyhnout. Ačkoli na ně pravděpodobně dostaneme odpověď, není jasné, nakolik je přesná a zda respondent na něco nezapomněl. Paměť je velice selektivní a nelze na ni spoléhat ani v případě, kdy potřebujeme rekonstruovat průběh poměrně nedávné události.²⁹⁷ U výzkumných témat orientovaných do minulosti může být vhodnější použít kvalitativní postupy sběru dat, například techniku orální historie (viz níže), která umožňuje snáze zavést respondenta do minulosti a usměrňovat jeho vzpomínky k údajům, jež jsou pro výzkum podstatné.

V případě, že otázky orientované do minulosti použijeme v dotazníkovém šetření, pomáhá navázat je na nějaké význačné události, jež

296 Nejinak se chovají studenti ve zkouškových testech.

297 Srov. např. Nakonečný (1997).

mohly zaujmout a respondenta blíže nasměrují. Lepší než se ptát, jaká média nejvíce sledoval/a před dvaceti lety, je formulace: „Jakým médiím věnoval/a pozornost v době studia / svatby / prvního zaměstnání / na vojně / po narození prvního dítěte / při vstupu do důchodu?“ apod. Při zpracování dat je však potřeba pamatovat na to, že nejen v případě, kdy jsou ve zkoumaném vzorku osoby různých generací, odkazují taková určení k výrazně odlišným historickým obdobím, protože i osoby podobného chronologického věku mohly například vstoupit do manželství ve zcela odlišnou dobu. Právě časové určení může být podstatným faktorem, který ovlivňuje odpovědi respondentů na otázky. Je pravděpodobné, že dostaneme jinou odpověď, budeme-li se ptát na krátký časový úsek nebo konkrétní den (včerejšek, minulý týden, poslední Vánoce) a na období delší nebo více vzdálené (minulý rok, poslední desetiletí, první dovolenou). Je mnohem jednodušší odpovědět na otázku: „Které webové stránky jste včera navštívil/a?“ než na „Které deníky jste četl/a pravidelně během studia na vysoké škole?“

Podobně ošemetné jsou i otázky zaměřené na budoucnost. V tomto případě má získaná odpověď charakter manifestovaného jednání a v reálné situaci by se dotýčný často zachoval zcela jinak. Přesto se s takovými otázkami pracuje. Nesmíme zapomínat, že pro dotazníkové šetření obecně platí, že zjišťuje postoje a názory, nikoli jednání samotné. Někdy můžeme chtít využít toho, že respondent bere i otázky na budoucnost zcela vážně a v daném okamžiku je přesvědčen o přesnosti své odpovědi. Proto používáme i specifický typ, jakým jsou otázky projekční a hypotetické (viz výše). V obou případech po respondentovi chceme, aby se vžil do určité situace, případně do uvažování určité postavy, a ohodnotil, jak by jednal na jejím místě nebo jak by se v takové chvíli zachoval. Fowler (1995) však tvrdí, že lidé nejsou příliš dobří v předvídání toho, jak by se zachovali nebo cítili v situaci, do níž se ještě nedostali. Reálné jednání je vždy ovlivněno aktuálním kontextem, který nikdy nemůžeme v otázce dostatečně přesně vystihnout. Můžeme pouze spoléhat na to, že odpovědi respondentů jsou postaveny na relevantních zkušenostech a znalostech získaných v minulosti. Zpravidla se jedná o otázky, jež využívají doplňkové grafiky a různých náčrtků a v dotazníku často plní spíše funkci oddechovou. Pravděpodobně se s nimi setkáte častěji ve výzkumech vycházejících z psychologických kořenů. Jejich nevýhodou je, že od respondenta vyžadují velkou míru abstrakce a zobecnění.

Také nemá příliš smysl ptát se na témata, s nimiž respondenti nemají osobní zkušenost, a poskytovali by nám pouze informace tzv. z druhé ruky. Na mnoho věcí budou mít respondenti vlastní názor, ale o přesněj-

ším stavu věci (např. vnitřní chod redakce lokálního deníku; vlastnické poměry daného média; technické zabezpečení přechodu od analogového na digitální vysílání apod.) nemusejí být blíže informováni. Je potřeba zvážit, jaké informace mohou být naší cílové skupině dostupné a které už ne. Mohou ale nastat případy, kdy je pro nás důležité znát i tyto relativně nepoučené názory. Například znalost laického hodnocení kvality zpravodajských pořadů může být pro výzkumníky přínosná i v případě, že dotázaní nevědí nic o pravidlech zpravodajského diskurzu, rozdílu mezi událostí a zprávou, teorií zpravodajských hodnot nebo mediální konstrukci reality. Právě tento postup může být klíčový při hledání řešení relevantního problému vyskytujícího se v sociální realitě. Například v období široce diskutovaného a medializovaného tématu ekonomické krize může být přínosné zjišťovat aktuální osobní situaci jedinců, jejich zkušenost s nezaměstnaností či poklesem spotřeby nebo názory na protikrizová opatření.

Dalším úskalím je kladení otázek usilujících o zjištění kauzality – přímé souvislosti mezi jevy. Ačkoli právě to je hlavním cílem výzkumníka a záměrem šetření, respondenti většinou nebyvají dostatečně poučeni, aby mohli podat adekvátní vysvětlení. Navíc v sociálním světě má většina jevů více příčin, které jsou často velmi složitě provázané.

Příklady otázek zjišťujících kauzalitu

- ▶ *Jaký je hlavní důvod, že jste se neúčastnil/a natáčení avizované televizní reportáže ve vašem zaměstnání?*
- ▶ *Byl/a jste propuštěn/a ze zaměstnání z důvodu přezaměstnanosti?*
- ▶ *Byla/a příčinou vaší absence na divadelním představení dopravní kalamita?*

Podobně je problematické chtít od respondentů návrhy řešení komplexních problémů. Základním omezením je především standardizace dotazování a redukce problému, ale i nedostatečná informovanost dotazovaných. V případě, že se jedná o široce veřejně diskutovanou záležitost, může být na místě zjišťovat názory na možné alternativy řešení. Zároveň je potřeba zvážit, zda na naši otázku mají odpovídat všichni, nebo zda je relevantní jen pro část zkoumaného vzorku, která má specifickou zkušenost nebo kompetenci. V takových případech použijeme nejprve filtrační otázku (viz výše).

Upozornit bych měla i na nebezpečí rutinního přejímání otázek z jiných výzkumných nástrojů nebo jiných šetření. To je možné pouze v případě, že známe i přípravnou fázi výzkumu, především operacionalizaci, a víme,

k měření jakého jevu měla být otázka použita, na co se vlastně ptala a jaký indikátor měla zachytit. Tohle nebezpečí hrozí i v případě mezinárodních srovnávacích šetření. Zpravidla není možné jednoduše přeložit výzkumný nástroj z jednoho jazyka do druhého, neboť při přechodu z jedné kultury do druhé často dochází k významovým posunům nejen na rovině jazyka. Různé jevy mohou mít v různých zemích odlišnou váhu a určitý jev může mít odlišné indikátory. Při mezinárodních výzkumech je potřeba v novém kontextu dotazník předem otestovat a zvážit, zda je vhodným měřicím nástrojem, případně pro zkoumané jevy navrhnout jiné indikátory a specifické otázky. Je zcela zřejmé, že když se budete ptát na další osud býčích zápasů (zda mají být zakázány) v různých zemích Evropské unie (Španělsku, Francii, Anglii), vždy dostanete odlišnou odpověď, neboť se jedná o starou, specificky španělskou instituci, která nemá v dalších evropských zemích svoji tradici. Došlo by tak k výraznému narušení validity výzkumu a data z dotazníků sebraných v těchto státech by nebylo možné spojit a odpovědi srovnávat, protože nevypovídají o tom samém. Ačkoli i Francouzi a Britové mohou mít názor na zrušení býčích zápasů, pro každý národ je tato instituce symbolem něčeho zcela odlišného. Pokud bychom potřebovali podobný příklad i ve zbývajících dvou případech, museli bychom dotazník upravit, adaptovat na lokální podmínky. Možná by to bylo podobné, jako kdybychom se ptali, co si myslí Francouzi o rozebrání Eiffelovky nebo Angličané o zrušení pití čaje o páté. Proto je potřeba při mezinárodních šetřeních pamatovat na možné kulturní posuny významu. Zatímco posuny v rovině jazyka lze eliminovat zpětným překladem, kdy se již jednou přeložený výzkumný nástroj opět přeloží zpět do původního jazyka a posoudí se, jak přesně se shoduje s výchozí verzí, posunů ovlivněných kulturou si nemusíme být na první pohled vědomi (zpravidla nejsou tak okaté jako v uvedeném případě).

Ačkoli jsem právě apelovala na obezřetnost při přejímání otázek z jiných výzkumů, na druhé straně se naopak doporučuje používat již otestované, validizované sady otázek (měřicích nástrojů) pro zkoumání určitých postojů. Klasickým příkladem může být výpočet postmaterialistického indexu z baterie čtyř položek sestavené Ronaldem Franklinem Inglehartem na počátku sedmdesátých let.²⁹⁸ Respondenti z nich vybírají dvě, o kterých si myslí, že jsou pro společnost důležité. Řadou ověřených testovacích škál disponuje především psychologie například pro výzkum osobnostních typů, jejich sklonů či preferencí. Pozor ale, při použití některých z nich je potřeba nejprve zaplatit autorská práva jejich tvůrci.²⁹⁹

298 Podrobněji viz kapitola 4 nebo např. Prudký (2009).

299 Zároveň by škály neměly být používány laiky, kteří k jejich interpretaci nejsou kompetentní.

Formulace variant odpovědí

U standardizovaného dotazování jsou podstatné nejen správné formulace otázek, ale i odpovědi na ně. Podle způsobu, jakým respondent na otázku odpovídá, respektive podle oboru hodnot, odlišujeme otázky: uzavřené, otevřené a polootevřené/polouzavřené.

V survey výrazně převažují **otázky uzavřené** (*closed-ended*). To znamená, že v záznamovém archu není vytištěna pouze otázka, ale i výčet variant odpovědí, ze kterých respondent vybírá. Uzavřené otázky nediskriminují respondenty, jež nejsou zvyklí samostatně formulovat a vyjadřovat své názory nebo mohou mít z různých důvodů problémy s psaným projevem. Dotyčný zde nesestavuje vlastní odpověď, ale z nabízených variant volí jednu, o níž si myslí, že je správná nebo se nejvíce blíží jeho názoru. Tento typ je anglicky označován jako *multiple-choice question*. Respondent nevyjadřuje vlastní názor přesně, ale provádí jeho kategorizaci, když jej přiřazuje k jedné z předem definovaných možností. Nesmí se stát, že mezi nimi nenajde tu, která by odpovídala jeho postoji. Uzavřené otázky tvoří největší část dotazníků. Jejich výhodou je možnost relativně snadného statistického zpracování, ovšem na úkor přesnosti, neboť dostáváme jen redukovanou část informace.

U některých uzavřených otázek dáváme respondentovi možnost, aby zvolil více než jednu odpověď. Jedná se o odpovídání atypické, označované jako volba více možností a v dotazníkových šetřeních mediálních studií se s nimi můžeme setkat poměrně často. Například když nás zajímá, jaká periodika odebírají v domácnosti respondenta nebo které ze seriálů z nabízeného výčtu pravidelně sleduje. Při použití tohoto typu otázky je na místě zvažovat již při přípravě výzkumného nástroje, jak budeme získané odpovědi zpracovávat. Výsledný součet odpovědí u takové otázky zpravidla překračuje 100 %. Řešení se v zásadě nabízejí dvě:

1. Jednotlivé varianty odpovědí budeme považovat za samostatné dichotomické proměnné a u každého případu zohledňovat pouze to, zda jej respondent vybral, nebo ne.
2. Můžeme vytvořit více proměnných, jejichž obor hodnot zahrnuje všechny nabízené varianty odpovědi, a u každé proměnné zadat vždy jednu z položek vybraných respondentem. Záleží na výzkumníkovi, zda takové proměnné vytvoří tři, pět nebo více. Nejlepším vodítkem pro toto rozhodování je nejvyšší počet voleb, jež respondenti udělali. Tedy pokud z daného oboru hodnot proměnné (předplacených

periodik, sledovaných seriálů) označili nejvíce čtyři varianty, budou stačit čtyři proměnné.³⁰⁰

Příklady nestandardně odpovídaných otázek

► Možnost více voleb

Uveďte, které z uvedených rozhlasových stanic jste v uplynulém týdnu poslouchal/a alespoň pět minut.

- a) Frekvence 1
- b) Impuls
- c) Český rozhlas Radiožurnál
- d) Český rozhlas Dvojka
- e) Český rozhlas Vltava
- f) Český rozhlas Plus
- g) některá regionální stanice Českého rozhlasu
- h) Evropa 2
- i) Rádio Proglas
- j) žádnou z uvedených

► Řazení položek

Zde je šest různých položek, které lidé mohou v životě považovat za důležité. Seřadte uvedené položky podle toho, jak jsou pro vás důležité, a očísľujte je od 1 (nejdůležitější) do 6 (nejméně důležité).³⁰¹

- a) Žít bezstarostně a bez závazků. -----
- b) Mít dobré kamarády a přátele. -----
- c) Mít kvalitní bydlení. -----
- d) Mít možnost rozvíjet svůj talent a tvořivost. -----
- e) Nemít finanční potíže. -----
- f) Vykonávat zaměstnání, které mne baví. -----

Specifickým typem otázek jsou ty, v nichž respondenty žádáme, aby předložené varianty odpovědí seřadili vzestupně či sestupně podle

300 Například statistický software pro kvantitativní analýzu dat SPSS nabízí možnost zpracovat tyto proměnné souhrnně pomocí procedury *multiple response set*.

301 Použitá baterie výroků je inspirována Lafferty-Knutsenovou (1985) škálou personálního postmaterialismu s položkami: mít dobré bydlení; mít knihy, vědomosti, ideje; být respektován a uznáván od jiných; mít dost peněz pro vlastní potřebu; mít přátele a vést společenský život; být schopen rozvíjet svůj tvořivý talent. Její aplikace je trochu odlišná, respondenti vybírají nejdůležitější, druhou nejdůležitější, nejméně důležitou a druhou nejméně důležitou položku.

míry preference, důležitosti, vlastního postoje k položkám. Také zde se nabízejí různé způsoby zpracování získaných údajů, neboť pracujeme s tolika proměnnými, kolik je jednotlivých posuzovaných položek. Jejich obor hodnot přitom může nabývat hodnot od 1 do x , které odpovídá celkovému počtu položek.

Při používání uzavřených otázek musíme dbát nejen na správnou formu kladení otázky (viz níže), ale také na zásady týkající se formulace variant odpovědí. Základní pravidlo požaduje, aby jednotlivé varianty stanoveného oboru hodnot plně pokrývaly spektrum možných odpovědí (říkáme, že mají být vyčerpávající) a přitom aby se vzájemně vylučovaly. V žádném případě se nemohou částečně překrývat.

Pro formulaci odpovědí na otázky především platí: výzkumný nástroj není test v časopise. To znamená, že varianty odpovědí nemají být co nejrozmanitější a nejpodrobnější, ale naopak co nejstručnější. Síla a reliabilita kvantitativního dotazování spočívá právě ve standardizaci a ta se s dlouhými popisnými odpověďmi vylučuje. Současně je potřeba dbát na to, aby jednotlivé varianty přímo a přesně odpovídaly na otázku. Dokonce ani velký počet variant odpovědi není vždy přínosný, protože respondentům odpověď komplikuje. To platí například u dlouhých škál. Zpravidla se pracuje s pětibodovými stupnicemi, neboť složitější už mohou být pro respondenta matoucí. Na druhé straně nízký počet variant je také zpravidla nedostatečný, protože jednotlivé varianty jsou pak velmi široké nebo obecné. Zároveň tak může docházet k vytváření tzv. falešného mínění, kdy respondent nenachází odpověď, která vyjadřuje jeho názor přesně, a musí se přiklonit k nějaké přibližné. Podobně je tomu v případě, když mezi varianty odpovědi nezařadíme únikovou možnost *nevím*, která je současně možností na otázku neodpovědět. Pro přehlednost jednotlivé varianty odpovědi uspořádáme vertikálně pod sebe. Nejnížší hodnoty nebo ty, jež subjektivně očekáváme jako nejméně zastoupené, řadíme dospodu.

Příklady chybně formulovaných variant odpovědí

► Překrývající se varianty:

- | | |
|--------------------|------------------------------|
| a) mladší 18 let | a) ano |
| b) 18–35 let | b) v některých případech ano |
| c) 35–55 let | c) někdy ne |
| d) 55–70 let | d) ne |
| e) více než 70 let | e) nevím |

► Nevyčerpávající varianty nebo nedostatečně diferencující:

- | | |
|--------------------|------------------------|
| a) mladší 18 let | a) každý den |
| b) 20–29 let | b) několikrát za měsíc |
| c) 30–50 let | c) několikrát za rok |
| d) 51–65 let | d) méně často |
| e) více než 70 let | e) nepamatuji se |

► Nedostatečně standardizované varianty (navíc spojují odpovědi na více otázek):

- a) ano, sleduji seriál pravidelně
- b) ano, sleduji seriál, když mám volný večer
- c) ano, sleduji seriál nepravidelně
- d) ano i ne, podle toho, zda mne daná epizoda zaujme
- e) ne, tento seriál nesleduji
- f) ne, viděl/a jsem jen jeden díl tohoto seriálu
- g) ne, tento seriál neznám

► Varianty, které neodpovídají na otázku:

Uvedte, jak často sledujete hlavní zpravodajskou relaci Události na ČT1.

- a) 6–7x v týdnu
- b) 4–5x v týdnu
- c) 2–3x v týdnu
- d) 1x v týdnu nebo méně často
- e) když nejsem v práci
- f) neuvažoval/a jsem o tom

Může se stát, že u některých otázek neznáme všechny případné varianty odpovědí. Formulujeme tedy ty, kterých jsme si vědomi, a kromě toho nabízíme i odpověď *jiné*, tak aby se nestalo, že respondenti nemohou svoji specifickou zkušenost v dotazníku vyjádřit, protože námi nabízené varianty nejsou vyčerpávající. Pokud je to pro výzkum důležité, požádáme

je, aby svoji vlastní odpověď doplnili. Tento typ otázek označujeme jako **polouzavřené**. Mají tak trochu nakročeno k otázkám otevřeným a zároveň pomáhají snižovat nevýhody vysoce strukturovaných uzavřených otázek. Pokud doplňkovou kategorií jiné většina respondentů nevyužije, je to pro výzkumníka dobrou zpětnou vazbou značící, že se mu podstatu otázky podařilo postihnout v jím formulovaných variantách odpovědi. V opačném případě může při digitalizaci dat odpovědi z varianty jiné kategorizovat a připojit k ostatním variantám proměnné.

Příklad polouzavřené otázky

► *Kterou televizní stanici sledujete vůbec nejčastěji?*

- a) ČT1
- b) ČT2
- c) ČT4 Sport
- d) ČT24
- e) Nova
- f) Nova Cinema
- g) Nova sport
- h) Nova Fanda
- i) Prima Family
- j) Prima Cool
- k) Prima Love
- l) Barrandov TV
- m) jiná – prosíme, uveďte jaká: _____

U **otevřené otázky** (*open-ended*) respondent formuluje vlastní odpověď samostatně. Nemá zde žádnou „nápovědu“ v podobě předdefinovaných variant, naopak dostává prostor pro vlastní vyjádření. Tyto otázky poskytují kvalitativní typ dat a používají se pro doplnění ostatních strukturovaných odpovědí. Hodí se pro explorativní výzkumy, neboť umožňují získat plastický obraz zkoumaného tématu, ale jejich odpovídání zároveň klade na respondenta zvýšené nároky. Tvrdí se, že na ně odpovídá jen část populace, kterou ale neumíme blíže specifikovat. Proto bývají řazeny až do druhé poloviny dotazníku, aby respondenty neodradily moc brzy a příliš nesnížily návratnost. Problém s jejich vyplňováním může nastat především u osob, jež nejsou zvyklé vyjadřovat své myšlenky a názory nebo psát. Navíc si nemusíme být jisti významem odpovědi, například když není dobře čitelná, stylisticky správná nebo je formulačně nejasná.

Těmto úskalím se nevyhneme ani v případě, kdy se jedná o dotazování prostřednictvím tazatele. Přesně zaznamenat delší výpověď respondenta nemusí být vždy snadné, a proto zde může dojít k posunutí významu, třeba jejím zjednodušením či zkrácením. Navíc odpovědi respondentů často obsahují sice zajímavé, ale z hlediska otázky a cíle výzkumu irrelevantní informace; je proto vždy třeba zvážit nejen jejich validitu, ale i reliabilitu. Otevřené otázky skrývají řadu nevýhod a nelze na ně příliš spoléhat. Někdy jsou využívány spíše jako motivace pro respondenta, která mu dává možnost uvést, co si opravdu myslí. Pokud s nimi chceme dále pracovat, je potřeba stanovit, jak budeme slovní odpovědi zpracovávat. Není výjimkou, když jsou uvedené výpovědi při analýze kategorizovány a kvantifikovány; převedeny na číselná data a zpracovány statisticky.

Z hlediska počtu variant odpovědí odlišujeme **otázky dichotomické** a **polynomické**. Nejjednodušší typ uzavřených otázek má jen dvě možné odpovědi.³⁰² V podstatě všechny údaje by bylo možné sledovat v této zjednodušené podobě, neboť všechny proměnné (charakteristiky objektů, názory, postoje) lze převést na varianty ano \times ne; výskyt \times nevýskyt; určitá situace \times negace situace (všechny ostatní situace). Dochází tak ale k velké redukci informace a pro získání všech potřebných dat bychom museli položit mnohonásobně větší počet otázek a následně pracovat s mnohem větším počtem proměnných. Naopak zjednodušilo by se následné kódování dat a jejich digitalizace, ale zároveň by to znamenalo i výrazné omezení analytické práce s daty, neboť většinu statistických analýz by pro takový typ dat nebylo možné použít.

V případě polynomických otázek jsou pro survey nejvýhodnějším oborem hodnot škály. Nejtypičtějším příkladem jsou varianty odpovědi postihující míru souhlasu či nesouhlasu nebo míru (ne)výskytu určité vlastnosti. Škály mohou být jak bipolární, tak postihující míru pravidelnosti nějaké činnosti nebo rozsahu či preference určitého jevu. Základním úskalím při používání škály je její jemnost či hrubost, respektive jak jemným nástrojem identifikace míry sledované proměnné je. Standardně používáme škály s lichým počtem variant, nejobvyklejší jsou škály pětibodové, případně čtyřbodové. Vícepoložkové škály mohou respondenty znejistovat a zpravidla nejsou nezbytné ani z hlediska zkoumaného tématu. Neplatí, že větší počet alternativ odpovědi znamená zvýšení přesnosti získané informace. Sedmi – případně devítibodové škály používají častěji jen výzkumy z oblasti psychologie a sociometrie, příkladem je technika sémantického diferenciatu (viz níže).

302 Viz kapitola 5.

Klíčovým rozhodnutím při přípravě výzkumného nástroje je, zda škála bude, nebo nebude obsahovat „neutrální“ střední hodnotu. Jestliže tuto středovou variantu nepoužijeme, v podstatě respondenta nutíme přiklonit se na jednu stranu. Je však vhodné zařadit mezi odpovědi i únikovou položku „nevím“, která umožňuje na otázku neodpovědět. Předcházíme tak vytváření falešného mínění, neboť vždy existuje možnost, že respondent nemá na danou věc názor, nikdy dříve se o téma nezajímal ani nad problémem neuvažoval nebo nemá dostatek informací, aby jej mohl posoudit a fundovaně se k němu vyjádřit. Pokud jej nutíme vybrat jednu z variant, vlastně zvolí odpověď, jež do té doby ani v jeho hlavě neexistovala. To se často děje v internetových šetřeních, která jsou naprogramována tak, aby respondent nemohl některou z otázek přeskočit a neodpovědět na ni. Jestliže mezi variantami odpovědi chybí možnost „nevím“ nebo „nemám názor“, odpovídající je nucen zvolit nějakou variantu, aniž by tato odpovídala jeho reálnému názoru. V získaných datech takového šetření jsou pak navýšeny ty odpovědi, které respondenti zvolili proto, aby mohli pokračovat ve vyplňování dotazníku (a je vlastně s podivem, že jsou k tomu nadále ochotní). Jsou případy, kdy záměrně používáme škálu bez středové hodnoty, ale důvody k nezařazení varianty „nevím“ nebo „nemám názor“ nejsou příliš opodstatněné. V případě, že v šetření získáme výrazný počet (např. 70 %) těchto odpovědí, signalizuje to chybu. Námi požadovaná informace v populaci buď neexistuje, nebo na danou problematiku respondenti nemají názor. Možná jsme se ptali nevhodně, nesrozumitelně nebo špatné části populace, popřípadě je otázka příliš důvěrná a respondenti na ni odpovídat nechtějí. Toto riziko bychom ale měli být schopni odhalit při testování výzkumného nástroje v předvýzkumu (viz níže). Na závěr ještě poznámku týkající se zpracování proměnných, jejichž obor hodnot je tvořen škálou. Standardně jsou tato data ordinální. V případě, že mezi varianty odpovědí zařadíme i položky „nevím“ nebo „nemám názor“, je ordinalita dat narušena a proměnná se stává nominální.³⁰³ Pokud bychom s nimi chtěli pracovat jako s ordinálními, musíme při statistické analýze nejprve tyto odpovědi od ostatních oddělit a pracovat pouze s daty odpovídajícími variantám škály.

Příklady standardizovaných škál

- ▶ Bipolární preferenční škála bez střední hodnoty
 - a) rozhodně nesouhlasím
 - b) spíše nesouhlasím
 - c) spíše souhlasím
 - d) rozhodně souhlasím
 - e) nevím

- ▶ Bipolární škála spokojenosti se střední hodnotou
 - a) rozhodně spokojen/a
 - b) spíše spokojen/a
 - c) ani spokojen/a ani nespokojen/a
 - d) spíše nespokojen/a
 - e) rozhodně nespokojen/a
 - f) nemám názor, nevím

- ▶ Škála vyjadřující míru
 - a) zcela
 - b) do určité míry
 - c) v malé míře
 - d) vůbec
 - e) stále

- ▶ Škála frekvence výskytu jevu³⁰⁴
 - a) vůbec
 - b) výjimečně
 - c) občas
 - d) často

Při použití škál lze v dotazníku využít různých grafických ztvárnění a pomůcek, které dotazování oživí. Používáme různé stupnice nebo (časové) osy, na nichž respondent označí míru svého postoje. Použití znamének + a – ale může u respondentů vyvolat dojem preference určitých variant

304 V případě použití variant *do určité míry*, *občas* apod. je potřeba zohlednit, nakolik se jejich chápání mezi respondenty různí a do jaké míry se překrývá s představou výzkumníka. Odpověď *často* může být pro někoho dvakrát do týdne a pro jiného dvakrát do roka, stejně tak *pravidelně* znamená i každý čtvrtek, ale také vždy o Velikonocích.

odpovědi výzkumníkem. Položky se záporným znaménkem pak volí méně ochotně, neboť se domnívají, že jsou nepatřičné, apod. Podobně využití číselného vyjádření je sice praktické pro digitalizaci dat, ale pro respondenta může být matoucí.

V případech, kdy se nejedná o slovně vyjadřované varianty, jsou používány i delší intervaly, například od 0 do 10. V internetovém dotazování lze na ose vytvořit posuvné jezdce, kterými vyplňující pohybuje tahem myši a svoji odpověď vyjadřuje jejich přesunutím.

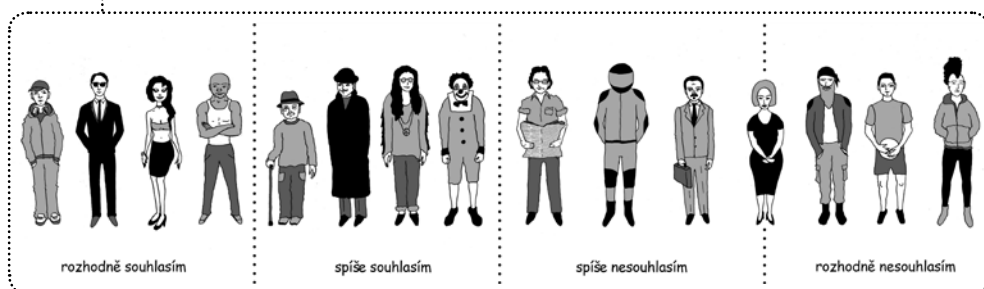
Příklady grafického vyjádření škály

- ▶ << < - > >>
- ▶ -- - x + ++
- ▶ -2 -1 0 1 2
- ▶ nepřilíží důležité |-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----| velice důležité

Použití jakýchkoli škál jako měřicích nástrojů, jejichž úkolem je postihnout variabilitu lidských názorů a postojů, je zatíženo podstatnou chybou. Bez ohledu na rozsah škály, zda je čtyř-, pěti – či devítibodová, vždy se jedná o kategorie. Míru určité vlastnosti, preference či postoje jsme schopni měřit/zachytit vždy jen s určitou přesností, nikoli úplně přesně. Stejně je to při měření fyzikálním.³⁰⁵ Klíčový problém spočívá v tom, že názory respondentů se proměňují spojitě. Kdybychom měli všechny respondenty v jednu chvíli přítomné na jednom místě, mohli bychom je požádat, ať se seřadí tak, že na jednom konci budou stát ti, kteří se zkoumaným tématem velmi výrazně souhlasí, a na druhém konci ti, kteří s ním velmi výrazně nesouhlasí. Míra jejich příklonu k tématu by tak směrem od jednoho konce k druhému postupně klesala, až by přešla k mírnému a posléze výraznému odporu. V ideálním případě by jednotliví respondenti stáli v řadě jeden vedle druhého a nebyly by mezi nimi žádné roztupy. Tuto spojitost však v kvantitativním šetření nejsme

305 Pokud vaše pravítko bude obsahovat pouze stupnici v centimetrech, měřte s přesností na 0,5 cm, kdyby na něm byly vyznačeny jako nejmenší měrné jednotky metry, budete měřit s přesností na 0,5 m.

schopni přesně postihnout, protože naše výzkumné nástroje nejsou tak citlivé.³⁰⁶ Námi zvolené měřítko má jen pět, případně sedm kategorií, do nichž musíme pomyslnou řadu respondentů rozdělit. Jak ale přesně určit, mezi kterými respondenty vést dělicí linii, jež odděluje „silný souhlas“ a „střední souhlas“ nebo „mírný nesouhlas“ a „střední nesouhlas“? Nelze to udělat jinak než uměle. To znamená, že respondenti, jejichž názor není jednoznačně souhlasný či nesouhlasný, vždy budou zařazeni do jedné kategorie společně s dalšími, kteří mají názory podobné, ale nejsou úplně stejné. To je další z chyb měření, jíž se při standardizovaném sběru dat nevyhneme.



Obr. 10 Umělé rozdělení variant škály³⁰⁷

Ve standardizovaném dotazníkovém šetření je výhodné používat nejen stále stejné škály, ale také **maticový formát otázek**. Jedná se o více otázek, které jsou sdruženy pod společným pokynem k jejich vyplňování. Zpravidla se jedná o sadu – baterii – výroků, u nichž respondent posuzuje, do jaké míry s nimi ne/souhlasí. Tento maticový formát jsme si ukázali u posuzování politické orientace pomocí sady nepřímých otázek (viz výše). Z těchto baterií jsou při analýze počítány součtové (sumační) indexy (sečtením celkového skóre každého respondenta, získaného na základě posouzení všech výroků) nebo postojová skóre. Na poli psychologie sahá používání posuzovacích škál do první poloviny 20. století. V sociologii patří k nejznámějším škály Likertova typu,³⁰⁸ jejichž pomocí lze měřit míru intenzity postoje. Jedná se o soubor ukazatelů ve formě výroků indikujících určitý jev či postoj, ke kterým respondenti vyjadřují svůj

306 Jedná se také o dobrý příklad toho, že v kvantitativních šetřeních zpravidla sbíráme tvrdá data.

307 Autor vyobrazení: Tomáš Vovsíček.

308 Pojmenovaná podle amerického psychologa Rensise Likerta, který se věnoval výzkumu různých stylů řízení.

(ne)souhlas. Míra jejich postoje je pak vyjádřena součtovým indexem. Jiným specifickým typem je kumulační nebo Guttmanova škála.³⁰⁹

I tato často využívaná technika má svůj háček. Někteří respondenti mají sklon soustředit své odpovědi do prostředních, neutrálních variant. Tuto chybu označujeme jako **central tendency bias**. Při používání stále stejných a shodně orientovaných škál ale čelíme i chybě označované jako **response set**³¹⁰. Response set je specifickým podtypem **response bias**. Jedná se o sklon respondentů odpovídat v sérii stejně formulovaných otázek stále stejně, opakovaně volit shodnou variantu odpovědi bez ohledu na obsah konkrétní otázky/výroku. Maticový typ otázek je pro respondenta poměrně náročný na udržení pozornosti a přesnosti odpovědí. Proto se tomuto zkreslení snažíme předcházet tzv. přepólováním, kdy některé položky baterie záměrně uspořádáme obráceně nebo použijeme negaci hodnotové orientace výroků. Klasickou výzkumnou technikou, u které se s tímto postupem můžete setkat, je sémantický diferenciál. Obrácené polarity posuzovaných dvojic vlastností si všimněte na třetím, pátém a devátém řádku následujícího příkladu. V sémantickém diferenciálu bychom se měli snažit jednotlivé použité dvojice vyvažovat tak, aby na jedné straně nebyla výrazně častěji pozitivní a na druhé negativní adjektiva.

Sémantický diferenciál (*semantic differential*) je specifickou technikou stojící na pomezí psychologie a sémiotiky. Jeho autorem je Charles E. Osgood, který se v polovině 20. století věnoval výzkumům národnostních stereotypů. Tato psychosémantická metoda usiluje o postižení významu, jenž dotazovanému konotují různé znaky/objekty. Jde o to zachytit asociace, které daný znak u recipienta vyvolává. Význam vybraného znaku, včetně jeho konotací, se snaží postihnout na základě respondentem posuzovaných bipolárních škál a následně je pomocí matematických výpočtů umístit do mnohorozměrného sémantického prostoru. Pokud posuzujeme významy dvou nebo více objektů, můžeme výsledky vynést do dvou – či třírozměrného grafu, ze kterého bude zřejmé, jak daleko či blízko k sobě mají. Příklon respondentů ke krajním hodnotám škály přitom ukazuje na výrazný hodnoticí postoj k posuzovanému pojmu, naopak volba středových variant naznačuje nezaujetí nebo irelevanci posuzovaných adjektiv.

309 Pojmenovaná podle Louise Guttmana. Tímto typem škály je Bogardusova škála sociální distance (Bogardus 1925). Volba určité položky škály znamená, že respondent zároveň souhlasí se všemi předchozími položkami, které tato zahrnuje (viz kap. 5). Vyjádření „přijal bych osobu X jako souseda“ zároveň znamená, že bych jej přijal jako „imigranta ve státě“ a jako „spolupracovníka“. Obecněji vyjádřeno: respondent, který na Guttmanově škále (v rozsahu např. 1–10) zvolí položku 6, souhlasí s položkami 1–6 a nesouhlasí se 7, 8, 9 a 10.

310 Setkáte se s překladem reaktivní sklon (Kerlinger 1972: 472), ale častěji se používá anglický termín.

Příklad sémantického diferenciálu

Představte si svého avatara ze hry *Second Life* a bez dlouhého uvažování rozhodněte, jak byste jej odhodnotil/a z hlediska uvedených charakteristik. U všech uvedených dvojic slov označte příslušné políčko, které nejlépe odpovídá vašemu hodnocení vašeho avatara.

rychlý	-	-	-	-	-	-	-	pomalý
chytrý	-	-	-	-	-	-	-	hloupý
nezajímavý	-	-	-	-	-	-	-	zajímavý
jemný	-	-	-	-	-	-	-	hrubý
smutný	-	-	-	-	-	-	-	veselý
milý	-	-	-	-	-	-	-	protivný
barevný	-	-	-	-	-	-	-	černobílý
originální	-	-	-	-	-	-	-	stereotypní
tradiční	-	-	-	-	-	-	-	moderní
vedoucí	-	-	-	-	-	-	-	podřízený
aktivní	-	-	-	-	-	-	-	pasivní
vysoký	-	-	-	-	-	-	-	hluboký
hlučný	-	-	-	-	-	-	-	tichý
hranatý	-	-	-	-	-	-	-	oblý

Základní východisko použití sémantického diferenciálu pracuje s představou, že jazykové znaky jsou produkty lidského myšlení a jako takové existují v psychologickém prostoru jedince, který je prostorem sémantickým/významovým. Tato technika se snaží jednotlivé pojmy v rámci tohoto prostoru lokalizovat pomocí souřadnic, jež jsou tvořeny třemi osami či dimenzemi znaku (a sleduje i vzdálenosti mezi nimi). Není ale jisté, zda tyto dimenze jsou pro určité znaky a pro všechny jedince stejné, nebo alespoň podobné. Předpokládá se, že jedinci jednotlivé znaky umísťují do svého sémantického prostoru na základě vnímání tří klíčových dimenzí: hodnotící, potenciálu a aktivity. Metodika sémantického diferenciálu pracuje s bipolárními přídatnými jmény. Hodnotící dimenzi tvoří adjektiva jako kvalitní, špatný, správný apod. Do druhé dimenze, která je také překládána jako faktor síly, patří adjektiva vyjadřující potenciál – velký, silný, malý, měkký, kulatý – a do dimenze aktivity – pomalý, aktivní, horký, dominantní apod. Na sedmi – nebo devítibodové stupnici jedinec označuje, které z adjektiv jeho vnímání daného objektu lépe odpovídá. Používané dvojice adjektiv nejsou univerzální, ale volí se vzhledem k posuzovanému objektu, tak aby

mu obsahově odpovídaly. Také počet posuzovaných dvojic není pevně určen; často se pracuje i s dvaceti páry antonym. Posuzované znaky mohou být v podstatě jakákoli pojmenování, objekty i vlastnosti: iPod, hrdina, kráska, Mercedes, tvůj pes, sousedův pes, smrt apod. Pomocí sémantického diferenciálu lze posuzovat i vnímání shluku hlásek, který je v daném jazyce bez významu (takahe, hujája), i jiné typy znaků, obrazy či hudební díla.³¹¹ V marketingovém výzkumu je sémantický diferenciál často využíván v lehce posunutém smyslu, kupříkladu pro zjištění vnímání určité značky nebo navrhovaného loga firmy apod. Stejně tak by bylo možné jej využít při analýze vnímání určité události, mediálního sdělení nebo politické kampaně.

Výsledky sémantického diferenciálu jsou zpracovávány na několika úrovních. Tou nejjednodušší je analýza jednotlivých položek na základě nejčastěji nebo průměrně volené hodnoty na škále. Z toho je zřejmé, s jakými vlastnostmi je daný znak silně asociován a s jakými méně nebo vůbec. To bývá zpravidla vyjádřeno pomocí grafické ilustrace křivky oscilující mezi jednotlivými variantami posuzovaných párů adjektiv. Lze například srovnávat, jak se liší psychosémantické vnímání objektu u jednotlivých sociodemografických skupin zahrnutých ve výzkumu. V dalším kroku počítáme střední hodnoty pro jednotlivé dimenze pojmu. V případě, že máme údaje o vnímání více znaků, můžeme posoudit, zda a nakolik je lze považovat za sémanticky blízké nebo vzdálené v sémantickém prostoru tvořeném třemi osami.³¹²

Ke slabinám techniky patří její necitlivost k postižení kontextu nebo vzájemných vztahů mezi posuzovanými znaky. Zároveň není zřejmé, zda postihuje kognitivní, či spíše afektivní dimenze znaku, respektive zda lze tímto způsobem odhalit jeho význam. Na druhé straně Osgoodovy výzkumy (1957) naznačují, že získávané výsledky jsou pro některé znaky velmi stabilní a opakují se i v různých kulturách.

Finalizace výzkumného nástroje a předvýzkum

Na závěr přípravy úspěšného výzkumného nástroje pro realizaci surveye je znovu potřeba u každé otázky zhodnotit, zda je pro výzkum nezbytná,

311 Podrobněji viz Osgood, Suci, Tannenbaum (1957).

312 K tomu nám slouží výpočet tzv. matice vzdáleností a D-koeficient. Tyto podklady dále můžeme využít pro následné postupy multidimenzionálního škálování nebo faktorovou analýzu a hledat další dimenze pojmu. Podrobněji viz Kerlinger (1972).

zda není redundantní, zda je validní a reliabilní³¹³ a její navržené varianty v oboru hodnot jsou vyčerpávající nebo se vzájemně nepřekrývají. Před samotným započítáním sběru dat je nezbytné provést **předvýzkum**.³¹⁴ To znamená celý výzkumný nástroj otestovat na malém vzorku zvolené cílové populace a případné nedostatky opravit. Problematické otázky lze zpravidla identifikovat již na základě uvedených odpovědí (např. když u některých otázek zvolili všichni respondenti pouze jednu variantu odpovědi nebo naopak vypisovali vlastní odpověď k položce jiné apod). Při testování výzkumného nástroje je zcela legitimní zeptat se odpovídajících, zda s vyplněním měli nějaké obtíže nebo si u některých otázek nebyli jistí, zda jim porozuměli správně, případně zda nepostrádali nějaké varianty odpovědí apod.

Příklad zpětné vazby z předvýzkumu dotazníkového šetření

► *V předchozí otázce jste odpověděl/a, že někdy sledujete i zpravodajské pořady. Jak často sledujete hlavní zpravodajskou relaci Události České televize?*

- a) každý (nebo skoro každý) den
- b) více než 3x v týdnu
- c) přibližně 1x v týdnu
- d) více než 5x v měsíci
- e) přibližně 1x v měsíci
- f) několikrát do roka
- g) méně často
- h) jiné: *když nehraju na klavír nebo nejsem na tréninku*

Varianta *h* byla dopsána žákem. Dobře ilustruje uvažování respondenta o odpovědi na otázku, které je výrazně odlišné od záměru výzkumníka.

V případě osobního dotazování úspěch sběru dat často závisí na práci tazatelů. Přitom se snažíme zajistit, aby podmínky dotazování byly pro všechny respondenty pokud možno stejné, nebo alespoň srovnatelné. V ideálním případě by dotazování mělo být plynulé, pro dotazované

313 Dotazník je v tomto případě měřicím nástrojem a je potřeba, aby měřil vždy stejně. To znamená, že při pomyslném opakovaném dotazování by respondenti odpovídali na otázky stejným způsobem, zvolili by stejné varianty odpovědí. Podobně jako by nám vadily odchylky při měření či vážení fyzikálními, tak i zde by rozdílnost naměřených hodnot ovlivňovala kvalitu celého šetření.

314 Podrobněji viz kapitola 2.

zajímavé a mělo by je vtáhnout do tématu. Je chybou, pokud je dotazovaný přetěžován například přílišnými nároky, jež jsou na něj vyplněním kladeny, ale stejně tak je špatně, když se nudí, opovrhuje otázkami nebo je považuje za nedůstojně lehké, což jej může vést ke zlehčeným ironizujícím odpovědím. Po získání odpovědí (ať už byly sebrány tazatelem, nebo doručeny poštou) je každý dotazník označen pořadovým číslem, které slouží pro jeho další identifikaci a umožňuje zpětné dohledání údajů, například při čištění dat po jejich převedení do elektronické podoby. Získané dotazníky zpravidla archivujeme minimálně po dobu realizace projektu.

6.2 Kvalitativní formy dotazování

*„Skutečnost je prostě jen vyprávěním o ní.“
(Jacyno 2012: 11)*

V předchozí části jsme se věnovali standardizované podobě sběru dat pomocí dotazování, nyní se posuneme na rovinu kvalitativní a zaměříme se na polostrukturované a nestrukturované rozhovory. Většina toho, co jsem uvedla v předchozí kapitole, ale platí i zde. Na rozdíl od kvantitativního šetření na poli kvalitativním dotazované označujeme jako **informanty** nebo komunikační partnery.³¹⁵ Techniku **interview** využívá velké množství humanitních a sociálněvědních oborů a lze ji dobře kombinovat i s jinými postupy sběru dat.³¹⁶ David Silverman, autor snad nejčtenějších učebnic kvalitativního výzkumu (2000, 2003), označuje současnou společnost jako interview society, což dokládá frekvencí použití této výzkumné techniky. Při realizaci kvalitativních rozhovorů do značné míry záleží na tom, z jaké teoretické tradice vycházíte, jaké je vaše odborné zakotvení, i když ještě mnohem více se to projeví až při analýze materiálů než ve fázi jejich sběru. Narativní, biografické či funkcionální rozhovory nebo ty vedené technikou oral history budou mít svá specifika, ale budou mít i řadu rysů společných, na které se zaměřím. Přiblížím

315 Někteří je dokonce označují za spoluautory.

316 Sběr dat prostřednictvím rozhovorů je využíván i jako součást techniky pozorování, především etnografického zúčastněného pozorování (viz kapitola 7).

přítom pravidla dotazování nejen individuálních, ale v závěrečné části kapitoly i specifickou techniku rozhovorů skupinových (focus group).

Výzkumný rozhovor je specifickou, uměle navozenou sociální situací, která vzniká na popud tazatele. Jde o kontextově zakotvený interaktivní proces získávání dat o postojích, názorech, přáních, plánech, chápání věcí nebo jejich hodnocení apod. Rozhovor není neutrálním nástrojem sběru dat, ale aktivní interakcí mezi výzkumníkem a informantem, při němž dochází k produkci významů (Silverman 2003). I v kvalitativním výzkumu je běžné využití profesionálních tazatelů. Přesto je výhodnější, když rozhovory vede samotný výzkumník.³¹⁷ Je to pro něj zásadní zkušenost s reálnou terénní situací, ve které současně získává i vhled do dat. V řadě případů to ale není možné,³¹⁸ nejčastěji kvůli potřebné velikosti vzorku, jež přesahuje možnosti jednoho tazatele a vyžaduje spolupráci dalších. Na druhé straně zapojením více tazatelů lze alespoň částečně omezit vliv tazatele na charakter sebraných dat. Stejně jako v kvantitativním přístupu i zde bychom měli testovat, zda data získaná jedním tazatelem nevykazují odlišný charakter než data ostatních, zda nejsou systematicky vychýlena určitým směrem. V neposlední řadě může být omezením nekompetence nebo nechuť výzkumníka rozhovory vést.

Ačkoli v každodenním životě téměř neustále s někým rozmlouváme, není to totéž jako realizovat výzkumné interview s cílem získat určitá data vztahující se k výzkumnému tématu. Proto jsou na tazatele pro kvalitativní výzkumy kladeny vyšší nároky než na spolupracovníky kvantitativního dotazování, jejichž kvality musejí také splňovat. Z toho je zřejmé, že tazatelem nemůže být každý a že ne každý tazatel bude dobrým tazatelem. Především vedení nestrukturovaného nebo jen částečně strukturovaného rozhovoru vyžaduje rozvinuté komunikační dovednosti v kombinaci s odpovídající mírou otevřenosti, citlivosti a empatie. Je potřeba naučit se vést rozhovor nejen po stránce obsahové, ale i z hlediska psychosociálního. Každý informant je individualitou a vyžaduje jiný přístup. Někdo je přirozeně povídavý a stačí mu drobné náznaky či základní otázky tazatele, jinému je potřeba položit množství doplňujících (sondážních) otázek, a přesto jsou jeho odpovědi stručné a úsečné. Není neobvyklé, když začínající výzkumníci při realizaci

317 V celé kapitole budu mluvit o tom, kdo vede rozhovor, jako o tazateli, neboť i výzkumník v tomto případě vystupuje v této roli.

318 Například v komerční praxi mají výzkumníci často na starost spíše komunikaci s klientem, dojednávání zakázek a prezentaci výsledků, ale sběr dat v terénu do jejich pracovní náplně nespadá.

výzkumu pomocí kvalitativního dotazování zjišťují, že právě sběr dat je pro ně jednou z nejobtížnějších částí celé empirické práce. Jejich rozčarování nejčastěji pramení z nezvyklosti situace, kdy se ocitají v pozici tazatele, který se má nejen ptát, ale i vést rozhovor tematicky, zároveň pořizovat záznam a být schopen aktivně ve vhodných situacích reagovat na výpověď respondenta a klást doplňující otázky, které nebyly předem připravené. Není výjimkou, když po provedení dvou i více rozhovorů při jejich přepisování zjišťují, že v rozhovoru buď pro jejich výzkumné téma potřebná data téměř chybějí, anebo že je nebyli schopni v průběhu realizace rozhovoru zachytit a zjistit k nim další podrobnosti. Vedení nestrukturovaných rozhovorů vyžaduje cvik, jenž počáteční nesnáze pomůže odstranit, nebo alespoň zmírnit. Důležitá je nejenom pečlivá příprava, ale i nácvik vedení dialogu souběžně s dalšími činnostmi, které při tom tazatel průběžně vykonává. Ne nadarmo se vedení rozhovorů považuje za řemeslnou dovednost.³¹⁹

Pro úspěšnou realizaci kvalitativních rozhovorů je nezbytná příprava podkladů, tzv. **scénáře** či **návodu rozhovoru**. Přitom platí, že připravované otázky, které položíme dotazovanému, nejsou shodné s otázkami výzkumnými (na něž odpovídá výzkumník v závěrečné zprávě ze svého šetření). Pro zodpovězení výzkumných otázek zpravidla potřebujeme údaje získané na základě řady otázek, jež položíme dotazovanému. Míra jejich přípravy bude variovat v závislosti na stupni standardizace zvoleného výzkumného postupu. Návod rozhovoru může mít více podob podle toho, do jaké míry bude dotazování strukturované. Může jít pouze o výčet témat a podtémat, která během rozhovoru máme projít, nebo naopak o soubor přesně znějících otázek, včetně stanovení jejich pořadí (ale není to příliš obvyklé). V takovém případě by se jednalo o **strukturovaný rozhovor**, jehož průběh je předem určen a omezen zněním a pořadím stanovených otázek. Na rozdíl od dotazníkového šetření, kde převládají uzavřené otázky s předem připravenými variantami odpovědí, zde odpovědi formuluje dotazovaný. Formálnost či neformálnost, nebo chcete-li svázanost a volnost, je klíčovým faktorem, určujícím typ rozhovoru.

319 To je zřejmé například u žurnalistů nebo moderátorů politických i zábavných pořadů. Ne každý má přehled, vytrvalost a údernost Larryho Kinga.

Tab. 3 Typy rozhovorů podle míry standardizace a strukturace

standardizovaný řízený rozhovor	strukturovaný rozhovor	polostrukturovaný rozhovor	hloubkový rozhovor
standardizovaný dotazník	polostandardizovaný rozhovor	polostandardizovaný, otevřený	nestandardizovaný, volný, neformální
strukturovaný řízený rozhovor s uzavřenými otázkami	strukturovaný rozhovor s otevřenými otázkami	rozhovor s návodem	biografický, narativní, chápající rozhovor
pevně stanovené pořadí i forma otázek a odpovědí	stanovené otázky, jejich pořadí se může měnit, odpovědi nejsou naznačené	stanovené dílčí okruhy/témata rozhovoru, konkrétní otázky vznikají v průběhu dotazování	stanoveno základní téma rozhovoru, otázky vznikají ad hoc, blíží se běžné komunikaci
řízený tazatelem	řízený tazatelem	role tazatele a dotazovaného se vyrovnávají	vedený spíše dotazovaným
standardizované stručné odpovědi, tvrdá data	volně formulované odpovědi	volně formulované odpovědi	rozsáhlé výpovědi, měkká data
více reliabilní			více validní

Pokud mluvíme o **standardizovaném rozhovoru**, výzkumné agentury jej zpravidla označují jako řízený osobní rozhovor. Jedná se o dotazníkové šetření prostřednictvím tazatele, ve kterém je přesně určena formulace i pořadí otázek a možné varianty odpovědí. Tazatel je striktně vázán přesně dodržovat znění otázek, jejich pořadí i další doprovodné výpovědi, a to ve snaze zajistit co nejvyšší míru shodných podmínek dotazování, které minimalizují odchylky sběru dat a podporují reliabilitu šetření. Naopak **strukturovaný rozhovor** stojí na pomezí mezi standardizovanou a volnou formou dotazování. Tento postup poskytuje pro analytickou práci snáze zpracovatelná data, neboť výsledná podoba všech realizovaných rozhovorů, a tedy i získaných dat, má podobnou strukturu, a je tudíž přístupnější pro zpracování. V některých případech jsou navíc od informantů vyžadovány jen stručné odpovědi, což má dále usnadnit jejich analýzu. To může být výhodné pro začínající výzkumníky. Nevýhodou ale je omezenost získaných dat, způsobená právě tím, že strukturovaný rozhovor nedává příliš prostoru ani tazateli, ani informantovi, aby do rozhovoru prosadil vlastní témata. Proto jej někteří výzkumníci nepovažují za adekvátní využití potenciálu, který technika kvalitativního vedení rozhovoru poskytuje. Součástí částečné standardizace mohou být i požadavky na prostředí, v němž má rozhovor probíhat. V některých případech je volba místa dotazování nechána na výběru informanta, zpravidla se odehrává na neutrální půdě, ve vhodné

kavárně či restauraci, zájmovém klubu či v jeho domácnosti. Podstatné je, aby zde rozhovor nebyl rušen přítomností dalších členů domácnosti nebo hlukem z bezprostředního okolí. Právě ruchy z okolí jsou vedle nízké motivace informantů hlavní nevýhodou techniky rozhovoru (viz níže). U standardizovaných rozhovorů je také snazší odhadnout dobu potřebnou k jejich uskutečnění, což může být pro informanta (i tazatele) velmi podstatné.

Mnohem více využívané jsou ale **rozhovory polostrukturované**, označované také jako semistrukturované nebo řízené. Ačkoli i pro ně si připravujeme soupis otázek, a proto se označují také jako **rozhovor s návodem**, tato poměrně podrobná příprava nebrání tomu, aby v návaznosti na průběh rozhovoru byly doplněny další otázky nebo některé upraveny čistě na základě aktuálního uvážení tazatele.³²⁰ Stejně tak je logické, že v rozhovoru nebudou položeny otázky, na které informant odpoví spontánně, aniž by se na ně tazatel ptal. Rozlišují se proto otázky **primární**, předem připravené, a **sekundární** či **sondážní**, které vznikají ad hoc při realizaci rozhovoru, s cílem doplnit, co již zaznělo, nebo podnítit informanta k další výpovědi. Mohou mít podobu podpůrného projevu porozumění, souhlasu či zájmu nebo krátkého shrnutí informantovy výpovědi a žádosti o doplnění podrobností nebo zopakování primární otázky třeba její parafrází. Do značné míry má podobnou funkci často i mimika a gestika tazatele naznačující jeho zájem a vyzývající informanta k pokračování, například mlčenlivým pokyvováním hlavou. Polostrukturovaný rozhovor bývá považován za optimální způsob získávání dat, neboť kombinuje výhody standardizované i nestandardizované formy dotazování a snaží se minimalizovat jejich omezení. Patří proto k nejčastěji využívaným technikám kvalitativního přístupu.

Na druhé straně spektra stojí **rozhovory hloubkové** (volné či neformální), které jsou vedeny zcela otevřeně, a je do značné míry v režii informanta, o jakých tématech bude mluvit, jak dlouho a jak podrobně se jim bude věnovat. Takový rozhovor je často veden pouze s vědomím základního tématu nebo několika okruhů, kterých se má týkat. Jednotlivé otázky vyplývají z průběhu rozhovoru, jak se tazatel doptává na informace, jichž se mu v přirozené komunikaci dostává. Je úkolem tazatele, aby již v průběhu rozhovoru byl schopen vnímat, co mu informant říká, identifikovat potenciálně nosná sdělení a získal k nim dostatek podrob-

320 Z toho je zřejmé, proč je vhodné, když rozhovory realizuje samotný výzkumník, který má vhlad do tématu a je blíže obeznámen s přesnými cíli studie.

ných údajů. Toho se snaží dosáhnout pomocí sondážních či podpůrných otázek. To klade značné nároky na jeho pozornost, soustředění i flexibilitu. Není neobvyklé, když informant během rozhovoru zcela odbočí od výzkumníkem poptávané tematiky ke zcela odlišné látce. Je na tazateli odhadnout, nakolik jsou v daný okamžik poskytované informace pro výzkum již nerelevantní a kdy je nutné vrátit mluvčího k požadovanému předmětu, a to tak, aby plynulost rozhovoru nebyla výrazně narušena. Volné rozhovory mohou být značně dlouhé a časově náročné; standardně trvají přes hodinu i déle, nebo se tazatel s informantem schází vícekrát. To je možné u všech typů kvalitativního dotazování, pokud je k tomu informant ochotný. Ačkoli hloubkové rozhovory poskytují objemné datové podklady, výzkumník při analýze dat může zjistit, že mu určitý typ údajů chybí nebo že nějaké pasáží nerozumí nebo si není jist, zda jí rozumí správně. V takových případech je nejvýhodnější se informanta znovu zeptat a požádat jej o doplnění a objasnění (pokud je to ovšem možné). Výhodou hloubkových rozhovorů je získání zcela spontánních výpovědí, informantem formulovaných obrátů a zvolených označení popisovaných jevů/osob/událostí, včetně uvedení konkrétních a často i velice osobních údajů, považovaných za niterné (proto označení hloubkové rozhovory). V tomto typu rozhovorů jsou povoleny i otázky „proč“, které ve standardizované formě dotazování nemají své místo. Cílem hloubkových rozhovorů je získat data k pochopení příčin a motivů jednání dotazovaných, k objasnění vzniku postojů a jejich vysvětlení. Kvůli značně širší jsou ale někdy považovány za obtížně analyzovatelné a náročné na zpracování.

Příkladem volných rozhovorů je **narativní** či **biografický rozhovor**. Jeho specifikem je zaměření na vyprávění informanta o určitém tématu v kontextu nějaké životní události, vyprávění o vlastním životě nebo o jeho vybraných obdobích. Vychází se zde z předpokladu, že význam jednotlivých událostí je možné adekvátně uchopit jen v kontextu širší (celé) biografie dané osoby. Výzkumník využívá schopnosti dotazovaného vysvětlit jednotlivé události a chce znát jeho interpretaci. Všimá si, jaké události osobní biografii dotyčného formovaly, s jakými dalšími je spojuje nebo jak zvýznamňuje prvky své identity na pozadí osobní biografie. Dotazování informanti přitom při vyprávění svého životního příběhu rekonstruují vlastní identitu, vytvářejí a stvrzují vlastní já. Z tohoto pohledu tedy probíhající konverzace není jen předáváním významů, ale odkrýváním a sdílením vlastní identity na pozadí životní trajektorie (Collins 1998). Tento typ rozhovorů by bylo možné použít

například ve výzkumu zkušeností novinářů z různých typů médií nebo válečných reportérů apod. (viz níže).

Specifickým postupem, který lze v neformálních rozhovorech použít, je technika volné asociace, vycházející z psychoanalytické freudovské psychologie. Jde o snahu zachytit volný proud myšlenkových asociací, který se využívá například i k podpoře kreativity v podobě techniky volného asociativního psaní. Zjednodušeně řečeno se jedná o techniku usilující o to, aby informant spontánně, bez hlubší reflexe, uváděl všechny myšlenky, jež jej napadají v souvislosti s daným tématem, a nesnažil se je vnitřně cenzurovat, upravovat a třídit. Zároveň se předpokládá, že myšlenkové linie zpravidla směřují k jádru tématu a tím odhalí to podstatné.

Zcela specifickou technikou vedení kvalitativních rozhovorů je fenomenologický rozhovor. I ten výrazně pracuje s historií informanta, zjišťuje důvody jeho jednání a snaží se jej vést k tomu, aby připisoval významy svému jednání v konkrétních situacích. Jeho specifikem jsou tři fáze, ve kterých se většinou odehrává. Výzkumník se s dotazovaným setkává opakovaně, vždy s odstupem několika dnů a při každém setkání se rozhovor posouvá dále, hlouběji, na úroveň větší míry reflexe zkoumaného tématu a jeho abstrakce. Komparace dat získaných v jednotlivých vlnách rozhovorů přispívají ke kontrole vnitřní konzistence získaných odpovědí a testování správnosti jejich porozumění výzkumníkem.³²¹

6.2.1 Hlubkový rozhovor

V případě techniky kvalitativních rozhovorů, právě proto, že se jedná o interakci tazatele a informanta, mluvíme spíše o tvorbě či generování dat než o jejich sběru.³²² Charakter vzájemné interakce mezi komunikačními partnery je standardně vnímán jako výměna nositelů dvou rolí, ale vhodně vedený hlubkový rozhovor má vlastní (nepřipravenou, nenaplánovanou a snad i nenaplánovatelnou) dynamiku a komplexitu, v níž se komunikační role obou partnerů mohou střídat. Je do značné míry nevyužitím potenciálu této techniky, pokud námi vedené rozhovory budou fungovat pouze jako mechanické nástroje sběru dat v kulisách specializované formy komunikace, ve které se jedna strana redukuje na kladení otázek a druhá pouze odpovídá, což ji staví do značně pasivní pozice. Taková situace získává značně hierarchický ráz, kdy si komunikující nejsou rovni a tazatel je dotazovanému nadřazen, neboť určuje

321 Podrobněji viz např. Hendl (2005).

322 Už jsem to zmiňovala v předchozí kapitole. Srov. Collins (1998).

témata hovoru a může druhého svými zásahy usměrňovat, přerušovat i umlčet. V mnoha případech je ale vhodnější, když je komunikační situace vyváženější a informant se necítí jako u výslechu, naopak dostává od tazatele zpětnou vazbu ve smyslu důležitosti, relevance a zajímavosti poskytovaných údajů. Mluvíme o dialogickém způsobu vedení rozhovoru mezi dvěma partnery. Je vhodné získat komunikačního partnera tzv. na svoji stranu, zaujmout jej diskutovaným tématem a obracet se na něj jako na klíčový mezičlánek, jež nám při realizaci výzkumu pomáhá.³²³ To posiluje jeho komunikační pozici a jistotu. Pointa je vést rozhovor co nejbližně běžné komunikaci, ale zároveň se nenechat do této konverzace zcela vtáhnout. Především nehodnotit vypovídajícího nebo jeho vyjádření. Jak ale zároveň zachovávat neutralitu dotazování a objektivní odstup od získávaných informací a přitom nepůsobit netečně či příliš autoritativně?

Pro úspěšné vedení rozhovoru je potřeba vložit do něj ze strany tazatele část svého já.³²⁴ Být druhému komunikačním partnerem, který jej se zaujetím poslouchá a vnímá, ne jen automaticky na kladení otázek a záznam odpovědí. Pro vedení takovýchto rozhovorů je standardizovaná reprodukce předem připravených otázek neadekvátní. Ačkoli se někteří autoři přiklánějí k syrovému, neutrálnímu vedení rozhovorů, moje zkušenost radí, že je mnohdy výhodnější, i pro tazatele příjemnější, investuje-li do interakce vlastní zkušenosti a zážitky, nepůsobí nezaujatě a nezdráhá se komentářů k probíraným tématům ve snaze zachovávat neutralitu a neovlivnit dotazovaného svými výpověďmi. To ale neznamená přebírat roli vyprávěcího a zodpovědět položené otázky za dotazovaného nebo jej svými poznámkami odradit, a už vůbec to neznamená naznačovat, že jeho odpovědi, postoje či názory nesdílíte, neřkuli že je považujete za nesprávné.³²⁵ Být dotazovanému dobrým komunikačním partnerem neznamená jeho výpovědi slovně posuzovat. Jde spíše o zaujaté přitakání a další mimická gesta naznačující, že jej soustředěně posloucháme a že

323 V komunitním plánování a v pedagogickém výzkumu jsou odlišovány tři úrovně zapojení informantů do výzkumného procesu: poradní, spolupracující a kolegiální. Na první úrovni jsou partícipanti zahrnuti do promýšlení témat výzkumu a jsou s nimi konzultovány jejich strategie sociálního jednání týkající se zkoumaného tématu. Na druhé rovině jsou přizváni ke sběru dat, a případně vyzváni i k návrhům jejich interpretace. Ve třetím případě se stávají členy výzkumného týmu, spolupracují na interpretaci a formulování závěrů podle stanovených cílů výzkumu. Srov. Hart (1997).

324 Jack Douglas (1985) mluví o kreativním rozhovoru, založeném na sdílení pocitů a myšlenek mezi výzkumníkem a informantem.

325 Je nesmírně důležité umět kontrolovat i svoji mimiku, neboť nesouhlas či nesdílení názoru je často sdělováno spíše výrazem tváře než explicitním vyjádřením.

to, co říká, nás zajímá a je pro náš výzkum důležité. Příkladem takového vedení je technika **chápacího rozhovoru**, jak jej popisuje francouzský sociolog Jean-Claude Kaufmann (2010).³²⁶

Při vytvoření blízké komunikační situace, ve které tazatel i dotazovaný sdílí část svého já,³²⁷ své identity a intimity, je možné získat i velmi osobní data a niterné výpovědi. V takových rozhovorech se komunikační role partnerů nezřídka i obrací a tazatel je mimikou vyzýván k přitakání nebo doplnění výpovědi a uvedení vlastní zkušenosti či postoje. Nepleťme si to však s případem, kdy se informant-kverulant snaží vedený rozhovor narušit a dát najevo tazateli jeho nekompetenci či nedostatečnou erudici, obrátit komunikační situaci, dostat se do nadřazené pozice a naopak být tím, kdo klade otázky.³²⁸ Proto je dobré být připraven i na situace, kdy informant působí nepřirozeně, nadřazeně nebo přehání, má sklon tazatele poučovat, otázky nebo téma výzkumu zpochybňovat apod. Zpravidla (pokud je to možné) je lepší takový rozhovor ukončit, i když nepřinesl potřebná data.

Není úplnou výjimkou, když niterně vedený hloubkový rozhovor má také terapeutický charakter a příznivé účinky na dotazovaného, zvláště když se dostatečně uvolní a ventiluje i své pocity. Tazatel se tak dostává do pozice zpovědníka či terapeuta a i na to by měl být připraven. Může se stát, že údaje, které získá v průběhu takto angažovaného rozhovoru, neodpovídají nebo jsou v rozporu s výpověďmi z jeho počátku, kdy se komunikační situace mezi ním a dotazovaným teprve vytvářela. Informant může mít tendenci v rozhovoru dávat najevo jen část svého já a jen určité já, podobně jak jsme o tom mluvili již v předchozí kapitole. Přitom stále platí, že dotazovaní poskytují v rozhovoru jen určité informace a vnitřně kontrolují, jaké údaje uvedou. V rozhovoru vždy získáváme zprostředkované údaje, motivované specifickými záměry informanta co sdělit a jak. Dotazování nám neřeknou více, než nám říci chtějí. Nemá proto smysl si lámat hlavu s tím, zda naše otázky nejsou příliš vtíravé nebo intimní. Ve správně vedeném rozhovoru je informant rovnopráv-

326 Jeho kniha *Chápací rozhovor* (Kaufmann 2010) je úžasným praktickým rádcem pro ty, kdo se tuto výzkumnou techniku rozhodnou aplikovat.

327 Není výjimkou, když zjistíte, že takové vedení rozhovorů vám nevyhovuje. Ne každý je rozeným tazatelem a znám i výzkumníky, kteří se vedení rozhovorů z různých důvodů vyhýbají, například kvůli neoblíbené komunikaci s neznámými osobami. Já naopak považuji vedení rozhovorů za velice obohacující zkušenost nejen po odborné, ale i osobní stránce.

328 Ani takové zkušenosti se ve své praxi nevyhnete, ale ta je výsledkem nezvládnutí role tazatele, nikoli partnersky vyrovnaného vedení hloubkového rozhovoru.

ným partnerem, který má právo i možnost jakoukoli z našich otázek odmítnout a neodpovídat.

Je zcela logické, že v průběhu rozhovoru komunikující vůči sobě (ale i vzhledem k situaci samotné) pociťují určité emoce. Ty nelze od takové komunikační situace odmazat, protože vnímání ani sdělování nelze jednoduše zbavit citového náboje. V hloubkovém nebo biografickém rozhovoru je naopak běžné, že je dotazovaný na tématu citově zaangažován. Tazatel by tedy měl být připraven i na to, že se může rozčítit nebo začít plakat. Právě v takových situacích je reakce tazatele velice důležitá a musí zvolit správnou míru empatie. Je složité poradit, jak se zachovat. Někteří informanti mohou v tuto chvíli očekávat soucítění a utěšování, jiným by cokoli podobného bylo trapné a raději se snaží přejít k jinému tématu nebo rozhovor ukončí. Někdy může pomoci nechat jej chvíli o samotě. Emoce zažívané v průběhu interakce jsou velmi reálné a mohou být i materiálem nesoucím přidanou informaci. Ale protože je zvykem pracovat s daty v přepsané podobě a při prepisu dat je zaznamenání emocí obtížné, většinou z datového materiálu vypadnou a při interpretaci už se s nimi nepracuje a nebývají příliš zohledňovány. K úskalím takovéto redukce datového materiálu se vrátím později.

Tazatelé tedy musí počítat s tím, že v niterně vedeném rozhovoru se nikdy nemohou zcela připravit na to, co uslyší. Mezi tazatelem a dotazovaným vzniká důvěrný vztah (podobně jako mezi pacientem a lékařem nebo zpovídaným a knězem) a sdělované informace mohou mít i charakter obchodních tajemství či indicií trestných činů. Jak se zachovat, když se nám dotazovaný svěří s údaji, jež nejsou v souladu s platnou legislativou? Neboť to tazatele staví do pozice osoby, jež by údaje měla poskytnout orgánům činným v trestním řízení. Takové jednání by však jeho výzkumnickou dráhu poměrně výrazně narušilo a ohrozilo důvěru, již si do té doby u informantů získal. I na tuto variantu je tedy potřeba se vnitřně připravit. Žádná z učebnic neobsahuje doporučení, jak se v takovém případě zachovat. Každý potenciální tazatel by si však měl předem zvážit, zda je jím zkoumané téma etické³²⁹ a zda se při vedení rozhovorů

329 Problematické informace mohou být spojeny s výzkumnými tématy, jako je např. domácí násilí, různé podoby výchovných praktik a trestů, ale kupř. i výzkum života subkultur, komunity sprejerů nebo života v sociálně slabých lokalitách. Na poli výzkumu médií zájem o vlastnické či mocenské vztahy v jednotlivých médiích nebo jejich sítích, ale i v rámci struktury média a vztahů mezi zaměstnanci. Podobně problematickým tématem může být korupce, průběh výběrových řízení a další druhy jednání, spojované s pololegálními praktikami.

nemůže dostat do situace, kdy by získané údaje raději neslyšel.³³⁰ Pokud si sám pro sebe není schopen tuto možnost připustit anebo neví, jak se v takové situaci dále zachovat, bylo by vhodnější, aby od svého záměru upustil a zvolil si jiné výzkumné téma.

Připomeňme, že ve výzkumném procesu i při sběru dat je tazatel jen prostředníkem. Není vlastníkem nahrávky ani jejího přepisu, ani získaných dat. Tazatel musí postupovat seriózně a nesmí o průběhu rozhovoru ani o jeho obsahu mluvit s jinými osobami než s výzkumníky. Jestliže není členem řešitelského týmu, ale čistě spolupracovníkem na sběru dat, měla by jeho mlčenlivost být specifikována v pracovní smlouvě uzavřené s řešiteli před započatím práce. To samozřejmě platí i pro tazatele kvantitativních šetření.

Zásady pro úspěšné vedení rozhovoru

Jak už jsem naznačila v případě kvantitativního dotazování, nejsou žádné postupy, které vám při vedení rozhovoru zaručí získání těch správných dat. Přesto uvedu výčet zásad, jež mají úspěšnému vedení rozhovoru napomoci.

Rozhovor by měl probíhat v klidném prostředí, tak aby nebyl narušován hlukem nebo jinými přestávkami. Zpravidla se snažíme co nejvíce vyjít vstříc dotazovanému a necháme na něm, aby sám zvolil místo i čas dotazování. Pokud se jedná o individuální rozhovory, pak by u nich neměly být žádné další osoby, a to ani v případě, že je veden v domácnosti respondenta. Překážkou může být jak přítomnost dětí, tak partnerů nebo dalších příbuzných. Při rozhovoru je rušen jak informant, tak i pozornost tazatele a případnými intervenujícími poznámkami třetí osoby může být ovlivněna i validita získávaných dat. Výjimkou je dotazování dětí nebo mladistvých, ke kterému musí dát písemný souhlas jejich zákonní zástupci, a v případě, že si to vyžádají, mohou být rozhovoru přítomni.

Velmi podstatnou kvalitou rozhovoru je jeho délka. Především bychom informanta neměli okrádat o čas a měli bychom alespoň přibližně dodržet předem dohodnutou dobu dotazování. I když je rozhovor pro obě strany příjemný, nelze jej vést do nekonečna. Je vhodnější se domluvit na další setkání než stávající neúměrně natahovat. Únosná délka přítom

330 V podobné situaci se kdysi ocitli kolegové při výzkumu integrace zahraničních manuálně pracujících imigrantů v České republice. Řada údajů, které se v rozhovorech dozvěděli, naznačovala rozpory s legislativou platnou pro zaměstnávání zahraničních pracovníků a výzkumníci si dokonce nebyli jistí, zda je skutečnost, že se tématu věnují, nevystavuje osobnímu ohrožení.

značně variuje v závislosti na osobnosti dotazovaného a pro každého může být zcela odlišná; pohybující se od 15 min. u dětí až ke dvěma i více hodinám. Dlouhý rozhovor je náročný nejen pro dotazovaného, ale i pro tazatele, který musí udržet svoji pozornost a disciplínu a být schopen jej dokončit. Tomu je potřeba přizpůsobit i celkové zadání rozhovoru a jeho navržený scénář.

Klíčovou postavou realizace kvalitativního rozhovoru je tazatel. Stejně jako při dotazování kvantitativním i zde jsou s osobností tazatele spojená potenciální rizika, jako je interviewer bias a efekt morčete (viz výše).³³¹ Je důležité nejen to, jak se ptáme, ale i kdo se ptá, jaké je jeho charisma, vystupování, způsob řeči a pravděpodobně i gender, věk, etnicita a další druhotné znaky. V některých případech je proto vhodné vybírat tazatele z podobné sociální vrstvy nebo s podobnou sociální zkušeností jako dotazovaní, tak aby mezi nimi nebyly diametrální sociální rozdíly. K zásadním dovednostem tazatele patří umění naslouchat. To znamená nejen dávat dotazovanému najevo, že nás jeho výpovědi zajímají a jsou pro nás důležité, ale i poskytnout mu dostatek času jak na odpověď, tak na rozmyšlenou. Netlačit na něj a neklást další otázky hned, jak se odmlčí. Častou chybou je právě až příliš velká aktivita tazatele při vedení rozhovoru. Pokládá zbytečně moc otázek a v příliš rychlém sledu, vrací se k okrajovým drobnostem a nenechává informantovi dostatek prostoru, aby rozhovor formoval sám podle vlastní dynamiky. Informátor se nesmí v rozhovoru cítit ani jako u výslechu, ani jako pod palbou otázek, ani mít dojem, že jej tazatel tzv. chytá za slovo nebo jej kontroluje a hodnotí, případně obrací již řečené proti němu.

Dobrý tazatel by měl umět korigovat svoji gestiku a mimiku, jimiž může partnerovy neverbálně dávat najevo jak své zaujetí poslouchaným, tak to, že s ním nesouhlasí. A naopak by měl být schopen z jeho gest či tělem zaujímaných pozic vyčíst, zda se v rozhovoru cítí příjemně nebo je například nervózní, protože už setkání trvá příliš dlouho či jsou mu některé otázky nepohodlné. K osvojení si alespoň základních poznatků tohoto typu slouží různé příručky neverbální komunikace.³³²

Tazatel je při vedení rozhovoru v pozici profesionála. Vždy si musí pamatovat, na co se již ptal, a neměl by si ve vlastních výpovědích odporovat (pokud to není záměr). K dotazovanému by měl přistupovat s úctou a odpovídajícím vděkem za to, že svolil k účasti na výzkumu a poskytuje nezbytná data. Tazatel nemá informátora opravovat, přesvědčovat nebo

331 Viz kapitola 6.1.

332 Viz např. Křivohlavý (1988).

vychovávat; v průběhu rozhovoru by měl potlačit svůj názor na tematiku a nepodsouvat jej dotazovanému v nevhodně formulovaných, návodných či sugestivních otázkách. Nedostatečně proškolený a zkušený tazatel si takové chyby patrně ani nebude vědom a bude schopen ji odhalit až zpětně při procházení záznamu rozhovoru (nebo ani tehdy ne). Proto je vhodné v přípravné fázi provést alespoň jeden cvičný rozhovor, ve kterém si tazatel téma osvojí a formulování otázek si vyzkouší. Dotazovanými takového přípravného rozhovoru zpravidla nejsou osoby odpovídající cílové populaci výzkumu³³³ a s údaji získanými ve cvičných rozhovorech se většinou nepracuje.

Kontakty na informátory tazatelé zpravidla dostávají od zadavatelů/ /výzkumníků. V některých případech může být jejich úkolem vybrat a kontaktovat vhodné osoby s odpovídajícími vlastnostmi, například na základě určitých kvót. Ke kontaktování lze využít různé postupy, přitom je však potřeba zvážit, který je pro danou osobu vhodný, zda zaslat dopis nebo e-mail, popřípadě zatelefonovat nebo využít zprostředkování nějakého známého. Není výjimkou, že doporučený informátor účast v šetření odmítne nebo se bude zdráhat rozhovor poskytnout. V tom případě musíme hledat jiného vhodného kandidáta, popřípadě můžeme tohoto oslovit ještě jednou s určitým časovým odstupem. Třeba budeme mít štěstí a v mezidobě na účast v rozhovoru změnil názor. Pak už záleží na tom, nakolik se bude v určený čas setkání tazateli dařit konkrétní rozhovor realizovat.

Největším selháním tazatele je fingování rozhovorů a jejich realizace s jinými než určenými osobami. Takové jednání je neetické a přitom jen obtížně prokazatelné. Kontrolu práce tazatelů lze provádět jen opětovným oslovením dotazovaných osob, což ale narušuje jejich dojem zachování anonymity dotazování i poskytnutých údajů. V některých případech může být s dotyčným proveden ještě druhý rozhovor a odpovědi následně srovnány s předchozími; není to však obvyklé. Jedná se o tak hrubý prohřešek, že by jeho odhalení mělo vést k ukončení spolupráce s tazatelem a vyřazením všech jím realizovaných rozhovorů z výzkumu.

Důležitou roli při vedení rozhovoru hraje znění i pořadí otázek. Na začátku je vhodné stanovit tematický rámeček, ve kterém se má rozhovor pohybovat, a podotknout, že v případě výrazného odbočení od tématu jej tazatel může přerušit. V průběhu rozhovoru ale tazatel může cítit, že by jeho vstup do výpovědi informanta nemusel působit zdvořile a mohl

333 Dobrým pomocníkem zde bude kolega, který má s vedením rozhovorů vlastní zkušenost, a po skončení rozhovoru nám poskytne zaslíbenou zpětnou vazbu o kvalitě jeho vedení.

navozenou komunikační situaci narušit.³³⁴ Takové situace během hovoru mohou vznikat opakovaně, neboť někteří mluvčí mají výrazný sklon odbíhat a mluvit o něčem zcela jiném, než by tazatel potřeboval, a navíc reagovat podrážděně na přerušení vlastní výpovědi.

Ačkoli jsou polostukturované a nestrukturované rozhovory poměrně flexibilní, stejně je potřeba zvažovat, jaké otázky položím na začátku, abych navázal kontakt s informantem, a které si nechám na později, až se rozvypráví, anebo do samotného závěru před ukončením rozhovoru. Položená otázka by měla být přesně formulovaná, stručná³³⁵ a přitom současně co nejvýstižnější vzhledem k tomu, na co se ptáme. To předpokládá, že víme, co chceme zjistit a jak se na to budeme ptát. Proto si předem téma promýšlíme a připravujeme návod rozhovoru. Samozřejmostí je konzultování podkladů pro vedení rozhovoru (např. s kolegy) před jejich realizací.

Nelze dát přesný návod, jaké zvolit pořadí otázek. Odlišujeme trychtýřovité a hřebenové kladení otázek. V prvním případě postupujeme od otázek obecných ke specifickým nebo emocionálně zabarveným; ve druhém lze střídát otázky z různých témat a opakovaně se k tématům vracet.³³⁶ Především ale tazatel nesmí informanta otázkami zahltit. Základní pravidlo říká: klademe vždy jen jednu otázku. To také znamená neptat se na více věcí současně. Takto formulovaná otázka spíše naznačuje, že tazatel přesně neví, co potřebuje vědět, na co nebo jak se má zeptat. Otázku formulujeme tak, aby jí informant rozuměl. Problematické jsou otázky příliš obecné, obsahující složité větné konstrukce, negativně formulované nebo takové, které si a priori vynucují určité odpovědi. Nemá smysl klást otázky sugestivní, zavádějící, dvojsmyslné, hodnotící nebo takové, o nichž předem tušíme, že na ně informant nebude znát odpověď nebo že jsou pro něj eticky či emocionálně nepřijatelné. Kladené otázky by měly být opravdu otevřené, to znamená, že umožňují širokou škálu možných odpovědí a neomezují je předem na určité formulace nebo nenaznačují, jakou odpověď tazatel očekává. Pokud chceme získat nějaké

334 Na druhé straně pozor na situaci, kdy tazatel považuje údaje sdělované informantem za nesouvisející, ale v myšlenkové úvaze informanta mezi tématy nějaké propojení existuje, a proto bude podstatné i z hlediska výzkumu, jen to není na první poslech zřejmé.

335 Mistr dotazování L. King v rozhovoru s J. Krausem říká: „... já jsem měl tu schopnost přimět lidi, aby se mnou mluvili. Nevím proč, ale myslím, že to možná bylo tím, že jsem kladl jednoduché, krátké otázky. Mé otázky nikdy nebyly delší než dvě věty a každá končila otazníkem.“ (23. 9. 2011, <http://www.youtube.com/watch?v=puDRgOTwiCU&lr=1>.)

336 Srov. Ferjenčík (2000).

hodnotící výpovědi, potřebujeme, aby klíčová tvrzení informant formuloval samostatně. Nemá smysl mu je tzv. předžvýkat. Ale to všechno jsou zásady, které jsem podrobně vyložila již v předchozí kapitole 6.1. Podle Kerlingera (1972) mají formulace otázek splňovat následující požadavky:

- ▶ být relevantní ke zkoumanému problému;
- ▶ zacílené na informaci, kterou chceme získat;
- ▶ jasné, nedvojsmyslné, eticky a emocionálně přijatelné;
- ▶ nebyt sugestivní a nenavádět k žádoucím odpovědím;
- ▶ nepožadovat údaje, které respondent nezná.

Příklady nesprávně-sugestivně formulovaných otevřených otázek omezujících odpověď informanta

- ▶ *Proč vás tak zaujala nová vědomostní soutěž, kterou minulý týden zařadila Česká televize; bylo to tím, že má dobrého moderátora a zajímavou dramaturgii?*
- ▶ *Nakolik je pro vás každodenní čtení denního tisku důležité; je pro vás důležité, že ano?*
- ▶ *Myslel/a jste si, že právě tento film bude tak úspěšný jak u odborné poroty, tak u veřejnosti a vzbudí takový ohlas, protože to nebylo příliš očekávané?*

Na začátku rozhovoru se zpravidla snažíme vytvořit vhodnou atmosféru pro komunikaci, více se s informantem seznámit a rozmluvit ho. Měli bychom objasnit cíl výzkumu a vysvětlit dotazovanému, proč byl do šetření vybrán. Hned zpočátku také požádáme o vyjádření **poučeného** (informovaného) **souhlasu**. Nejprve ale musíme informanta seznámit s průběhem dotazování i jeho možností otázky nezodpovědět nebo rozhovor ukončit. Nejčastěji volíme písemnou formu tohoto prohlášení, kdy nám dotazovaný podepíše připravený formulář, na kterém je uvedeno, že souhlasí s účastí ve výzkumu za podmínek zachování anonymity poskytnutých informací. Informant by měl také souhlasit s pořízením záznamu rozhovoru a s jeho archivací. V případě, že je rozhovor nahráván na záznamové zařízení, je možné vyžádat si pouze ústní vyjádření souhlasu. Tato část záznamu, na které je uvedeno i jméno dotazovaného, je později od zbývajících částí nahrávky oddělena a uchována samostatně, aby byla dodržena anonymita dotazování. Zde je vhodné připomenout, že ačkoli je nahrazení jmen informantů pseudonymy samozřejmostí, nemusí být vždy dostačující pro udržení jejich anonymity. Identita informantů může být odvoditelná z dalších údajů, které jsou o nich následně v práci uvedené, stejně jako lze často odvodit z uvedených skutečností místo

realizace výzkumu.³³⁷ Je proto nezbytné zvážit, které ze získaných údajů je možné zveřejnit a které bude vhodnější nepublikovat. Toto rozhodnutí je vždy vázané na konkrétní případy a je potřeba je řešit jednotlivě.

Na úvod volíme lehčí otázky. Například požádáme informanta, aby uvedl něco o sobě nebo aby začal výpovědi o nějakém svém oblíbeném tématu, aktuální práci, koníčcích, zážitcích, případně i o počasí. Rozhovor ale také lze začít tzv. natvrdo hlavní otázkou zkoumaného tématu a využít tak zájmu dotazovaného a toho, že ještě není unaven. V průběhu rozhovoru otázky řadíme zpravidla do širších tematických bloků, ale zároveň zohledňujeme přicházející odpovědi a snažíme se vést rozhovor tak, abychom na ně plynule navázali. Vhodnější je klást nejprve otázky vztahující se k současnosti a získané odpovědi pak použít jako záchytné body pro zjišťování údajů z minulosti nebo plánů do budoucna. Doporučuje se také zařadit na začátek neproblematické otázky, na něž bude informant odpovídat spíše popisem, a až později se ptát na jeho postoje, interpretace a pocity ohledně zmiňovaných událostí. Otázky na citlivá témata bývají řazeny spíše ke konci. Vždy je však potřeba zohledňovat specifický průběh právě vedeného rozhovoru, reakce dotazovaného i jeho mimovolnou neverbální komunikaci a řeč těla. Pokud se nám nepodaří vhodně zakomponovat sociodemografické otázky do průběhu rozhovoru, pokládáme je až na závěr. Většinou proto, že jde o údaje, které už pro respondenta nejsou zajímavé, výzkumník je ale ke své analýze bude nezbytně potřebovat.

Při vedení rozhovoru může být vhodnou taktikou tazatele k podnícení dalších výpovědí informanta i částečná rekapitulace toho, co již řekl. Například: „pokud jsem vám dobře rozuměl, tak si myslíte...“, „uvedla jste, že..., jak to bylo dál?“, „podle toho, co jste řekl, to tedy proběhlo tak, že...“. Nebo využít i obyčejnou žádost: „Můžete mi o tom říci ještě nějaké podrobnosti?“ Vhodnou taktikou může být kladení tzv. **simulačních otázek**. Jedná se o variantu otázek projekčních, o kterých jsme mluvili v předchozí kapitole. V tomto případě informanta požádáme, aby si představil určitou situaci a tu nám popsal. Není zcela podstatné, zda si v této souvislosti bude v dané situaci představovat sama sebe nebo ne. Jde o to, že na základě vlastní představivosti a vnitřní vizualizace bude vyprávět o tom, co si představuje. Tento postup umožňuje získat velmi podrobné

337 V menší zemi, jako je Česká republika, kde je omezený počet vědců určitého oboru a většina z nich má povědomí o tématech, kterým se věnují jejich kolegové, lze často pravou identitu jejich informantů dovodit i proto, že tušíte, v jakém prostředí se daný výzkumník v předchozích letech pohyboval. V pomyslném výzkumu českých žurnalistů by mohlo být možné identifikovat jednotlivce např. podle jejich uvedené pracovní dráhy apod.

údaje a přitom rychleji, než kdybychom se na různé detaily ptali jednotlivě. Navíc zdůrazňuje optiku informanta a jeho vidění dané situace. Ale nelze tuto techniku použít vždy, jen ve vhodných případech, například by to bylo možné při výzkumu každodennosti redakce určitého lokálního média nebo ve výzkumu příjemců vybraných mediálních obsahů.

V závěru rozhovoru je vhodná rekapitulace podstatných údajů, které jsme získali. Pokud jsme již vyčerpali připravené otázky, můžeme informanta požádat, zda chce k tématu doplnit něco, o čem jsme ještě nemluvili, něco zdůraznit či zopakovat. Závěrem mu nesmíme zapomenout poděkovat za spolupráci a zjistit možnost dalšího setkání v případě, že by bylo nutné nějaké údaje doplnit, upřesnit nebo rozšířit. Tazatel by také měl umět rozhovor včas ukončit. Musí být schopen vnímat mimoslovní náznaky informanta, které indikují jeho únavu, nebo že je pro něj téma nezajímavé a nudí se.³³⁸ V tom případě je nutné změnit téma nebo informátora jinak rozptýlit, například vtipem, vhodnou historkou vztahující se k tématu rozhovoru apod. Je lepší domluvit se ještě na jednom setkání než rozhovor neúměrně protahovat. Standardně přijatelné délka rozhovoru se pohybuje okolo 40–90 min., ale může být i delší, pokud informátor patří ke skupině zvyklé mluvit a setkání mu nenarušuje další program.

Předem je potřeba se připravit také na to, jakým způsobem budeme rozhovor zaznamenávat. Ačkoli digitální záznamová technika je dnes velmi rozšířená, ne každý informant s pořízením záznamu musí souhlasit. Dříve než automaticky spustíme nahrávání diktafonu, je korektní požádat informanta o souhlas s pořízením záznamu.³³⁹ Zároveň bychom mu měli vysvětlit, proč záznam potřebujeme, jak a kdo s ním bude pracovat. Výrazná většina dotázaných s nahráváním záznamu rozhovoru souhlasí a přítomnost nahrávací techniky zpravidla průběh a vedení rozhovoru nijak nenarušuje. V rámci přípravy je však nezbytné zkontrolovat úroveň nabití baterie a dostatek volného záznamového média.³⁴⁰ Někteří tazatelé-výzkumníci jsou zvyklí si v průběhu rozhovoru, i když je nahráván, dělat písemné poznámky. Jednak je to pojistka pro případ selhání techniky, ale především jde o první zachycení klíčových dat, se kterými budou pracovat. Z analytického hlediska jsou dobrou pomůckou poznámky o čase,

338 Svojí mimikou či posturikou nám může naznačovat, že mu otázky nejsou příjemné, je nervózní nebo se cítí nejistě. Pokud např. opakovaně sleduje hodinky, bude vhodné rozhovor ukončit. Podrobněji viz např. Křivohlavý (1988).

339 To se zpravidla děje společně se žádostí o informovaný souhlas k celému rozhovoru (viz výše).

340 Není zrovna příjemné v průběhu nebo po skončení rozhovoru zjistit, že jste záznam z nějakého důvodu nepořídili (např. se vám vybil baterie), a požádat informanta, aby odpovídal ještě jednou.

v němž zazněly informace, jež jsou pro výzkum podstatné, a následně je tak bude snazší v záznamu či přepisu rozhovoru znovu vyhledat. Zároveň si lze poznamenat výroky, na které se v průběhu rozhovoru ještě chcete podrobněji zeptat nebo si je nechat dovysvětlit. Poznámky mohou sloužit i jako doplňující podklad k vedení následujících rozhovorů, jako náměty, na které se ptát i dalších informantů. Tazatel ale musí být připraven na variantu, že dotazování pořízení záznamu zcela odmítnou. V takovém případě je potřeba mít k dispozici papír a tužku a odpovědi zaznamenávat, což vyžaduje značný cvik; nejen co do rychlosti psaní, ale hlavně do schopnosti soustředit se na kladení dalších otázek. V případě, že víme dopředu, že rozhovor nebude možné nahrát, stojí za zvážení, zda do terénu nevyslat tazatele ve dvojici. Jeden z nich pak vede rozhovor a druhý pouze zapisuje.

Příklad návodu pro polostrukturovaný rozhovor:

Podklady pro vedení rozhovoru na téma: Možnosti skloubení pracovní náplně a rodinného života po narození dítěte u novinářů a novinářek.

Osobní část

- Když byste potkal/a neznámého člověka a měl/a se mu představit, co byste mu o sobě řekl/a?
- Jak vypadá váš běžný všední den?
- Kdo tvoří vaši rodinu? Jak staré jsou vaše děti/dítě?
- Nejprve se budeme věnovat vaší profesi. Jakou práci aktuálně vykonáváte? Můžete popsat, v čem spočívá vaše pracovní náplň?
- Jak dlouho ji vykonáváte? Kdo je aktuálně vaším zaměstnavatelem? Nebo pracujete jako OSVČ? A jak dlouho jste právě na této pozici? Jaká jiná zaměstnání jste vykonával/a předtím?
- Kdy jste se rozhodl/a pro práci novináře/novinářky? A co byste označil/a za hlavní důvody pro tuto volbu? Co vás na této práci baví a co naopak nemáte rád/a?
- Kdy jste měl/a naposledy dovolenou a jak jste ji trávil/a?
- Jakou máte pracovní dobu?
- Jaký je váš pracovní rytmus – harmonogram pracovního dne? Pracujete na klasický plný úvazek, nebo máte jen zkrácený? A jaká je vaše oficiální pracovní doba, nebo je zcela pružná podle toho, na čem zrovna pracujete?
- Na jakém místě nejčastěji pracujete? Chodíte do zaměstnání (do redakce), nebo spíše pracujete v terénu či z domova?
- Nakolik je možné vaši práci vykonávat z domova? Využíváte této možnosti? Nakolik vám osobně vyhovuje? Případně z jakých důvodů vám to nevyhovuje?

- Do jaké míry vykonáváte vaši práci například v noci? A stává se vám, že pracujete o víkendech? Můžete odhadnout, jak často?
- Kdy jste byla na mateřské/rodičovské dovolené? Kolik let bylo vašemu dítěti/dětem, když jste se vrátil/a do práce?
- V případě, že dotazovaný nebyl na mateřské/rodičovské: Jaký byl váš pracovní režim v době, kdy se vaše dítě narodilo? Kdo se o něj staral v prvních letech? Změnil se nějak váš pracovní režim od té doby?
- Změnil se nějak váš pracovní den po návratu do zaměstnání? V čem jsou největší odlišnosti? Jak se změnila vaše pracovní doba?
- Jaké jsou výhody a nevýhody vaší profese vzhledem k osobnímu nebo rodinnému životu? V čem vy osobně vidíte největší úskalí při sladování výkonu vaší profese a péči o rodinu? A co naopak vidíte jako plus, co vám pomáhá sladovat práci a rodinu?
- Stalo se vám někdy, že jste se kvůli práci nebo rodině dostal/a do obtížné situace?
- Jak je obvyklé, že kvůli pracovním povinnostem nemáte tolik času, kolik byste si přál/a na vaše blízké?
- Stalo se vám někdy, že jste se kvůli nějaké soukromé záležitosti zažil/a nepříjemné chvíly na pracovišti (nestihli uzávěrku, smluvenou schůzku apod.)?
- Uvažoval/a jste někdy o změně zaměstnání? V jakém směru? Jakou jinou práci byste chtěl/a vykonávat? Jaký podíl na těchto úvahách hrálo napětí mezi vaší prací a soukromím?
- Dal/a byste přednost práci na zkrácený úvazek? Jaké jsou hlavní důvody, proč na něj nepřejdete?

Přístup zaměstnavatele

- Do jaké míry obecně profese novináře umožňuje skloubení pracovního a osobního (rodinného) života?
- Do jaké míry je podle vás možné skloubit profesi, kterou vykonáváte, s osobním životem (a rodinným)? Měl/a jste někdy pocit, že vám práce rodinný život komplikuje? A jak, v čem?
- Jaký je obecně přístup vašeho zaměstnavatele k zaměstnancům, kteří mají rodiny?
- Do jaké míry je benevolentní k potřebám zaměstnanců coby rodičům (např. v případě nemoci dětí, jejich vystoupením apod.)? Do jaké míry je vaše pracovní prostředí nastaveno spíše na bezdětné zaměstnance? Provozuje váš zaměstnavatel školku nebo uvažoval někdy o tom? Ptal se vás někdy, zda byste využil/a firemní hlídání dětí apod.? Máte na pracovišti dětský koutek, kde vaše dítě pohlídají v případě, že potřebujete něco kratšího vyřídit a nemáte hlídání?
- Jaký je postoj kolegů? Jaký podíl vašich kolegů a kolegyně má rodinu? Stává se někdy, že máte pocit, že kvůli osobním záležitostem obtížně zvládají své pracovní úkoly? Nebo že se kvůli tomu dostávají do stresových situací?
- Dokážete si představit, že byste s sebou vzal/a své dítě do práce, na redakční poradu nebo na domluvenou schůzku s informačním zdrojem apod.? Setkal/a jste se někdy

- s tím, že by to udělal někdo z vašich kolegů/kolegyň? Nebo je na vašem pracovišti zcela zřejmé, že taková možnost je obecně nepřijatelná?
- Stalo se vám někdy, že jste musel/a kvůli neodkladné a neplánované situaci v práci změnit soukromé plány? Pokud je to na běžném pořádku, jak se s tím vyrovnává váš partner/ka a vaše děti? A nakolik tuto vaši flexibilitu oceňuje zaměstnavatel?
 - Pokuste se zhodnotit, jaký byl dopad vašeho rodičovství na vaši profesi:
 - Setkal/a jste se někdy s jednáním ze strany zaměstnavatele nebo kolegů, které byste označila za diskriminaci? Nebo s nějakou „překážkou“, úkolem, u které/ho bylo předem zřejmé, že je v rozporu s vaším osobním životem?
 - Nakolik máte pocit, že se ve vaší profesi projevuje genderový aspekt? Vnímáte nějaké pracovní rozdíly mezi muži a ženami? A co rozdíly vztahující se k rodinnému životu (např. možnost čerpání rodičovské dovolené, paragrafu, dovolené v době školních prázdnin apod.)?
 - Jak vycházíte se svými kolegy? Pozoroval/a jste nějakou změnu v práci po návratu z mateřské/rodičovské? Stalo se vám někdy, že jste měl/a pocit, že kolegové/kolegyně dostali/dostávají zajímavější, prestižnější pracovní úkoly/témata než vy?
 - Jsou součástí vaší práce i dlouhodobější projekty vyžadující pobyt mimo domácnost, například pracovní stáže? Pokud byste dostal/a takový úkol a nepřijal/a ho, jak by reagoval/a váš/vaše nadřízený/á? Ovlivnilo by to nějak vaši další pracovní dráhu?

Rodina

- Jaké jsou vaše role v domácnosti?
- Jak se s partnerem/kou podílíte na chodu domácnosti? Jaké jsou úkoly vaše a jaké plní partner/ka?
- Řekl/a byste, že se některý z vás musí přizpůsobovat pracovní kariéře toho druhého?
- Měl/a jste někdy dojem, že jste to byl/a právě vy, kdo se musel podřídit a z rodinných důvodů omezit své pracovní nasazení?
- Kolik času v průběhu běžného pracovního týdne zpravidla trávíte s rodinou, s dětmi?
- Jak řešíte potřebu hlídání dětí ve dnech, kdy oba s partnerem/kou potřebujete pracovat (babičky apod.)?
- Stalo se vám někdy, že jste zaznamenal/a, že vás děti nebo partner/ka doma postrádají?
- Jak nejraději trávíte volný čas s rodinou?
- Do jaké míry se vám daří naplňovat předem stanovený plán, když se s partnerem/kou nebo dětmi domluvíte na nějakém společném programu?
- Jaký je váš „recept“ na harmonizaci práce a rodiny?
- Co by vám při skloubení pracovního a rodinného života nejvíce pomohlo? Co byste doporučila jiným v podobné situaci?

Narativní rozhovor a orální historie

Okrajově se zmíním o dvou přístupech, které si v posledních letech získávají na oblibě: narativní/biografické sociologii čerpající z narativních rozhovorů, a orální historii. V principu oba přístupy vycházejí z velmi podobných premis, a sice z pojetí události/života jako příběhu, který lze vyprávět. Proto své informanty někdy označují jako „narátory“. Do jisté míry lze oba přístupy označit za dvě strany jedné mince, neboť používají stejný postup sběru dat, ale liší se v tom, jak s nimi dále pracují. Obě uvedené metody lze dobře použít na poli mediálních i kulturních studií. Biografický přístup je vhodný pro výzkumy zaměřené na životní dráhy význačných mediálních osobností nebo teoretiků. Přístup orální historie by například bylo možné použít ve výzkumu počátků televize (nebo jiných médií) na území České republiky apod.

Narativní analýza vychází ze sociálně konstruktivistického pojetí sociální reality a jako dominantní přijímá perspektivu mluvčího. Narativní přístup zdůrazňuje roli vyprávěcího subjektu, který na základě většinou osobních zkušeností konstruuje příběh. Staví na předpokladu, že jedinec vidí svět prostřednictvím vyprávěných příběhů, podle kterých je strukturována jeho paměť i vztah ke skutečnosti³⁴¹ a „v tomto smyslu je vyprávění jednáním“ (Alan 1994). Úlohou výzkumníka je interpretovat smysl sdělovaného vyprávění. Jako naraci lze zkoumat různá data, nejen rozhovory, ale také například zpravodajství, jak si ukážeme v kapitole 8.2. Ve spojitosti s osobní biografií je narativní přístup zcela na místě. Snahou biografické sociologie je porozumět sociálním vztahům pomocí studia jedinečných **životních příběhů** (*life stories*) jednotlivců.³⁴² Jedná se o přibližně čtyřicet let rozvíjený, značně interdisciplinární přístup, který kombinuje poznatky řady sociálněvědních oborů (antropologie, vývojové psychologie, demografie, sociologie, ekonomie, historie). Nejde přitom o kvantitativně orientovaný výzkum životních drah (*life course*) a jejich fází, ale o přístup studující životy jedinců jako lokálně a časově zakotvené historie. Zajímá se o individuální jednání a jeho motivace a nahlíží je z širší perspektivy historických, sociálněpolitických a institucionálních změn. Důraz je přitom kladen na perspektivu zkoumaných jedinců a jejich

341 „Normálně tama nechodim. Nevim, co mě tam tehdá vedlo, ale mělo to svůj důvod, jinak bych ji byl nenašel.“ Z výpovědi svědka vyšetřované události.

342 „Biografická sociologie vychází z předpokladu, že neporozumíme-li jednotlivým životům, nemůžeme porozumět ‚velkým‘ ani ‚malým‘ sociálním jevům a událostem,“ píše Konopásek (1994).

vlastní interpretace popisovaných událostí, to, jak je vnímají a jak jim rozumějí, s cílem pokusit se vysvětlit, proč k nim dochází. Subjektivita jejich výpovědí zde není překážkou, neboť sociální konstruktivismus je přesvědčen, že i objektivní sociální struktury jsou výsledkem subjektivních interpretací a jednání jedinců.

Výzkumný postup označovaný také jako metoda životních příběhů staví na datech získaných technikou narativního rozhovoru s informátorem. V tomto autobiografickém rozhovoru je vytvářen životní příběh. Tím, že jedinec svůj život vypráví, jej zároveň interpretuje, dává mu celistvost a připisuje význam. Jednotlivé události a zkušenosti získávají smysl, až když se stanou součástí vyprávěného příběhu. Dochází tak k propojení minulosti a současnosti a zároveň se do vyprávění vnáší i budoucí aspirace a očekávání dalšího vývoje. Samozřejmě, že mluvčí často zpětně nahlíží na jednotlivé události jinak než ve chvíli, kdy se odehrávaly, a jím vytvářený příběh by mohl znít odlišně v různých životních obdobích. Podstatný je právě způsob, jak je mluvčím ze současné perspektivy na základě prožitků vytvářen význam celého života, jaké události jsou zdůrazněny a jaké potlačeny, které jsou vzájemně propojeny ve vztazích souvislosti nebo následku a kde vyprávějící spojitosti nevidí apod.³⁴³

V rozhovoru není konstruován pouze životní příběh, ale i identita mluvčího. Skrze vyprávění a použité jazykové prostředky dochází k tzv. produkci „já“ (*selves*), dokonce různých já, která nutně nemusejí být vzájemně zcela kompatibilní a identifikovatelná po celou dobu rozhovoru. Proto je důležitý i samotný průběh rozhovoru a postup, jak je zvýznamňován životní příběh, nejen jeho obsah. V narativním rozhovoru tazatel povzbuzuje informátora k vyprávění příběhů a tomu podřizuje i kladení otázek: Kdy vás to napadlo? Co jste udělali nejdříve? A co bylo dál? Jak rychle jste na to zapomněli? apod.³⁴⁴ Následně narativní analýza do jisté míry konstruuje nové vyprávění na téma původního rozhovoru, snaží se identifikovat jeho hlavní zápletky a vztahy mezi událostmi. V principu lze narativní analýze podrobit i oficiální memoáry nebo publikované paměti. Je však třeba pamatovat na to, že vznikly s jiným cílem a některé pro výzkum podstatné údaje nemusí obsahovat. Postupu narativní analýzy se ale nebudu podrobněji věnovat.

Biografické přístupy staví na datech z rozsáhlých rozhovorů, které vůbec nemusí být souvislé a plynulé, ale spíše změní fragmentů z různých životních fází až po velká, pečlivě uspořádaná životopisná vyprávění.

343 Podrobněji viz např. Giele, Elder (1998), Chamberlayne, Bornat, Wengraf (2003).

344 Podrobněji viz např. Dudová (2011).

Podrobnosti, které informant sděluje, přitom závisí nejen na tom, nakolik se na ně rozpomíná, ale i na tom, nakolik je považuje za citlivé, zda je hodnotí jako pozitivní či negativní nebo se například obává, že by jej mohly kompromitovat. Úkolem tazatele není jej kontrolovat či opravovat správnost řečeného, ale měl by se snažit z jeho neverbálních náznaků odhadnout pasáže, na které si mluvčí opravdu nevzpomíná a kde se naopak určitému tématu nebo období svého života spíše vyhýbá a nechce o nich mluvit. Takovým náznakem může být změna intonace i dikce nebo různé mimoslovní projevy, tiky, nervózní mnutí rukou či hraní si s předměty a podobně. Významově důležitým se při vedení a následné analýze rozhovoru může stát i tzv. reakční čas, doba kterou mluvčí potřebuje k tomu, aby začal odpovídat na otázku. Příliš rychlá odpověď nebo naopak delší váhání je znakem nesoucím význam, je na výzkumníkovi, aby odhalil jaký.

Při vedení rozhovoru s dotyčným je vhodné využít techniku časové osy a další podpůrné a paměť oživující prostředky, jako jsou rodinné fotografie, kartotéky, kroniky, novinové, deníkové nebo archivní záznamy apod. Načrtnutá časová osa, čára života, pomáhá informantovi rozvzpomenout se a výzkumníkovi zorientovat se v získaných datech, na jejichž základě se snaží rekonstruovat vývoj sledovaného jevu nebo události (např. životní dráha známého novináře). Dotazovaný je požádán, aby načrtl čáru svého života a vyznačil na ní body, jež považuje za klíčové, a také bod, kde se nachází nyní. Načrtnutá čára může mít podobu jak vodorovné časové osy, tak vertikální (vývojové) křivky, která ukazuje, v jakých fázích životní dráhy se cítil dobře / na vrcholu a kdy naopak zažíval nepříznivá období.

Samotná podoba sběru dat pro narativní analýzu i jejich charakter se v podstatě překrývá s přístupem v historii relativně novým, označovaným jako **orální historie** (*oral history*). Jejím specifikem je zájem o dějiny 20. století a rekonstruování historie³⁴⁵ na základě výpovědí pamětníků zkoumaných událostí.³⁴⁶ Proto je někdy označována také jako tzv. malé dějiny nebo dějiny každodennosti, neboť zdůrazňuje pohled těch, kteří události zažívali. Tento přístup je nedocenitelný především tam, kde oficiální pramenné zdroje chybí, jsou omezené, nikdy neexistovaly nebo

345 Zároveň je spojena s moderním pojetím historické vědy, jež historii nahlíží jako konstrukt minulosti, vytvářený na základě historických faktů.

346 Podstatnou otázkou je zde i vymezení počátku historie. Některé přístupy za historii považují až události, jejichž pamětníci již nežijí, jiná vymezení tvrdí, že přítomnost se stává minulostí ve chvíli, kdy již nevstupuje do jejich sporů. Podrobněji viz např. Hroch (1985).

byly záměrně zničeny.³⁴⁷ Vzniká tím specifický vztah mezi tzv. oficiální historií, postavenou na faktech odvozených historiky z archivních a písemných pramenů, a subjektivním vyprávěním o těchto událostech jejich pamětníky. Cílem orální historie ale není konstruovat objektivní fakta, neboť sdělovaná vyprávění jsou vždy subjektivní a podléhají kvalitě paměti mluvčího. „Jde o to, zaznamenat osobní výpovědi o autentických prožitcích konkrétních osob. Přesto získaná data mohou poskytnout nové informace, usměrňující nebo zpochybňující dosavadní poznatky. Historik se takto snaží obohatit oficiální výklad historie o nový rozměr zrcadlící vjemy a prožitky aktérů popisovaných událostí a propojit subjektivní i objektivní stránky dějin,“ píše vedoucí Centra orální historie Miroslav Vaněk (2004). Jde o to, přiblížit historické události z pohledu těch, kteří je prožívali. Proto je v centru pozornosti orální historie i samotný narátor jako osobnost. Nejde pouze o to, porozumět individuálnímu příběhu, ale na jeho základě lépe poznat i sociální realitu.

Ačkoli vedení narativních a biografických rozhovorů má svá specifika, „orální historie se liší od jiných nestrukturovaných rozhovorů v záměru, nikoli metodologicky“ (Fontana, Frey 2003: 79). Požadavky orální historie jsou však nepatrně náročnější, než co jsme uvedli obecně výše. Především je požadováno shromáždění co nejširší datové základny informací o narátorech, které napomáhá přípravě rozhovoru. Realizace sběru dat pro techniku orální historie pak probíhá zpravidla ve dvou setkáních. V případě, že má být námětem hovoru celá životní dráha jedince, může být setkání i více. Rozhovor je většinou tematicky vymezen určitou historickou událostí, na kterou se výzkumník soustřeďuje a jíž se informátor účastnil. Při prvním setkání bývá rozhovor obecnější, ve druhém jsou upřesňovány detaily nebo doplňovány údaje, které v prvním rozhovoru nezazněly.³⁴⁸ Doporučuje se, aby oba rozhovory byly vedeny během dvou nebo tří týdnů. Přístup orální historie klade značný důraz na výběr tazatelů, především na jejich povědomí o událostech, o nichž mají s informátorem mluvit. Předpokladem je obeznámenost tazatele s historickými fakty v období, o kterém má s informantem mluvit. Není výjimkou, když sběr dat probíhá formou dialogu dvou poučených

347 Proto ji Centrum orální historie Ústavu pro soudobé dějiny AV ČR považuje za klíčovou při studiu života společností v totalitním režimu, kde zpravidla neexistují alternativní, ale pouze státní stranické dokumenty (Vaněk 2004).

348 Uživatelé orální historie doporučují v mezidobí mezi oběma rozhovory ověřit již získaná data a srovnat je s informacemi z jiných dostupných zdrojů nebo od dalších zpovídaných osob (Vaněk 2003).

partnerů, což umožňuje věnovat se tématu do hloubky. Výhodné je, když informátor použije i obraty dobové terminologie nebo autentické obecné mluvy.

Orální historie používá dva základní postupy vedení rozhovoru, a sice **chronologické** a **strukturované**. Chronologický postup, který se vrací k určitému bodu života vyprávěcího a pokračuje směrem k současnosti, je pro většinu informátorů přirozenější a snazší (postupuje např. od narození nebo od vstupu do manželství či do prvního zaměstnání / klubu / politické strany apod. přes jednotlivé následné události). Je obvyklé, že informátor bude vyprávět podle připraveného pojetí vlastní biografie, a to včetně používání klišé a zažitých obrátů, vysvětlení a tvrzení. Snahou tazatele by proto mělo být, pokusit se jej vytrhnout z navykých kolejí a navést k tomu, aby používal nové formulace a pojmenování pro již dříve vyprávěné zážitky.

Strukturované vyprávění je vhodné pro ty, kteří jsou schopni oddělit jednotlivé roviny (osobní, profesní, politickou, zájmovou) svého života a mluvit o nich nezávisle. O jednotlivých časových obdobích pak vyprávějí opakovaně vždy z určitého úhlu pohledu o části své osobnosti. Přitom je nezbytné podpořit dojem, že cílem výzkumu není hodnotit životní dráhu mluvčího, a je podstatné právě to, jak jednotlivé etapy a události zažil a jak je dnes vidí on sám.

U narativního rozhovoru je důležité zmínit i etickou stránku této techniky sběru dat. Do značné míry se níže uvedené vztahuje i na jiné typy rozhovorů zmíněné výše. V rozhovorech často zaznívají velice osobní informace, ať už o názorech a postojích informantů, nebo o jejich etnickém či národnostním původu, o náboženské, politické či sexuální orientaci, případně o páchání přestupků nebo trestné činnosti, eventuálně také o zdravotním stavu apod. Již jsme mluvili o tom, že je vhodné si od informátora vyžádat informovaný souhlas s vedením, uchováváním a dalším užitím rozhovoru. V některých případech je však potřeba uvážit, zda realizovaný výzkum svým tématem nespadá pod zákon č. 101/2000 Sbírky, o ochraně osobních údajů. Za osobní údaj je zde považován „jakýkoliv údaj týkající se určeného nebo určitého subjektu údajů“, tedy fyzické osoby. „Jestliže lze na základě jednoho či více osobních údajů přímo či nepřímo zjistit její identitu“ a nemusíme přitom vynaložit „nepřiměřené množství času, úsilí či materiálních prostředků,“ je tato fyzická osoba považována za určenou nebo určitelnou. Mezi citlivé osobní údaje patří: identifikační údaje (jméno a příjmení, rodné číslo, číslo občanského průkazu nebo pasu), datum a místo narození, adresa, e-mail, telefon, popisné údaje. Jako citlivé údaje jsou označeny ty, které

vypovídají o národnostním, rasovém nebo etnickém původu, politických postojích, členství v odborových organizacích, náboženství a filozofickém přesvědčení, trestné činnosti, o zdravotním stavu a sexuálním životě, na jejichž základě by mohl být subjekt diskriminován. Tento typ dat lze shromažďovat a zpracovávat³⁴⁹ jen s písemným souhlasem subjektu, o kterém vypovídají. Daný subjekt musí být poučen o právech data neposkytnout a může svůj souhlas s jejich nakládáním kdykoliv zrušit. Z tohoto souhlasu musí být zřejmé, komu (jakému správci dat) subjekt dává k nakládání s daty svolení, jak mohou být data využívána (k jakému účelu) a v jakém období. Tuto část není radno podcenit. A v případě, že váš výzkum bude s takovými údaji pracovat, je potřeba požádat jednotlivé informanty o poučený souhlas s jejich zpracováváním.

Evidence rozhovoru a příprava pro analýzu dat

O každém provedeném rozhovoru bychom měli vést formální záznam, který napomáhá jak celkové organizaci a přehlednosti sběru dat, tak v případě, že jsme ochotni poskytnout je do datového archivu. Hlavním úkolem archivů dat je rozšiřovat možnost jejich využití i mimo daný řešitelský kolektiv³⁵⁰ (např. i do zahraničí), zároveň dovoluje navázat na výzkum i s výrazným časovým odstupem jiným týmem badatelů. Uchovávání dat v archivech přispívá i k jejich kvalitě, neboť umožňuje jejich kontrolu a dává možnost jiným výzkumníkům ověřit publikovaná zjištění (Krejčí 1999). V České republice funguje několik archivů, nejznámější je Medard, archiv spravovaný Sociologickým ústavem AV ČR.³⁵¹

Evidenční protokol rozhovoru musí obsahovat údaje o tom, kdy byl proveden, kdo jej vedl, za jakým účelem, s kým, o čem, jaký byl průběh rozhovoru, jak byl zaznamenáván apod. Tyto údaje jsou nezbytné i v případě, že data po vlastním využití poskytneme dalším výzkumníkům.

349 „Zpracování osobních údajů se rozumí zejména shromažďování, ukládání na nosiče informací, zpřístupňování, úprava nebo pozměňování, vyhledávání, používání, předávání, šíření, zveřejňování, uchovávání, výměna, třídění nebo kombinování, blokování a likvidace.“ (zákon 101/2000, Sb.)

350 V neposlední řadě funguje i jako záloha před jejich ztrátou či poškozením.

351 Na jeho webových stránkách <http://medard.soc.cas.cz/czarchivy.html> pak najdete odkazy na podobné archivy z jiných zemí. Pokud data do archivu odevzdáváte, měla by být uvedena i pravidla, jež byla použita pro provedení jejich přepisů.

PROTOKOL O PROVEDENÍ ROZHOVORU

Identifikační údaje	
Rozhovor domluven na kdy, kde, kým:	
Způsob nakontaktování:	
Datum realizace rozhovoru:	
Místo a čas dotazování:	
Délka rozhovoru:	
Způsob záznamu (kvalita záznamu):	
Hodnocení rozhovoru:	
Jméno tazatele/ů:	
Údaje o informantovi	
Jméno/pohlaví:	
Pseudonym:	
Preferovaný kontakt:	
Věk nebo rok narození:	
Lokalita bydliště:	
Nejvyšší dosažené vzdělání, obor:	
Zaměstnání, profese, odvětví, pracovní pozice, firma:	
Ekonomicky neaktivní:	
Koníčky, záliby:	
Sociální postavení – status (znaky, vzhled, oblečení, automobil):	
Zajímavosti, pozn.	
Průběh rozhovoru	
Atmosféra rozhovoru:	
Problémy, rušení rozhovoru:	
Ukončení rozhovoru (potřeba dalšího setkání):	
Verbalizační schopnosti informanta:	
Zájem informanta na tématu:	
Poznámky:	
Údaje k výzkumnému tématu	
...	
...	
Zajímavosti, pozn.	

Následující krok již stojí na pomezí sběru a analýzy dat, respektive je standardním prvkem její přípravy. Jde o pořízení přepisu rozhovoru. Jedná se o obvyklý postup práce s tímto typem dat, ale například Kaufmann (2010) uvádí, že raději pracuje s audiálním, nepřepsaným záznamem. Důvodem pro tuto volbu je skutečnost, že autentický záznam výpovědi si ponechává i mimoslovní údaje, které jsou při převodu rozhovoru do psané podoby zpravidla vynechány. Jde většinou o intonaci, barvu hlasu, tempo řeči, různá zaškobrtnutí nebo pauzy a odmlky. I ty jsou znaky nesoucími význam a mohou prozradit kupříkladu vztah informanta k věci/osobě/události, o které vypovídá. Ale ani audiální záznam neobsahuje vizuální vodítka – mimiku, gestiku (pohyby očí, rukou, držení těla) –, podle nichž se orientujeme při probíhající komunikaci. Do přepisu rozhovoru se většina z těchto doplňujících informací nedostane. Pro některé z těch, které je možné ze záznamu identifikovat, používáme speciální značky, jejichž pomocí se styl řeči informanta a jeho intonaci snažíme zaznamenat i v přepisu. Využít přitom můžeme i emotikonů obvyklých v on-line komunikaci (viz níže).

Zpravidla pořizujeme úplné přepisy všech získaných dat, a to včetně částí, které na první poslech považujeme za nerelevantní a příliš vzdálené od výzkumného tématu. V případě, že nějakou část z přepisu vynecháme, provádíme redukci prvního řádu, mělo by být místo v textu jednoznačně identifikovatelné. Východiskem pro redukci přepisu je předpoklad, že jsou v nahrávce nerelevantní pasáže a celková transkripce by byla časově i finančně nákladná. Vynechání jakékoli části je však potřeba odůvodnit, například lze vynechat části, v nichž se opakují sdělení, která již zazněla dříve, apod.

Nejčastěji se přepisy pořizují přesně v podobě, v jaké byl rozhovor zaznamenán,³⁵² tedy včetně přefeknutí nebo hovorových výrazů, koncovek slov, nesprávných vazeb nebo vyšínuté větné stavby. Není to úplně jednoduché, především proto, že dikce řeči i stavba věty je odlišná a méně jednoznačně členěná vzhledem k psanému textu. Proto jsou v přepisech obvyklá dlouhá souvětí odrážející plynulý tok řeči dotazovaného. Lingvisté, kteří se mimo jiné věnují studiu autentických výpovědí osob mluvících různým nářečím, argotem či mluvou specifické sociální skupiny, mají propracovaná pravidla pro pořizování těchto přepisů. K těm

352 Jsou ale i přístupy, které výpovědi upravují, a to nejen převodem do spisovného jazyka, ale i stylisticky. Například Konopásek (2009) zdůrazňuje, že doslovné přepisy jsou špatně čitelné a ve výsledném textu působí svou odlišností rušivě. Přesto se přikláním k práci s doslovnými přepisy autentických výpovědí, což současně nevylučuje následnou stylistickou editaci výpovědí použitých v publikacích z výzkumu.

základním patří zapisovat písmena i, y, ě ve shodě s pravopisem, podobně jako zdvojené souhlásky. Naopak osobní specifika výslovnosti jsou přepisována foneticky, tedy tak, jak je přepisující slyší; stejně jako cizí slova nebo různé novotvary a hovorové výrazy.³⁵³ Součástí přepisů jsou i pomocné zkratky jako „hm“ pro přitakání nebo „ee“ pro odmítnutí, „chacha“ pro smích (ten je ale možné vyjádřit i vložením slova smích) apod. Hezitační zvuky, například na začátku výpovědi, nebo zvuky narušující plynulost výpovědi můžeme a nemusíme přepisovat. Pro pořizování přepisů si může výzkumník udělat i vlastní pravidla, tak jak mu to vyhovuje. V případě, že s daty bude následně pracovat více výzkumníků, je ale nezbytné vytvořit i úplný seznam použitých značek a postupů, aby byly srozumitelné i ostatním. Standardně jednotlivé řádky přepisu nebo jednotlivé výroky informantů číslujeme, což jednak zlepšuje orientaci v datech a jednak umožňuje následně v závěrečné zprávě odkázat na danou pasáž. Lze si také zaznamenávat komentáře o průběhu rozhovoru, ty nejčastěji uvádíme do samostatného pravého sloupce paralelně vedle přepsaného textu rozhovoru.

Zpravidla pro různé typy analytické práce s daty potřebujeme odlišnou míru přesnosti přepisu, největší důraz na jeho přesnost a uvedení podrobností je vyžadován konverzační analýzou (viz kapitola 9.2). Zde může být důležité například to, zda si jednotliví mluvčí skáčou do řeči a mluví simultánně. To je také podstatné při pořizování přepisů rozhovorů vedených současně s více informanty nebo skupinových diskusí. Pořizování přepisů je značně časově náročná práce a standardně se na přepis počítá čtyřnásobek času jeho trvání. Není výjimkou, když přepsání hodinového rozhovoru zabere i šest až osm hodin. Zvláště v případě, kdy je záznam pořízen zařízením s funkcí automatické hlasové aktivace, to znamená, že přístroj nahrává, jen když v prostoru zachytí zvuk. Dvě hodiny vedený rozhovor se tak může vejít jen do hodinového záznamu. V takovém záznamu jsou uměle vynechány odmlky a pauzy a řeč vypadá plynulejší, ale jako zdroj dat je o část informací ochuzen. To může a nemusí být podstatné. Stejně jako při práci pouze s přepisy rozhovorů jsou odfiltrována mimohlasová sdělení. Doporučuji proto pracovat simultánně s oběma formami, jak s přepisem, který je vhodný například při počítačovém zpracovávání dat, tak mít k dispozici i autentickou nahrávku, a tedy možnost poslechnout si i mimoslovní projevy mluvčího.

353 Podrobněji viz např. Český národní korpus: http://ucnk.ff.cuni.cz/popis_bmk.php.

6.2.2 Technika skupinových rozhovorů – focus group

Při sběru dat pomocí metody dotazování máme k dispozici i techniku rozhovorů skupinových či skupinové diskuse, standardně označované anglickým výrazem *focus group* (dále FG). Tato technika vychází z předpokladu plurality realit subjektivní povahy a odlišnosti názorů a využívá jejich vzájemné konfrontace ke generování dat. Ačkoli historie této techniky sahá do čtyřicátých let 20. století a je spojena s výzkumy poslechovosti rozhlasu a posluchačského hodnocení jednotlivých pořadů,³⁵⁴ dlouho nebyla na poli mediálních studií příliš aplikována. Výrazně více tuto techniku využívaly (komerční) marketingové studie orientované na výzkum značky nebo na trh nově uváděných výrobků a jejich obalů, popřípadě připravovaných reklam apod. V oblasti výzkumu médií se své renesance dočkala až v osmdesátých letech, po tzv. etnografickém obratu, který přinesl odmítnutí standardních kvantitativních strukturálních výzkumů a přiklonil se ke studiu procesu mediální recepce a dílčích cílových skupin publika. Klasickými studiemi vedenými touto technikou jsou výzkum recepce *Dallasu* Elihu Katze a Tamary Liebesové (1993), výzkum zpravodajsko-publicistického pořadu *Nationwide* Davida Morleyho (1980) i studie televizního zpravodajství realizované v rámci Glasgowské mediální školy (Philo 1990). Jedním ze základních cílů bylo sledovat, jak probíhají vzájemné interakce mezi diváky a jak je v jejich vzájemných konverzích sledovanému připisován význam. Technika focus group se ukázala jako vhodný pomocník při zodpovídání otázky: Jak příjemci mediální sdělení interpretují?

Předností FG je relativně snadná realizace a poměrně rychlý sběr i většího množství kvalitativních dat. Ve srovnání s individuálními rozhovory je technika FG méně náročná časově, protože data od více osob lze získat během několika sezení,³⁵⁵ a někdy může být i levnější. To do značné míry závisí na tom, v jakém prostředí diskuse probíhají.³⁵⁶ Výzkumné agentury nebo univerzity, které FG realizují častěji, mívají pro jejich realizaci speciálně upravenou místnost, ve které je v jedné stěně zabudováno polopropustné zrcadlo. Průběh sezení tak lze sledovat z vedlejší místnosti. V posledních letech se experimentuje s řadou formátů FG, například

354 Jednalo se o výzkumy týmu P. F. Lazarsfelda na University of Columbia v New Yorku. Konkrétně se o rozpracování techniky focus group zasloužili funkcionalista Robert King Merton a Patricia Kendallová, kteří ji využívali při výzkumech založených na skupinovém poslechu rozhlasového pořadu. Původní označení přitom znělo zaměřený rozhovor (*the focused interview*). Podrobněji viz např. Jeřábek (1997) nebo Merton (1987).

355 Jako sezení (případně seanci) označujeme jednu realizaci FG.

356 Pokud k tomu volíme neakademickou půdu a setkáváme se např. v salonku restaurace, což není úplně výjimečné, náklady vzrostou o poplatek za pronájem a konzumaci zúčastněných.

realizovaných ve virtuálním prostředí Second Life nebo pomocí on-line spojení a nástrojů instantní komunikace. Ty ale nechám stranou, i když do budoucna se mohou ukázat jako vhodnou alternativou pro sběr dat od informantů neochotných k osobní účasti, od specifických cílových skupin populace nebo osob ze značně odlehých či vzdálených lokalit.

Základní podmínkou úspěšnosti sběru dat touto technikou je jasná definice tématu výzkumu a dílčích výzkumných otázek, které mají být zodpovězeny. Pro vedení FG je předchozí příprava scénáře ještě více nezbytná než v případě rozhovoru individuálního. FG má charakter polostrukturovaného rozhovoru a scénář je rozčleněn podle probíraných témat do samostatných okruhů otázek. Kromě otázek je součástí scénáře FG i časový harmonogram, který určuje, jak dlouho se danému okruhu věnovat. To je nezbytné pro udržení diskuse v určitých kolejích a napomáhá to dodržet předem avizovanou délku diskuse. Stejně jako v jiných případech i zde je potřeba připravený scénář otestovat v předvýzkumu a na základě (ne)spokojenosti s jeho průběhem jej upravit, změnit pořadí otázek nebo doplnit opomenuté, zamyslet se nad odezvou na použité podpůrné stimuly diskuse, a případně zvolit jiné apod.

Diskusi ve skupině je přitom možné oživit či podpořit využitím doplňujících materiálů, obrázků, fotografií, grafů, audiovizuálních záznamů, citací³⁵⁷ apod., které se ke zkoumanému tématu vztahují. Britský mediální teoretik David Gauntlett (2007) zdůrazňuje omezení techniky FG jako nedostatečně kreativní a zaměřené na individuální postoje, a proto při výzkumu publika prosazuje využití vizuálních metod. Ty jsou podle něj více autentické, dávají prostor pro tvořivost jedince a jeho individuální vyjádření, proto poskytují lepší vhled do toho, co si lidé myslí,³⁵⁸ a přinášejí komplexnější informace než verbální metody. Jedním z faktorů, jenž zde hraje roli, je čas, který mají účastníci na své vyjádření. Zatímco diskuse jsou relativně krátké a rychle proměnlivé, vizuální metody, například kreslení, poskytují účastníkům více času promyslet si kompozici i obsah sdělovaného. V principu je možné v průběhu FG využít některý z kreativních přístupů a požádat účastníky o grafické zpracování zkoumaného tématu. Tento postup bude vhodný například v marketingově orientovaných studiích, kde lze načrtnout kupříkladu návrh inovovaného loga firmy nebo propagovaného výrobku apod. Využití doplňkové kreativní aktivity na jednu stranu průběh diskuse oživí, ale současně významně prodlouží délku celého sezení. Zároveň

357 S využitím této techniky jsou často realizovány tzv. pretesty reklam, před tím, než je spuštěna reklamní kampaň. V průběhu FG jsou diskutovány různé verze reklamních sdělení, např. využití různých barev nebo odlišné reklamní spoty apod.

358 „Dovolují výzkumníkovi ‚kopat‘ hlouběji do nevědomých aktivit mozku,“ píše Gauntlett (2007: 185).

kreativní metody mohou být dospělými vnímány jako příliš dětinské a je potřeba citlivě vnímat jejich reakce na zadání a tomu přizpůsobit (zkrátit/ /prodloužit) čas, který je této aktivitě vymezen. Naopak při práci s mladšími respondenty bude využití kreativních doplňkových technik vhodné.

Příklad scénáře pro focus group

Téma výzkumu: Zobrazování seniorů v reklamních sděleních

Uvítání, poděkování za účast, představení výzkumného týmu i výzkumu.

Vysvětlit, jak bude FG probíhat – jaká je role moderátora, co se očekává od účastníků a co je cílem FG.

Osobní část (max. 7 min.)

- Můžete se, prosím, krátce představit a říci, jaké jsou vaše koníčky a zájmy?
- Jak často sledujete televizi? Jaké pořady máte v oblíbě a které naopak nesledujete?

Reklama obecně (max. 10 min.)

- A jak vnímáte reklamní bloky? Jak pozorně sledujete reklamu (přepínáte/odcházíte někdy)?
- Vybavíte si nějaký reklamní šot, který vás zaujal? Proč? O čem byl? Na jaký produkt?

Podívejte se nyní, prosím, na následující sérii reklamních sdělení:

Reklama obecně (max. 5 min.)

- Jaké reklamy vás zaujaly v tomto bloku? Byly tam nějaké, které již znáte?

VŠIML SI NĚKDO TESTOVANÉ REKLAMY?

Testovaná reklama č. 1 (cca 10 min.)

- Zaznamenali jste reklamu, ve které vystupovali senioři? Co bylo obsahem této reklamy? K jakému produktu/události se vztahovala? Viděli jste tuto reklamu již dříve?
- Můžete reklamu převyprávět?
- Co je snahou této reklamy komunikovat, jaké je její hlavní sdělení? Co vás v reklamě zaujalo? Jaké konkrétní prvky?

Podívejme se nyní, prosím, na toto reklamní sdělení ještě jednou:

Testovaná reklama č. 1 – role seniorů (cca 10 min.)

- Jaké cílové skupině je podle vás určena? Orientuje se také na seniory?
- Jak byste reklamu ohodnotili – líbí se vám, nebo se vám spíše nelíbí? Myslíte si, že je vtipná?
- V jaké roli zde vystupují senioři? Jsou vám tyto osoby sympatické? Znáte takové osoby ze svého všedního života?

ZMIŇUJE NĚKDO STEREOTYPY NEBO DEHONESTACI SENIORŮ?

- Zažili jste podobnou situaci ve vlastním životě?
 - Domníváte se, že reklama využívá negativních stereotypů spojených se stářím a staršími lidmi? Jakých? V čem? Proč?
 - Myslíte si, že jsou některým osobám ve spotu připsány spíše záporné / spíše kladné role?
- Podívejme se nyní ještě na jiné reklamní sdělení:

Testovaná reklama č. 2 (cca 10 min.)

- Co bylo obsahem této reklamy? Můžete reklamu převyprávět?
- Co je snahou této reklamy komunikovat, jaké je její hlavní sdělení?
- V jaké roli zde vystupují senioři?
- Byly v této reklamě využity nějaké stereotypy?
- Pokud byste měli tuto reklamu označit jedním slovem, jaké by to bylo?
- Je podle vás reklama vtipná?

SROVNÁVÁ NĚKDO REKLAMY NAVZÁJEM?

Srovnání reklam (cca 10 min.)

- Vidíte nějakou souvislost s předchozí reklamou, o které jsme mluvili?
- Pokud byste měli obě reklamy srovnat: V čem se liší od předchozí? A v čem je jí podobná?
- Myslíte, že by tyto spoty mohl někdo považovat za nepřiměřené, necitlivé či urážlivé (vůči seniorům)? Proč?

Komutační test (cca 15 min.)

- Bylo by možné starší osobu v reklamě nahradit osobou nižšího věku? Jak by se reklama změnila?
- Pokuste se vymyslet vlastní reklamní spot na tento výrobek: Jaké osoby v něm budou vystupovat a v jakých rolích?

Reklamy o seniorech (cca 10 min.)

- Napadá vás jiná reklama na produkt tohoto typu, ve které senioři nevystupují? Jak byste ji ohodnotili ve srovnání s těmito?
- Vybavíte si nějaké jiné reklamní spoty, ve kterých vystupují senioři? Jak jsou zde senioři zobrazováni? V jakých rolích?

Poskytnout prostor k závěrečnému vyjádření.

Poděkování za účast, rozdání vstupenek na reklamní akci.

Slabiny a silné stránky skupinových rozhovorů

Hlavní výhodou FG je možnost flexibility vedení jednotlivých šetření umožňující moderátorovi modifikovat připravené otázky, okamžitě reagovat na výpovědi informantů i upřesnit nejednoznačná sdělení. Naopak rizika realizace FG představují konkrétní situace, které mohou nastat během diskuse a které musí operativně řešit moderátor.³⁵⁹ Zásadním omezením se může ukázat složení skupiny, kvůli němuž se vedení diskuse nedaří, například proto, že probíraná témata jsou pro účastníky nezajímavá, nudná nebo se k nim nechťejí vyjádřit, protože se k tomu necítí kompetentní. Úskalí přináší i tzv. efekt sněhové koule, kdy jednotliví informanti spíše než aby odpovídali na otázky moderátora, komentují výpovědi ostatních nebo komunikují navzájem. Někteří kritici tvrdí, že charakter FG nedává účastníkům dostatečný prostor pro vlastní kreativitu a že i v rámci uměle vytvořené skupiny neznámých jsou účastníci ovlivněni míněním druhých a často usměrňují vlastní výpovědi tak, aby nebyly příliš odlišné nebo kontroverzní, což výzkumníkovi neposkytuje vhled do jejich individuálního uvažování.³⁶⁰ To dokládá různost postojů vůči této technice, ale stejně jako u jiných i zde platí, že má své silné stránky i slabiny. Pro úplnost připomenu, že zjištění získaná technikou FG zpravidla nejsou reprezentativní co do zkoumané populace, ale měla by být reprezentativní co do komplexnosti pokrytí zkoumaného problému.

Výhodou FG je získání plurality pohledů a přístupů a komplexní pokrytí zkoumaného problému. Cílem použití této techniky není jen získat data, ale porozumět náhledu dotazovaných na zkoumané téma. Proto nemá smysl ji použít, pokud pro výzkum potřebujeme získat statistická data. Podstatnou podmínkou úspěšnosti diskuse je proto vytvořit dobrou skupinovou dynamiku, ve které jednotliví účastníci na sebe navzájem reagují. Vhodné je, když se podaří vybrat osoby sezení tak, že jsou jejich názory na zkoumané téma odlišné, což pomáhá generovat vzájemnou diskusi a podněcuje účastníky k hledání a cílování argumentů pro své postoje. Úkolem moderátora je vytvořit prostředí, ve kterém se účastníci neostýchají své myšlenky říci nahlas,³⁶¹ a diskuse probíhá do značné míry spontánně. Dobře vedená diskuse v rámci malé sociální skupiny vtahuje jednotlivé participanty a přispívá k jejich emocionálnímu zapojení do

359 U FG nemluvíme o tazateli, ale o moderátorovi diskuse (viz níže).

360 Srov. Gauntlett (2007).

361 Informant nemá mít pocit, že je nucen vypovídat určitým způsobem, že má říci, co chce výzkumník slyšet.

tématu. Výpovědi ostatních napomáhají vybavit si nebo vzpomenout na informace či zážitky, které by je bez těchto podnětů nenapadly a ani tazatel by se na ně neptal. Úkolem moderátora je klást doplňující otázky a požadovat co největší zpřesnění řečeného. Při správně vedené diskusi účastníci ztrácejí ostych a psychické zábrany, což napomáhá k verbalizování názorů a odhalení i hlubších racionalizačních schémat nebo například stereotypních či kontroverzních postojů apod. Takový stav zpravidla při individuálně vedeném rozhovoru není možné navodit. Právě díky vzájemné interakci zúčastněných ve skupinové diskusi přicházejí podněty, které by si tazatel dopředu nedokázal připravit. V tomto směru by technika FG měla poskytovat bohatší i citlivější data, přinášet neočekávané asociace a souvislosti. V jistém smyslu v rámci takové diskuse probíhá určitý brainstorming, v němž jsou deklarace jednoho mluvčího podnětem k vyjádření jiných. Focus group si ale nelze představit jako neřízené bujení či překřikování se zúčastněných. Spíše naopak. Jednotliví mluvčí by neměli mluvit současně ani v průběhu diskuse vést postranní rozhovory se sousedem. Opět je součástí role moderátora jejich rušivé jednání usměrňovat a omezovat.

Volba moderátora a jeho kvality jsou zásadním faktorem ovlivňujícím průběh i úspěšnost celého sezení. Vést diskusi více osob a udržet je u požadovaného tématu je tazatelsky mnohem náročnější než při práci s jedním informantem. Proto bývá moderátorem diskuse profesionál, jenž jinak nemusí být členem výzkumného týmu. Často jde o moderátory s psychologickým vzděláním, kteří mají s vedením diskusí zkušenost a dokáží účastníky vhodně oslovit i umlčet, pokud je potřeba. Současně jsou schopní okamžitě reagovat na jednotlivé výpovědi a usměrňují vývoj diskuse tak, aby své názory verbalizovali všichni, i ti méně sdílní a více ostýchaví jedinci. Některé přístupy zdůrazňují, že i v přirozených diskusích příslušníků skupiny v každodenním životě dochází k prosazování se některých mluvčích na úkor jiných a že skupinové diskuse mají tendenci ke konsenzu, v němž jsou některé názory odmítnuty nebo marginalizovány. Argumentují tím ve prospěch minimalizace zásahů moderátora do dynamiky diskuse. Na druhé straně ve výzkumném šetření zpravidla chceme podchytit i okrajové názory, které nesdílí většina, a proto dáváme prostor k vyjádření všem zúčastněným. Ne vždy se podaří, že jsou všichni účastníci dostatečně motivovaní a poskytují pro výzkumníka relevantní informace. Problém nastává ve chvíli, kdy jsou mezi dotazovanými přítomni jedinci, jež svým chováním průběh sezení narušují. To se může dít různými způsoby od verbálních i neverbálních projevů, jimiž osoba ostatním dává důrazně najevo svůj nesouhlas s tématem, jejich názory či

průběhem diskuse apod. Problémem je tzv. nezadržitelný mluvčí, který opanuje diskusi a má tendenci ostatní opravovat nebo přerušovat, případně ji i řídit. Podobně jedinec, jenž, jak se říká, všechno ví a všude byl dvakrát a má potřebu komentovat vše, co je řečeno druhými, popřípadě jim skáče do řeči a chce neustále doplňovat a upravovat vlastní výpověď nebo se snaží něco sdělit vedle sedícímu účastníkovi. Takoví účastníci pravděpodobně ostatní rychle otráví, a tak negativně ovlivní průběh celého sezení. Úkolem moderátora je tyto osoby usměrnit a naopak vybízet k odpovědi méně průbojné a komunikativní účastníky.

Na moderátora mohou být kladeny i další nároky. Měl by působit sympaticky a živě, tak aby svým vzezřením a jednáním podporoval rozvíjení dynamické diskuse ve skupině. Schopnost naslouchat druhým, empatie a pohotové reakce jsou pro tuto práci nezbytné, smysl pro humor, organizační talent a flexibilita výhodou. Moderátorem kladené otázky nesmějí působit sugestivně a vnučovat určitou odpověď. Jeho úkolem není výpovědi hodnotit ani je komentovat, proto je důležitá i schopnost kontrolovat vlastní mimiku a reflektovat své předsudky, tak aby neverbálním způsobem účastníkům nenaznačoval, že s jejich názory nesouhlasí. Stejně jako při vedení rozhovoru platí nezbytnost jasného vyjadřování, dobré artikulace a schopnost formulovat jednoduché a jasné otázky. Volba moderátora by měla respektovat i složení účastníků dané skupiny a probíraná témata. Z různých důvodů nemusí být vhodné, aby diskusní skupiny s muži na některá témata moderovala žena nebo diskusi o obrazu etnických menšin příslušník jiného etnika, než jsou informanti, apod. V určitých případech může FG vést i dvojice, z níž jeden se soustředí na komunikaci s účastníky a druhý sleduje dodržování časového rozvrhu, pokrytí témat a vyčerpání všech okruhů otázek a zaznamenává pořadí, v jakém účastníci mluví, nebo zda používají významná gesta apod. Může to být moderátor a jeho asistent, ale v principu je možné i vedení diskuse dvěma moderátory, kteří se vzájemně doplňují nebo střídají.

Praktická realizace focus group

Přeskočím obecná, všem postupům společná pravidla přípravy výzkumu a naváží s organizací FG ve chvíli, kdy známe výzkumné otázky, cílovou populaci a víme, kdy a kde má probíhat sběr dat.

Kromě přípravy scénáře sezení a zabezpečení místnosti pro jeho realizaci, včetně nahrávací techniky, je součástí přípravy především rekrutace participantů. Ta může probíhat různými způsoby, zpravidla za použití záměrných výběrových postupů, s využitím techniky sněhové

koule, kontaktování pomocí uveřejněných inzerátů apod. Většinou jsou účastníci vybíráni na základě několika specifických kvót, které mají splňovat, aby byli relevantními informanty pro dané šetření (ženy s dvěma školou povinnými dětmi; pravidelní diváci seriálu *Vyprávěj*; uživatelé operačního programu Android apod.). Oslovení mohou být požádáni k vyplnění tzv. rekručního dotazníku, jenž zjišťuje základní sociodemografické údaje a charakteristiky nutné pro identifikaci relevantních participant. Mezi vybranými by neměly být osoby, které se podobného výzkumu zúčastnily v uplynulém roce. S narůstajícím počtem realizace různých šetření je však stále obtížnější tomuto požadavku dostat.³⁶²

Doporučovaný počet účastníků se pohybuje mezi osmi až dvanácti, za nevhodnější je považováno šest až deset. Vyšší počet vede k nárůstu délky času potřebné pro vyjádření se všech k jednotlivým diskutovaným tématům. Zároveň ve větší skupině jsou méně průbojní jedinci snáze přehlušeni a nedostávají tolik příležitostí se vyjádřit. Začínajícímu moderátorovi se většinou pracuje lépe s menší skupinou. Menší počet účastníků ale současně omezuje vznik diskuse, protože názory zúčastněných často nemají dostatečnou variabilitu. S klesajícím počtem účastníků se také snižuje časová a finanční výhodnost FG vzhledem k individuálním rozhovorům. Výzkumné agentury ale realizují i šetření s méně než šesti účastníky, která jsou pracovníčně označována jako „mini fokasky“.

Účastníci jednotlivých sezení FG jsou voleni jako z určitého hlediska relativně homogenní, například profesní nebo zájmová skupina.³⁶³ Existují různé pohledy na to, zda mezi účastníky jednoho sezení mají, nebo nemají být osoby, jež se vzájemně znají, jsou v příbuzenském nebo jiném, například zaměstnaneckém, vztahu. Nejproblematičtější je kombinace obou možností, když se například ve skupině deseti účastníků tři znají. Standardní přístup přítomnost vzájemně známých osob odmítá, abychom se kupříkladu vyhnuli tomu, že mluvčí nechtějí vyjádřit některé své názory před jinou osobou (např. tchánem, nadřízeným apod.). Výzkum publika a mediální recepce však někdy postupuje zcela opačně. Příkladem je výzkum Katze a Liebesové (1993), kteří využívali sociální síť svých informantů, a jimi realizované skupiny byly složeny z manželského páru, jenž k diskusi přizval další dva známé páry. Druhým specifickým bylo konání diskusí v domácnostech dotazovaných, což mělo simulovat sledování televizních pořadů v rámci širší komunity. Cílem bylo získat

362 Některé komerční organizace na něj téměř rezignují, když do diskusí opakovaně zvou členy spolupracujícího panelu.

363 Podobně postupoval Morley (1980) ve výzkumu Nationwide.

vhled do dynamiky přirozené sociální skupiny a jejího světonázoru v přirozeném kontextu. Zaznamenat, jak sledovaný obsah podněcuje rozhovory diváků o všedním životě. Výzkumy ukazují, že společné sledování televize v každodennosti je spouštěčem vzájemných rozhovorů. Jejich obsahem je však něco jiného než vysvětlování, jak interpretujeme sledované; v běžném rozhovoru zpravidla neobjasňujeme, jak sdělení chápeme (Höijer 1990).

Obě specifika realizace FG vycházela z teoretického rámce recepce televizních obsahů, který považuje vytváření a interpretaci významu mediálních sdělení za sociální aktivitu a předpokládá vnitřní dynamiku skupiny a vzájemné interakce přítomných osob. Z tohoto pohledu je volba místa konání i vzájemně provázané skupiny participantů plně odůvodněná. Realizace sezení v domácnostech je na poli výzkumu publika přípustná a přispívá k uvolněné atmosféře podporující spolupráci participantů.³⁶⁴ Pokud této možnosti výzkumník využije, přestože se nejedná o čistě etnografickou metodu, získá možnost nahlédnout do každodennosti informantů a sledovat zkoumané jednání (užití média a jeho zvýznamňování) v přirozeném prostředí. Naopak výtky adresované vůči standardním FG v neutrálním prostředí tvrdí, že navozená situace je příliš vzdálená každodenním rozhovorům členů malých sociálních skupin v jejich přirozeném prostředí. Při realizaci FG v domácnosti máme možnost zaznamenat i to, jak velkou pozornost médiu věnují a nakolik jsou soustředění například ve chvíli, kdy při sezení využíváte podpůrné audiovizuální ukázky apod. To jsou informace, které při individuálních rozhovorech není možné získat. Na druhé straně nikdy nemůžeme zaručit, zda se někteří z účastníků před přáteli/příbuznými nestylizují nebo si část svých názorů nechávají pro sebe, protože o nějakých tématech před nimi nechtějí vypovídat.

Při rekrutaci participantů je s budoucími účastníky diskuse zkonzultován termín, v němž se mohou diskusí zúčastnit. Je vhodnější nabídnout jim možnost volby mezi sezeními, která se konají v odlišných termínech. Volba vhodných termínů i doby konání je také podstatná. Je třeba ověřit si kolizi s populárním televizním pořadem, (lokálním) sportovním utkáním, popřípadě školními besídkami nebo prázdninami apod., tedy pokusit se zvolit termín tak, aby byl pro danou cílovou skupinu, již chceme zastihnout, co nejméně problematický. Přibližně den před realizací sezení účastníka kontaktujeme telefonicky (pokud je to možné) a ověříme si, zda na FG nezapomněl nebo mu do programu něco nepřišlo.

364 Viz např. Sedláková (2001).

Předem je potřeba uvážit i vhodnou délku jednotlivých sezení a tomu přizpůsobit připravovaný harmonogram. Standardní délka FG se pohybuje kolem 1,5 až 2 hod., ale při samotné realizaci se může protáhnout. Pokud je předem zřejmé, že minimální čas potřebný k prodiskutování všech okruhů otázek se blíží dvou hodinám, je nezbytné přibližně po hodině zařadit přestávku, poskytnout účastníkům alespoň základní občerstvení, možnost navštívit toaletu a chvilku relaxace. Pro účastníky bývá připravena i drobná pozornost, různé reklamní materiály nebo slevové kupony apod., v některých případech dokonce finanční odměna jako poděkování za účast v šetření.

Den před samotným sezením je nezbytné zkontrolovat³⁶⁵ funkčnost nahrávacích zařízení, abychom se vyvarovali trapných okamžiků (viz výše), které nás v průběhu sezení mohou zdržovat a rozptylovat pozornost účastníků. Z realizovaných FG se standardně pořizuje nejen audiální, ale audiovizuální záznam. Je to proto, že pomocí obrazu je následně snazší identifikovat konkrétního mluvčího, zvláště v případech, kdy se stane, že mluví více osob najednou. Pokud se sezení odehrává ve specializované místnosti, kamery jsou zpravidla upevněny ve dvou rozích pod stropem, tak aby měly co nejširší úhel záběru a zároveň příliš nepřitahovaly pozornost mluvčích. Ale i na kamery umístěné na stativech si účastníci zvyknou a přestanou je znervózňovat. Jinak vybavení místnosti pro FG není příliš specifické, nejvhodnější je kulatý či oválný stůl s pohodlnými židlemi, popřípadě nástěnná tabule nebo televize či počítač, podle toho, jaké pomůcky budeme při sezení využívat. Podstatné je, aby místnost byla dobře odhlučněna a průběh FG nebyl ničím rušen. Pokud se jedná o specializovanou místnost, jež má v jedné stěně zabudované zrcadlo, mohou být ve vedlejší místnosti pracovníci, kteří okamžitě pořizují úplný zápis sezení, ale také výzkumník nebo celý tým sledující průběh diskuse. Pomocí komunikačního zařízení, internetu nebo o přestávce mohou moderátorovi sdělit, k jakým tématům se vrátit či je doplnit, co je potřeba dále dovysvětlit, případně které výpovědi byly nejasné nebo naopak nosné a je potřeba je dále prohloubit.

V den konání FG by se účastníci měli dostavit cca 30 min. před zahájením diskuse, aby se rozkoukali, popřípadě občerstvili, a podepsali informovaný souhlas se svojí účastí ve výzkumu. Každého z nich by měl osobně přivítat moderátor nebo zástupce výzkumného týmu.

365 V případě, že uvažujeme využít i další doplňkové techniky sběru dat, kratší dotazník nebo nějakou vizuální metodu (např. kreslení), zkontrolujeme, zda je nachystán dostatečný počet záznamových archů, tužek, pastelek nebo další pomůcky, jež budou pro připravované aktivity potřeba.

Participantům může rozdat jmenovky (ať už s reálnými jmény, nebo pseudonymy), které moderátorovi usnadní vedení diskuse a oslovování jednotlivých mluvčích.³⁶⁶

Samotné sezení začíná moderátor, jenž znovu představí výzkumný tým i zkoumaný problém, přiblíží účastníkům náplň a průběh sezení, vysvětlí svou roli i důležitost nahrávací techniky. Zároveň zdůrazní základní pravidla průběhu diskuse:

- ▶ vždy mluví jen jedna osoba;
- ▶ názory všech jsou zajímavé a všechny musejí zaznít; nejsou zde dobré a špatné názory, například i nesouhlas je pro výzkum důležitý;
- ▶ účastníci nevedou postranní diskuse se sousedem, nešeptají si, nekomentují hlavního mluvčího apod.;
- ▶ nikdo si v diskusi nemůže nárokovat vedoucí roli a všichni respektují pokyny moderátora.

Na začátku sezení jsou participanté vyzváni, aby se postupně krátce představili, nebo je jim položena otázka, jejímž hlavním cílem je účastníky uvolnit a rozmluvit. To jednak tzv. prolomí ledy a zároveň napomůže zvyknout si na přítomnost nahrávacích zařízení i zbavit se ostychu před ostatními. Následují připravené otázky podle scénáře a časového harmonogramu. Moderátor by se měl postupně obracet na všechny účastníky a dbát na to, aby každý z nich formuloval svoji odpověď samostatně. Snaží se tak zabránit odpovědím typu: „souhlasím s tím, co už bylo řečeno, co uvedl předřečník; už nemám, co bych dodal“. Opakované vyzývání k formulování vlastních odpovědí nemusí být pro některé zúčastněné příjemné, a proto je potřeba volit správnou míru a formu pobídky. Zároveň je potřeba, aby jednotliví mluvčí odpovídali na otázky kladené moderátorem a neodbíhali od odpovědi tím, že reagují na výpovědi předchozí. I v takovém případě je potřeba zvážit, kdy už se příliš odchýlili od požadovaného tématu a nakolik je jejich promluva relevantní tématu.

Při samotné realizaci je nezbytné průběh sezení přizpůsobit dané skupině účastníků, například zpomalit jeho dynamiku, klást kratší otázky, mluvit hlasitěji apod., v závislosti na konkrétních přítomných. Jinak je potřeba vést diskuse s dětmi nebo – náctiletými, jinak s profesionály zvyklými na dlouhá jednání, jinak s ženami na mateřské dovolené nebo s osobami se zdravotním omezením. Zkoumané skupině je vhodné přizpůsobit nejen průběh sezení, ale i prostor a čas realizace a využívané

366 Většinou se používají křestní jména, ale je vhodné předem všech účastníků zeptat, zda s tím souhlasí. Není výjimkou, když se setkáte s jedinci, již trvají na oslovování celým jménem včetně titulů.

pomůcky pro aktivizaci diskuse. Debata nesmí být pro účastníky příliš rychlá ani příliš pomalá a neměla by je nudit. Moderátor je při diskusi pouze prostředníkem a není potřeba, aby jednotlivé mluvčí usměrňovat nebo vyvolával, pokud mezi nimi přirozeně vznikla interakce, do které jsou všichni zahrnuti. Zároveň nemá trvat na tom, aby se k tématu vyjádřil i ten, kdo to již opakovaně odmítl. Stejně tak jestliže účastníci již daný okruh otázek považují za vyčerpáný a nechť se mu dále věnovat, nemá je moderátor zdržovat a má nechat diskusi spontánně se posunout k dalším tématům. Zpravidla není nosné striktně se držet připraveného schématu, naopak je potřeba zohlednit aktuální průběh a přizpůsobit jednotlivé sezení tak, aby vyhovovalo dynamice účastníků. Každé sezení bude mít vlastní specifika a osobitý průběh. V závislosti na aktivitě participantů se může jednotlivé sezení prodloužit, mělo by však být ukončeno, jestliže jsme vyčerpali připravené okruhy otázek a na některých účastnících je zřejmá únava nebo nervozita, protože například již mají jiný program apod.

Na závěr diskuse jsou položeny otázky shrnující, které znovu rekapitulují obsah vysloveného a zjišťují, zda téma bylo vyčerpáno nebo zda chce některý z participantů údaje ještě doplnit. V adekvátních případech je možné požádat účastníky v průběhu nebo na závěr setkání i o vyplnění krátkého dotazníku. V samotném závěru pak poděkovat za spolupráci, případně rozdat připravené dárky.

Počet realizovaných sezení nelze předem přesně určit, neboť závisí na charakteru zkoumaného problému i na výtěžnosti jednotlivých sezení. Realizace pouze jedné skupiny je však jednoznačně nedostačující. Jestliže chceme například srovnávat recepci pořadu osobami dvou věkových skupin, měli bychom v rámci každé skupiny provést alespoň dvě šetření. Jestliže je naše zadání složitější a zajímá nás ještě kupříkladu odlišnost mediální recepce mužů a žen, měli bychom přidat minimálně další dvě až čtyři skupiny, podle toho, zda budeme oba požadavky vzájemně kombinovat, nebo je aplikujeme odděleně. V rámci celého vzorku musí být každá zkoumaná skupina zastoupena dostatečným počtem reprezentantů. Čím homogennější je zkoumaná populace, tím menší počet informantů je potřeba. V principu platí, že bychom měli sbírat data do plné saturace zkoumaného tématu, stejně jako v případě jiných kvalitativních postupů sběru dat. Opět záleží na hlavním cíli daného výzkumu. V případě pilotního výzkumu, jehož závěry budou použity pro generování otázek širšího surveye, může být sezení menší počet. Na odborné rovině výzkumu a tam, kde je FG hlavní jádrem výzkumu, je obtížné obhájit výsledky šetření z méně než šesti sezení, uvádí Hansen

a kol. (1998). Rozhodně ale neplatí, že výzkumy realizované technikou FG pracují s malými výzkumnými vzorky.³⁶⁷

Otázkou je, jak hodnotit samotný průběh sezení a zda pracovat s daty ze všech realizovaných FG. V případě, že se dané sezení nevyvíjí požadovaným směrem, například se sešli účastníci-kverulanti nebo je zřejmé, že je téma neoslovilo a diskuse je příliš nezajímá či nejsou kompetentní se k tématu vyjádřit, je na zvážení moderátora, případně po dohodě s výzkumníkem, zda sezení ukončit, i když nebyly položeny všechny otázky, a nahradit je jiným.

FG je podobně jako individuální rozhovory technikou sběru dat, nevypovídá tedy nic o způsobech jejich zpracování. Těch se nabízí více, od rozsáhlých interpretativních analýz až po velmi redukcující kvantifikující shrnutí. Základem práce s daty je však opět jejich převod do psané podoby. Pořízení přepisu FG je ještě náročnější než u standardního rozhovoru, protože musíme odlišit mnohem větší počet mluvčích. Pokud nemáme možnost provádět zápis diskuse přímo v jejím průběhu, pořizuje se na základě audiovizuálního záznamu. Nejjednodušší forma výstupu z FG může mít podobu přepisu a zdůraznění klíčových pasáží, případně stručné interpretace řečeného. Přitom záleží i na hlavním účelu FG. Tento omezený výstup bude přijatelný, pokud se jedná o pilotní šetření, které má přinést základní podklady pro následný kvantitativní výzkum. Stejně tak může být dostatečné pro komerční marketingové zakázky. Na úrovni odborné práce jsou ale očekávány podrobnější analýzy, jež vytěží informační potenciál získaných dat. Vybraným postupům analýzy dat se budeme věnovat v kapitole 9.

367 Katz s Liebesovou (1993) do svého výzkumu zahrnuli 66 skupin s 6 účastníky; byli mezi nimi Arabové žijící v Izraeli, Izraelité původem z Maroka, přistěhovalci z Ruska, obyvatelé kibuců a dále Američané z oblasti LA a Japonci z okolí Tokia. Morley (1980) provedl 29 sezení, z nichž 3 z analýzy vyčlenil, protože pro ně neměl dostatečně kvalitní záznamy.

Pozorování a etnografické postupy sběru dat

7.

*„Když jde antropolog do terénu, fakta tam na něj jednoduše nečekají
připravena, aby je mohl sebrat.“
(Murphy 1999, 214)*

S pozorováním máme všichni určitou zkušenost, neboť patří k nejzákladnějším postupům získávání informací o světě a běžně je používáme v našem každodenním životě. Pozorování laiků a vědců se však odlišuje mírou své zaměřenosti a selektivity. V této kapitole se zaměřím na pozorování vědecké a přímé. V obecně-metodologické literatuře se dočtete také o pozorování nepřímém, kterým se rozumí realizace empirického výzkumu obecně. Toto obecné pojetí nechám stranou a soustředím se na pozorování ve smyslu sledování určitého jevu.

Stejně jako v předchozím případě má i metoda pozorování kvalitativní i kvantitativní variantu, jež se liší mírou jejich standardizace, a proto je možná vhodnější mluvit o pozorování standardizovaném a nestandardizovaném, popřípadě polostandardizovaném (a to analogicky, jako jsme tyto termíny používali v případě metody dotazování). Pozorování, především zúčastněné, je mnohdy považováno za vzrušující výzkumnou techniku, neboť umožňuje nahlédnout za či dovnitř života druhých. Ačkoli to nemusí být na první pohled zřejmé, také pozorování nachází svou niku v oblasti výzkumu médií a kultury obzvlášť. V rámci mediálních studií se jedná především o výzkumy příjemců médií a jejich užívání informačně-komunikačních technologií nebo o šetření vnitřního chodu mediálních organizací (např. pracovní rutiny redakce určitého média), mocenských i neformálních struktur, které se podílejí na výběru, tvorbě a šíření mediálních obsahů apod. V kulturních studiích je výrazná tradice výzkumu subkultur a mládeže, ale také každodenního života dělnických tříd, což jsou rovněž vhodné okruhy pro aplikaci této metody.

Ačkoli přiblížím jak standardizovanou, tak nestandardizovanou podobu pozorování, vzhledem k možnostem jejich využití v rámci mediálních a kulturních studií se více zaměřím na kvalitativní etnografický přístup.

7.1 Vědecké pozorování

Vědecké pozorování podléhá požadavku intencionality, systematickosti, organizace a kontroly; je záměrné, plánované a systematicky selektivní. Jeho průběh a výsledky (poskytnutá data) je možné následně zkontrolovat na základě protokolů, terénního deníku či záznamových archů vytvořených v jeho průběhu. Pozorovatel se soustředí na předem vybrané jevy, určuje místo a čas, kde bude probíhat, formu, jakou budou jevy zaznamenány, s jakou frekvencí a jak podrobně. Předmětem pozorování mohou být jak osoby a jejich jednání, tak jevy nebo sociální role. Při pozorování zkoumáme předmět našeho výzkumného zájmu v jeho přirozeném kontextu. Protože se jedná o techniku sběru dat, je výsledkem její aplikace soubor dat.

Při přípravě každého výzkumného šetření je potřeba posoudit, jaký typ dat budeme pro naplnění stanoveného cíle potřebovat a jak podrobné výstupy potřebujeme získat. Bude stačit číselné vyjádření frekvence výskytu určitých sledovaných jevů či typů jednání ve stanoveném časovém intervalu, nebo budeme potřebovat komplexní podrobné zachycení celé události? Pro realizaci pozorování je podstatné, nakolik bude (či nebude) standardizované. Některé body přípravy aplikace této metody jsou však oběma přístupům společné. Zásadním krokem je přesné vymezení objektu zkoumání – výzkumné jednotky, podřízené cíli výzkumu. Dále musíme rozhodnout, zda nám stačí zaznamenávat údaje o celých kolektivech (redakci, partě, rodině či domácnosti), nebo potřebujeme data o jednotlivcích. Sociálněvědní výzkumy se zpravidla soustředí na odhalení a vysvětlení souvislostí mezi různými jevy, proto by se nemělo stát, aby tyto vztahy byly při sběru dat zastíněny nebo překryty pozorností zaměřenou na související, ale ne nezbytné detaily. Pozorovatel, nemusí to být nezbytně výzkumník,³⁶⁸ si musí být jist, na jaké objekty nebo jejich vlastnosti se má ve spleť sociální reality zaměřit a které nechat stranou.

368 V této kapitole budu používat obě označení, jak „pozorovatel“, tak „výzkumník“, a budu s nimi pracovat do značné míry jako se synonymy. Není tomu tak vždy, především u standardizované,

Interpretativní přístupy, které se snaží porozumět tomu, jak lidé rozumějí světu, v němž žijí, a jak se v něm orientují, využívají hlavně nestandardizované pozorování. Předpokládají, že jejich jednání je intencionální a chtějí tyto motivy odhalit a porozumět jim. Předmětem takového pozorování jsou lidé, jejich jednání a vzájemné interakce. Cílem pozorování je popsat zkoumané jevy, osoby či jednání, hledat jeho pravidelnosti či specifické rysy a na základě těchto dat jim porozumět. Každé jednání se odehrává v konkrétní situaci, v určitém kontextu, něco mu předcházelo a bude mít nějaké následky. Jednající je promýšlel, rozhodoval se a posuzoval možné varianty jednání vzhledem ke svým možnostem a dispozicím, ale i vzhledem k vnějším okolnostem a standardům dané kultury. Příčiny, které jej k jednání vedly, nemusejí být pozorovateli zřejmé ani známé. Proto nemůžeme omezit pozorování pouze na jevy/jednání,³⁶⁹ ale je třeba zohledňovat i sociální situace, v nichž k nim dochází. K lepšímu pochopení a vysvětlení pozorovaného může napomoci právě sledování zkoumaného jevu v různých kontextech. Výzkumným cílem může být odhalení, nakolik probíhá určité jednání shodně v různých prostředích. Konkrétněji například jak se liší pracovní vztahy mezi jednotlivými členy redakce na různých pracovištích regionálních redakcí určitého celostátního periodika nebo jak se liší každodenní život teenagerů v malých sídlech do 5 000 obyvatel ve velkoměstě.

Typy pozorování

Tato technika sběru dat může při samotné realizaci nabývat řady přechodných variant podle míry strukturace a standardizace, kterou použijeme. Přibližme si různé typy pozorování. Formálně můžeme odlišit následující varianty pozorování:

- ▶ podle míry schematizace pozorování a standardizace záznamu o něm odlišujeme **pozorování strukturované a nestrukturované**;
- ▶ podle míry účasti pozorovatele na sledovaných procesech odlišujeme **pozorování zúčastněné/participativní a nezúčastněné/neparticipativní**;

kvantitativní formy pozorování, se tyto dvě pozice nemusí překrývat a sběr dat v terénu může provádět někdo jiný, než kdo je bude zpracovávat. Úkolem pozorovatele, který provádí sběr dat, je v záznamu zachytit to, co vidí, nikoli co si o jevu myslí, to už patří do kompetence výzkumníka. Naopak kvalitativní pozorování častěji provádí samotný výzkumník.

369 Nadále budu mluvit jen o jevech.

- ▶ podle toho, zda pozorovaní vědí, že jsou sledováni, rozlišujeme **pozorování otevřené a skryté**;
- ▶ podle toho, zda se výzkumník podílel na aranžování pozorované skutečnosti, případně zda může jeho průběh dále ovlivňovat, se liší **pozorování vyvolané a nevyvolané**, respektive **pozorování kontrolované a nekontrolované**.

Základním faktorem určujícím charakter pozorování je míra struktury a standardizace záznamu, který z pozorování pořizujeme, a výsledných dat. Při **kvantitativním strukturovaném a standardizovaném pozorování** je jednání sledovaných objektů kategorizováno a zaznamenáváno do předem připravených formulářů, záznamových archů. Přitom rozlišujeme záznam kontinuální a intervalový. V prvním případě výzkumník pořizuje data průběžně, snaží se změřit dobu výskytu určitého jednání a zaznamenat, kdy přesně skončilo či začalo, při intervalovém záznamu jsou údaje zapsány jen v předem stanovených časových bodech, ke kterým se vztahují. Podoba sbíraných dat je předem určena výběrem měřených³⁷⁰ kategorií sledovaného jevu, včetně specifikace jednotlivých stavů, jichž může nabývat. **Strukturované pozorování** je stejně jako jiné kvantitativní přístupy vedené předem formulovanými hypotézami, které určují, jaká data budou pro jejich testování potřebná. Při strukturovaném pozorování dochází k výrazné redukci sledované skutečnosti a k omezení počtu sbíraných dat. Předpokladem je provedení operacionalizace zkoumaných jevů i jejich doprovodných projevů. To nemusí být úplně jednoduché, neboť to vyžaduje určitý vhled do problému nezbytný k vymezení stavů, které mohou během pozorování nastat. Součástí přípravy je proto vypracování podrobného návodu, podle jakých kritérií sledované jevy posuzovat, a výčet klíčových znaků, jejichž (ne)přítomnost je pomáhá klasifikovat. Toto vymezení musí být komplexní, aby bylo možné kategorizovat každé pozorované jednání; zároveň se jednotlivé kategorie musejí vzájemně vylučovat, aby každá varianta jednání byla zařaditelná právě a pouze do jedné z nich.³⁷¹ Pozorovatel v terénu musí být schopen snadno posoudit a jednoznačně zařadit sledované jevy do jednotlivých variant měřených proměnných. Při realizaci pozorování dále záleží na tom, zda budeme zaznamenávat pouze frekvenci výskytu určitých stavů, nebo například i délku jejich trvání a v jakých časových inter-

370 V souvislosti s realizací standardizovaného pozorování často používáme označení „měření“, ačkoli se jedná o měření pouze v přeneseném slova smyslu. Podrobněji viz kapitola 1.

371 Pro přípravu záznamových archů platí stejné podmínky jako při vytváření dotazníků pro standardizované rozhovory.

valech budeme záznamy provádět. Pozorovatel postupuje systematicky podle specifikovaného návodu, sledované jevy kategorizuje a přiřazuje k předem definovaným variantám a výsledky svého měření vepisuje do připraveného záznamového archu nebo rovnou do elektronické datové matice. Výstupem standardizovaného sběru dat je vyplněný záznamový arch s kvantifikovanými, číselnými údaji, ne nepodobný vyplněnému dotazníku. Pozorovatel k tomuto standardizovanému záznamu průběhu sledování může připojit doprovodný popis nebo další poznámky a vlastní postřehy, které vzhledem k průběhu pozorování nebo měřených kategorií považuje za podstatné. Základem analýzy jsou ale strukturované záznamy, kategorizovaná tvrdá data. Podrobná příprava a standardizace průběhu sběru dat je zde zárukou srovnatelnosti a kompatibility dat z různých pozorování a od různých pozorovatelů. Podobně jako v případě jiných metod sběru dat je nezbytné spolupracovníky pro práci v terénu proškolit a testovat míru reliability jejich záznamů z pozorování.

U kvalitativního **nestandardizovaného pozorování** je tomu odlišně, protože pozorovatel usiluje o to, zaznamenat co nejširší spektrum dostupných dat; zachytit chronologický průběh pozorovaného děje co nejpodrobněji, z různých hledisek, v prostorovém i časovém kontextu. Jedná se zpravidla o dlouhodobý pobyt výzkumníka v terénu. Nestrukturované pozorování můžeme využít i jako součást pilotáže před rozsáhlejším kvantitativním šetřením. Je vedeno bez předem stanovených hypotéz s cílem přinést podklady pro formulování nové teorie. Jde o induktivní, kvalitativní postup sběru dat. Výzkumník dopředu stanoví jevy, objekty či osoby, jež budou pozorovány, prostředí a čas, kdy pozorování proběhne, nelze ale přesně vymezit ani rozsah pozorování, ani nejsou předem stanovena podrobnější pravidla a kategorie, které mají být při sběru dat zaznamenávány. Pozorující usiluje o komplexní zachycení situace a její detailní popis. Proto jsou výstupem nejčastěji měkká data, slovní, často rozsáhlé popisy sledovaných jevů, například v podobě terénního deníku (viz níže), ale mohou to být i audio – či videozáznamy nebo fotografie a další doplňující dokumenty. V každém případě je potřeba postupovat v souladu s etickými normami oboru a posoudit, nakolik je v dané situaci vhodné záznamy pořizovat. Téměř vždy bychom měli požádat pozorované o svolení a vyjádření souhlasu s tím, že budou nahráváni nebo fotografováni.³⁷² Při kvalitativním pozorování vznikají nestandardizované (to neznamená, že nemohou být podle představy výzkumníka určitým způsobem strukturované) záznamy, které mají charakter hustého popisu (viz

372 V některých případech pozorování očekávají, že jim za to poskytnete peněžní odměnu.

níze). Vytvoření takového popisu vyžaduje jazykově a stylizačně zdatného pozorovatele. Do jisté míry se samotný pozorovatel stává výzkumným nástrojem, který pozorované mění v data.³⁷³ Zatímco při kvantitativním záznamu sledovaných jevů pozorovatel provádí jen zhodnocení pozorovaného nezbytné k jeho kategorizaci, v případě zhuštěného popisu je naopak běžné, že si výzkumník ihned poznamenává i své interpretace. Tyto pasáže by však měly být jednoznačně identifikovatelné a oddělené od samotných popisných dat, například psané jinou barvou, jiným typem písma nebo pouze na pravou a popisy pouze na levou polovinu listu. Analýza dat a formulování shrnujících tezí či nové teorie tedy probíhají postupně v průběhu pozorování nebo po jeho skončení. Záznam pozorovaného však ještě ani zdaleka není výsledkem daného šetření, ale stále jen podkladem – daty –, určeným k následné analýze. Jak upozorňuje antropolog Robert Murphy³⁷⁴ (1999), mezi tím, co pozoruje výzkumník v terénu, a závěrečným shrnutím, které si přečte čtenář jeho knihy, leží řada dalších kroků, úvah a zobecnění.

Nestrukturované intenzivní pozorování je náročné na pozornost. Proto je při sledování více dlouhotrvajících nebo složitých jevů vhodné využít více pozorovatelů, aby nebyly některé aspekty opomenuty, a s jejich záznamy následně pracovat jako s doplňujícími se zdroji dat. U komplexních výzkumných problémů předem často neumíme přesně odhadnout, které jevy nebo jaké jednání budou pro analýzu klíčové. Využitím většího počtu sběračů dat můžeme riziko, že zůstanou přehlédnuty a nezaznamenány, omezit. Ne vždy ale máme takový tým k dispozici.

Odlišnost mezi **zúčastněným a nezúčastněným pozorováním** závisí na míře integrace výzkumníka do zkoumané reality. V případě zúčastněného pozorování zkoumáme zvolený předmět zevnitř.³⁷⁵ Pozorovatel se stává členem skupiny, kterou pozoruje, zaujímá novou sociální roli a následně se chová tak, jak odpovídá této pozici. Přebírá novou sociální identitu a získává vhled do systému, podobný tomu, jaký mají jeho aktéři. Je pravděpodobné, že se mu tak podaří získat i informace, k nimž by jinak (jako cizinec) neměl přístup. K porozumění a následnému vysvětlení

373 Srov. Loučková (2010).

374 Americký antropolog Robert Francis Murphy studoval na počátku druhé poloviny 20. století se svou ženou kmen Munduru v Amazonii a Tuaregů na Saharě. V jeho díle se spojuje materialistická, strukturalistická i sémiotická tradice. Jeho slavná kniha *Umlčené tělo*, která je autobiografickou studií jeho dlouholetého života vozičkáře ochrnutého na horní polovinu těla v důsledku nádoru na páteři, vyšla v českém překladu v roce 2001.

375 Klasickým příkladem zúčastněného pozorování, ve kterém výzkumníci dlouhodobě pobývali v terénu (ve zkoumaných rodinách), jsou výzkumy J. Lulla (1990).

zkoumaných jevů mu napomáhá vlastní žitá zkušenost. Ne vždy je však takový postup možný. Můžeme chtít zkoumat skupiny, jejichž členem není snadné se stát, například různé náboženské komunity, skupiny, jejichž jednání je za hranicí legality, nebo sdružující osoby se specifickými znaky (různé elitní kluby), kupříkladu s vysokým IQ.³⁷⁶ Každá skupina má určitou vnitřní strukturu, obsahuje různé pozice, z nichž některé nemusí být nově příchozímu dostupné. Například pokud vstoupíte do politické strany, není příliš pravděpodobné, že se vám podaří stát se zároveň členem jejího užšího vedení; při výzkumu mediální organizace pravděpodobně hned nedostanete pozici šéfredaktora či hlavního editora. Podobně v komunitách hráčů počítačových her nebo crew sprejerů existuje vnitřní hierarchie, která omezuje kontakty jednotlivých členů a výzkumník ji při svém pobytu zde musí respektovat. Nemůžeme předpokládat, že se nám v relativně krátké době trvání výzkumu podaří proniknout do jádra skupiny nebo k jejím hlavním myšlenkovým vůdcům. I když má výzkumník přístup do určitého prostředí, ať už je to domácnost či kancelář, klub nebo redakce, některé části tohoto prostoru mu zůstanou nepřístupné a určité typy jednání před ním nikdy nemusí být manifestovány. To je riziko, s kterým musíme počítat. Jak uvádí americký symbolický antropolog Clifford Geertz: „Kulturní analýza je nutně nedokončená. A co je ještě horší, čím hlouběji postupujeme, tím je neúplnější“ (2000: 40). Je proto potřeba mít na paměti, že takové nepokryté mezery v realizovaném pozorování pravděpodobně existují. Na druhé straně: „... není třeba znát všechno, aby člověk pochopil něco.“ (Geertz 2000: 31)

Při intenzivním zúčastněném pozorování a dlouhodobém pobytu v terénu, v rámci zkoumané skupiny ale hrozí i zcela opačné riziko. A sice že vedle hraní nově přijaté role už na výzkumnou práci nezbyvá čas. Nebo v horším případě musíme čelit riziku označovanému jako *going native*. Jedná se o stav, kdy je výzkumník životem skupiny natolik pohlcen, že ztrácí odstup, stává se více členem než pozorovatelem a přestává vidět podstatné detaily a odlišnosti, protože se pro něj (jako člena) stávají samozřejmostí. Výzkumník se ztotožní s nově přijatou identitou ve zkoumané skupině a přestává si uvědomovat probíhající procesy, specifika situací a dat, s nimiž pracuje, a přestane vidět jejich důležitost pro zkoumané téma. Zapomene, že vnější pozorovatel, který touto zažitou zkušeností nedisponuje a nezná skupinová pravidla, normy, hodnoty a další sdílené

376 Členem společnosti Menza mohou být pouze osoby s inteligencí vyšší než 130 bodů, kterou mají asi 2 % populace.

významy jejích členů, by její jednání interpretoval odlišně, popřípadě by mu vůbec nerozuměl. Proto je v případě zúčastněného pozorování více než kdy jindy na místě kritická reflexe vlastní osobnosti a výzkumnické práce a zohlednění slabin a krizových bodů realizovaného šetření.

S tím souvisí i další dualita, a sice odlišení pozorování **otevřeného** a **skrytého**. Rozdíl spočívá v tom, zda zkoumané jednotky vědí, že jsou objektem pozorování. Nemluvím nyní o specifických případech, jakými jsou experimentální šetření, ať už v přirozeném, nebo laboratorním prostředí, ani o tom, když jsou jednotky sledovány například přes polopropustné zrcadlo nebo je jejich jednání nahráváno videokamerou a výzkumník následně analyzuje pouze záznam. To jsou spíše prostředky, které pomáhají simulovat přirozené podmínky jednání, zakrývají osobu pozorovatele, a tak přispívají k tomu, aby zkoumaní jednali více přirozeně. Zásadní odlišnost mezi skrytým a otevřeným pozorováním spočívá v tom, zda se pozorovatel infiltruje mezi zkoumané objekty. Tedy nakolik je role pozorovatele zřejmá a zda sledované objekty ví, že jsou pozorovány. V případě zúčastněného skrytého pozorování se výzkumník stává členem skupiny, ve které nikdo další jeho výzkumnickou identitu nezná. Její odhalení v průběhu výzkumu nemusí být vůbec možné a často není žádoucí. Jsou případy, kdy by její prozrazení vedlo k okamžitému ukončení výzkumu, případně k dalším nepříjemnostem. Například při výzkumu komunity hráčů počítačových her nebo skupiny fanoušků může být výzkumník jedním z nich a ostatní to nemusí tušit. A to jak v případě, že byl členem skupiny již před započítím výzkumu a využívá tak své možnosti volného vstupu mezi její členy, nebo se k ní připojil až při jeho realizaci, aby splnil stanovené výzkumné cíle. Specifickým příkladem jsou výzkumy, u kterých pravou identitu výzkumníka zná jen určitá část zkoumané komunity nebo třeba jen její vedoucí. Například při výzkumu znalostí nových komunikačních technologií u žáků druhého stupně základní školy by výzkumník mohl působit jako asistent ve výuce nebo jako pomocník vedoucího zájmového kroužku. Zatímco jeho frekventanti by o jeho výzkumných záměrech nevěděli, učitelé by s ním byli seznámeni. Pokud by se ale výzkumník jako zjevný pozorovatel chtěl účastnit například zkoušek nácviku nového představení sboru ochotnického divadla, je možné, že jednotliví účastníci, zvláště pokud by jeho roli výzkumníka neznali, by se na něj obraceli jako na dalšího účastníka schůzky. I když by začínal jako pozorovatel, byl by postupně vtažen do dění a pomalu by se stával spíše participantem.

Ačkoli na teoretické rovině lze z tohoto hlediska odlišit čtyři varianty: čisté pozorování, pozorovatel jako participant, participant jako pozo-

rovatel, čistá participace (Disman 1995), jedná se spíše o přechodové kontinuum, které se v praxi může různě proměňovat v závislosti na konkrétním výzkumném tématu i na osobnosti výzkumníka, sledovaných objektech a charakteru terénu, v němž pozorování probíhá.

Antropologové na druhé straně upozorňují, že ve většině případů, přes veškerou snahu o začlenění do zkoumaného kmene, bez ohledu na to, jak úzké vztahy s konkrétními jedinci naváží, výzkumníci stále i po mnoha měsících pro domorodce zůstávají cizinci. Míra integrace výzkumníka do sledované skupiny mnohdy nezávisí nejen na jeho snaze, ale především na tom, nakolik jej sledovaní přijmou a zda jsou k tomu vůbec ochotní.

Při otevřeném pozorování je identita výzkumníka pozorovaným známa. V takovém případě musí pozorovatel předem vyřešit, jak bude ve zkoumané realitě vystupovat (jako student či zástupce výzkumné instituce), tak aby nebyl podezříván z kontrolování jednajících nebo ze špionáže apod. Jeho identita pro ně musí být důvěryhodná, neboť ustavení vzájemného důvěryplného vztahu je základním předpokladem úspěšného sběru dat.³⁷⁷

Kritika otevřenému pozorování vytýká, že u osob, které vědí, že jsou předmětem zkoumání, nelze sledovat jejich autentické jednání, neboť jsou přítomností výzkumníka ovlivněny, a vystavujeme se zde riziku zvanému efekt morčete.³⁷⁸ Zkušenosti z praxe však naznačují, že vliv přítomnosti výzkumníka na průběh jednání s časem klesá. Navíc takovému riziku musíme čelit i při použití jiných výzkumných metod, pokud jsou našimi výzkumnými jednotkami vnímající jedinci. V případě etnografického pozorování je výzkumník součástí reality, kterou zkoumá, a nemůže tomu být jinak, nemůže stát vně. Naštěstí se ukazuje, že pozorovaní si na přítomnost výzkumníka postupně zvyknou a přestanou ji vnímat jako zvláštní či rušivý činitel, což se zúročí především při dlouhodobém pozorování. Výraznějším úskalím však tato skutečnost může být v případě jednorázových krátkodobých pozorování, která mají spíše experimentální ráz.

S tím souvisí i stupeň kontroly, který má pozorovatel nad sledovanými jevy, případně nad vznikem či vývojem celé sledované situace. V případě, že se jedná o **pozorování vyvolané** nebo **kontrolované**, byla zkoumaná

377 Například při výzkumu profesních komunit můžete zjistit, že u zaměstnanců dochází k porušování etického kodexu organizace nebo že jsou přímo zaměstnavatelem nuceni porušovat zákonně stanovené normy (viz např. Sedláková /2008b/). V případě, že vztah nebude dostatečně důvěrný, nebudou zkoumaní ochotni o tématu mluvit a výzkumník nezíská potřebné podklady. To samozřejmě neplatí pouze pro sběr dat pozorováním.

378 Podrobněji kapitola 6.1.

situace předem připravena či upravena výzkumníkem a může být pozměňována i v samotném průběhu. Ve své podstatě se jedná o experiment, který může probíhat jak v laboratorních, tak přirozených podmínkách. Naopak u **pozorování nevyvolaného** a **nekontrolovaného** výzkumník využívá přirozeného běhu událostí a do jejich vývoje nezasahuje a neovlivňuje jejich průběh podle svých výzkumných otázek a cílů. Samozřejmě existují různé kombinace, vyplývající z míry intervence výzkumníka do zkoumaného uspořádání. Například pro pozorování vyvolané, ale nekontrolované platí, že výchozí situace byla připravena, ale výzkumník dále její průběh neovlivňuje.

Pokud bychom to měli shrnout, jsou pro specifikaci pozorování klíčové čtyři skutečnosti. Zda a nakolik výzkumník či pozorovatel zasahuje do chodu sledovaného jevu; zda se přímo účastní pozorované události nebo ji pozoruje zvenčí či z odstupu, popřípadě zprostředkovaně prostřednictvím záznamové techniky; zda objekty vědí, že jsou pozorovány, jestli znají pravou identitu pozorovatele a jakou formou budou zaznamenávána data z pozorování. V principu jsou realizovatelné libovolné kombinace těchto variant. Vždy závisí na zvážení konkrétních výzkumných otázek, cílů výzkumu, charakteru zkoumaného jevu i výzkumných jednotek a následné volbě nejvhodnější strategie.

7.2 Etnografický přístup v mediálních a kulturálních studiích

Na poli mediálních a kulturálních studií je nejčastěji aplikovaným postupem **pozorování etnografické**. Z historického hlediska se jedná o techniku převzatou z antropologie,³⁷⁹ kde dříve sloužila primárně ke studiu cizích kultur žijících mimo moderní západní společnost.³⁸⁰ Základní snahou při studiu jiné kultury je odhalit, jak fungují její instituce, jaké

379 Antropologická etnografie je značně interdisciplinárním oborem, který čerpá z řady odvětví. Současná etnografie je spojena s teoreticko-metodologickou tradicí americké kulturní antropologie. Jejím cílem je proto vyhledávání kulturních vzorců, jejich skrytých významů a vztahů mezi jejich částmi vzhledem k celku. Odhalením těchto kognitivních map se etnografická analýza snaží porozumět lidskému jednání (Loučková 2010).

380 V obecném pojetí je v českém kontextu etnografie spojována s etnologií – národopisem, zájmem o kulturu lidových vrstev a malých národů, studiem jejich umění, tradic, slovesnosti, architektury. Postupně se však i v této tradici prosazuje dominance sociální a kulturní antropologie.

hodnoty uznává a podle jakých norem se řídí její členové. Jako základní znaky, jejichž pomocí je lze identifikovat, jsou zkoumány hmotné artefakty, sociální jednání, praktiky (zvyky, tradice, rituály) a významy, jež jim členové kultury připisují (jazyk, mýty, vyprávění). Techniky, které byly používány k popisu mimoevropských preliterárních tradičních společností, adaptovala na výzkum kultury vlastní ve dvacátých letech 20. století Chicagská sociologická škola,³⁸¹ později byly využívány britskou tradicí kulturních studií spojenou s Birminghamskou školou.³⁸² Specifickou tradicí, s níž je etnografie někdy nepřesně ztotožňována, tvoří **etnometodologie**³⁸³ sociologa Harolda Garfinkela. Nejedná se však o synonyma ani o identické přístupy, i když k rozvíjení etnometodologie jsou často používány etnografické postupy a etnometodologický časopis vydávaný v Manchesteru nese název *Ethnographic Studies* (Nekvapil 2010).

Ambicí etnografického přístupu je porozumět, jak samotní sociální aktéři rozumějí svým komunikačním praktikám, zvykům a jednání, které se podílejí na udržování jejich žité sociální reality, a jak je zdůvodňují. Etnografický přístup je výrazně holistický; snaží se obsáhnout celý životní způsob vybrané skupiny, a to z pohledu jednajícího aktéra.³⁸⁴ Jeho cílem je poskytovat schopnost vyznat se ve zkoumané realitě, a tak umožnit pochopit životní zkušenost druhých.³⁸⁵ Symbolický interakcionista Herbert Blumer zdůrazňoval nutnost obeznámení výzkumníka

381 Sociologická tradice spojená s Univerzitou of Chicago zaměřená na sociologii města a kriminologii, v rámci které rozvinula řadu metod terénního výzkumu, především zúčastněné pozorování a postup případové studie. Podrobněji viz např. Petrusek a kol. (2011).

382 Označení Birminghamská škola odkazuje k tradici kulturních studií spojené se členy Center for Contemporary Cultural Studies, založeného v roce 1964 na University of Birmingham v Anglii. Škola se soustředila především na každodennost života dělnických vrstev a jejich kulturu, na analýzu vnímání populární kultury v návaznosti na genderové, třídní a rasové odlišnosti a specifika jednotlivých publik. Zdůrazňovala polysémičnost veškerých mediálních obsahů a aktivitu příjemců při jejich čtení (Turner 2003).

383 Etnometodologie je přístup zaměřený na zkoumání každodenního života sociálních aktérů, zařazený do interpretativního paradigmatu, fenomenologie i sociologie vědění. V knize *Studies in Ethnomethodology*, publikované poprvé v roce 1967, jej rozvinul H. Garfinkel. Jeho snahou je odhalovat způsoby, které jednající používají pro zvýznamňování světa, v němž žijí, pro porozumění a orientaci v sociální realitě. Garfinkel je označuje jako etnometody, tedy postupy používané běžnými lidmi ke zvládnutí a organizaci jejich každodenního života, neboť jejich vzájemné interakce nejsou chaotické, ale naopak podléhají sociálnímu řádu a zároveň se podílejí na jeho stvrzování. Garfinkel proto usiloval o zkoumání situačně podmíněných racionálních rysů a praktik každodenního života a ve svých výzkumech používal např. tzv. rušivých experimentů. Podrobněji viz např. Šubrt, Balon (2010).

384 To je označováno jako emická analýza, viz níže.

385 „Porozumět kultuře jiných lidí znamená odhalit jejich normálnost, aniž bychom umenšovali jejich jedinečnost,“ píše Geertz (2000: 24).

s realitou, již chce zkoumat, a schopnost převzít optiku informantů, aniž by ji kontaminoval svojí vlastní, jež je zpravidla umělá. Klasik kvalitativní metodologie Norman K. Denzin (1989) připojuje snahu postihnout veškerou variabilitu jednání, dovednost dekódovat pozorované jednání a spojovat je s jeho často skrytými symbolickými významy a umět odhlížet od individuálních případů jednání a odhalovat v nich obecnější struktury. K tomu navíc přidává potřebu jisté míry talentu, jež badateli pomáhá pohybovat se mezi dvěma světy, zkoumanou každodenností aktérů a vlastní vědeckou perspektivou.

Pro výzkumníka pobyt v terénu, kde se interakce mezi pozorovanými odehrávají prostřednictvím komunikace plné implicitních významů, připomíná chození po tenkém ledě. I zdánlivě banální sledování televize je komplexní aktivita propojená se sítí dalších praktik a významů, které jsou v rámci rodiny či domácnosti sdílené jejími členy, a proto nemusejí být vždy znovu explicitně verbalizovány a vysvětlovány. To pro pozorujícího výzkumníka může být matoucí, a proto se snaží proniknout do sítě sdílených implicitních významů, které napomáhají objasnit jednání pozorovaných objektů. Podle Clifforda Geertze³⁸⁶ (2000) je cílem etnografie odhalit přítomnost těchto zamlčených sdílených předpokladů, rozkrýt jejich význam a zpřístupnit je širší (vědecké) komunitě. V symbolické analýze kultury podle něj nejde o to, odhalovat zákonitosti, ale zkoumat významy a pokoušet se vysvětlit sledované jednání, jeho důležitost a co bylo jeho prostřednictvím sdělováno. Výhodou etnografického přístupu je možnost zachytit zkoumanou mediální komunikaci co nejkomplexněji, uceleně a v přirozeném prostředí, s důrazem na perspektivu domorodce. Proto etnografické studie pracují jak s **emickými**, tak s **etickými** pojmy.³⁸⁷ **Emické** jsou ty, které při interpretaci žité reality používají domorodci, tedy pojmy prvního řádu. Jako **etické** jsou označovány termíny, jež používá vědec při popisu a vysvětlení zkoumaného. Při zúčastněném pozorování se výzkumník snaží vžít do sledované kultury, naučit se jejím

386 Clifford Geertz byl americký antropolog, který od začátku sedmdesátých let prosazoval proud interpretativní a symbolické teorie kultury. Podle symbolické antropologie spočívá kultura v člověku vnějších symbolických systémech a lidské jednání je řízeno prostřednictvím symbolů kulturními vzorci (pravidla, návody, instrukce). Geertz nahlíží na kulturu a její prvky jako na texty ke čtení. Jeho kniha *The Interpretation of Cultures* z roku 1973 (česky 2000), především pak úvodní kapitola o zhuštěném popisu, mají širší přesah a jsou citovány v řadě sociálních i humanitních oborů, což je dáno i v té době neobvykle širokým mezioborovým přehledem samotného autora.

387 Jejich odlišení zavedl antropolog Marvin Harris, když chtěl odlišit epistemologický status výpovědí informantů a výzkumníka. Označení přitom převzal od fonetika Kennetha L. Pikea, který se inspiroval koncovkami pojmů fonemika a fonetika. Etický se tedy nevztahuje k etice. Podrobněji viz např. Soukup (2011).

pravidlům, porozumět jim a použít je při interpretaci dalších událostí. V tomto směru je jeho cílem poskytnout detailní popis zkušenosti života ve zkoumané kultuře, včetně pravidel a sociálních vzorců, které ji tvoří, a to i v pojmech, jež k tomu domorodci užívají.

Problém spočívá v tom, že etnografie je založena na interpretaci zkoumané kultury. Výzkumník přitom ale osciluje mezi dvěma kulturami, pohybuje se na rozhraní dvou významových systémů. Do jeho interpretace vstupuje nejen kultura poznávaná, ale i kultura, z níž přišel a ve které bude o té druhé vypovídat. Prolínají se zde dvě interpretace, domorodá (interpretace objektem zkoumání) a vědecká (interpretace výzkumníka). Etnografie přitom zásadně odsuzuje etnocentrismus³⁸⁸ a uplatňuje kulturní relativismus a to se odráží v používání emických a etických pojmů i emických a etických vysvětlení. Emický výzkum zohledňuje pohled uvnitř kultury (perspektivu domorodců), kterou uchopuje jako uspořádaný celek; etický je pohledem na danou kulturu zvnějšku (perspektiva vědce) a její vědeckou konceptualizací. Její relevance, pravdivost a správnost ale zpětně nelze posoudit jinak než na základě korespondence s emickými výpověďmi. Žádná z obou perspektiv proto není privilegovaná a pro vysvětlení a porozumění lidskému jednání a myšlení jsou nezbytné obě.

Zde budu o etnografii mluvit především v souvislosti s výzkumem mediálních účinků, respektive tradicí výzkumu publika tzv. *audience studies* a výzkumem recepce mediálních sdělení. Její počátky v sedmdesátých a osmdesátých letech jsou spojeny právě s Birminghamskou školou a pro její nástup se používá označení etnografický obrat v mediálních studiích. Nastupující tradice odmítla kvantifikující postupy; rozšíření oblasti zájmu kulturních studií o nová témata zkoumání, především odklon od analýzy mediální produkce, zároveň vyžadovalo rozvinutí a aplikaci nových výzkumných strategií. Nástup nové perspektivy studia médií, označované jako **kritické paradigma** (v opozici k behaviorálnímu), předznamenal změnou optiky zkoumání britský teoretik masové komunikace James Halloran. Namísto základní výzkumné otázky, kterou si kladla tradice výzkumu mediálních účinků, „co dělají média s publikem“, se začal zajímat o to, „co dělá publikum s médii“. Nová linie zkoumání zaměřila pozornost na interakci mezi publikem a sdělením, vztah čtenáře a textu a mechanismy distribuce moci při užívání

388 Etnocentrismus je obecně lidský sklon posuzovat a hodnotit druhé a celé cizí kultury podle měřítek a hodnot kultury vlastní a na jejich základě k nim přistupovat (často z nadřazené pozice). Podrobněji viz např. Giddens (1999).

médií. Za počátek kritického paradigmatu bývá považována aplikace funkcionalistické teorie užití a uspokojení a Hallův (1973) model kódování a dekodování. Paradigma, označované také jako recepční analýza, zdůrazňuje pluralitu kontextů mediálního užití, včetně rodově a etnicky odlišných forem konzumace mediálních obsahů. Z našeho pohledu je klíčové prosazování kvalitativní metodologie a etnografických postupů, jež se snaží zkoumat přístupy publika k mediovaným sdělením v kontextu jiných každodenních praktik.³⁸⁹

Neměli bychom však opomenout drobnou metodologickou nesrovnalost v názvu této tradice. Ačkoli je obecně označována jako **etnografický výzkum publika**, zdaleka ne všechny studie, které jsou do ní řazeny, postupovaly etnograficky ve smyslu užití výzkumné techniky dlouhodobého zúčastněného pozorování. Tento ráz měla jen malá část z nich. Dominantní výzkumnou technikou byly spíše hloubkové, případně skupinové rozhovory. Příkladem je studie *Family television* (1986) Davida Morleyho, výzkum diváků *Dallasu* Elihu Katze a Tamary Liebesové (1993) i čtenářek červené knihovny Janice Radwayové (1984) nebo divaček britských soap oper Dorothy Hobsonové (1982). Proč je tedy tradice označována jako etnografická? Pravděpodobně proto, že ve výrazné opozici k pozitivisticky kvantitativnímu strukturálnímu či behaviorálnímu výzkumu staví důraz na interpretativní přístup a použití kvalitativních metod zkoumání. Audience studies primárně usilují o odhalení perspektivy příjemců, i když zpravidla ne prostřednictvím dlouhodobého pozorování, ale spíše na základě rozhovorů s nimi. Stežejní autorkou, jejíž práce jsou do tohoto proudu řazeny, je profesorka kulturních studií Ian Angová, jež se věnuje i teoretické reflexi výzkumu mediálních příjemců. V knize *Desperately Seeking the Audience* z roku 1991 uvádí, že cílem etnografie recepce je porozumět žité zkušenosti mediálních uživatelů, a to z jejich vlastní pozice. Přitom realizace výzkumu je diskurzivní praktikou, která produkuje kulturně a historicky zakotvené vědění jako výsledek specifických diskurzivních setkání mezi výzkumníkem a informanty. Etnografický výzkum recepce je záležitostí interpretace či vytváření reality z určité pozice (neexistuje pouze jedna pozitivisticky správná vědecká perspektiva) a neklade si nárok na univerzalitu.

Pokud v takto vymezeném rámci mluvíme o etnografii, pak nemáme na mysli pouze pozorování, ale ucelený výzkumný přístup využívající i jiné techniky sběru a analýzy dat, především hloubkové rozhovory, ale i analýzu dokumentů. Ty poskytují dobrou datovou základnu pro

389 Srov. Angová (1996), Morley (1992), Silverstone (1994), Turner (2003).

výsledná zjištění a zároveň vzájemnou triangulaci. Proto je vhodnější mluvit o **etnografickém přístupu**, ne pouze o etnografickém pozorování.

V rámci studia mediální recepce jsou za kanonická etnografická šetření považovány především výzkumy televizního publika Jamesa Lulla a Davida Morleyho z osmdesátých let. Oba o sledování televize uvažují jako o komplexní aktivitě a nahlížíjí ji z relační perspektivy, tedy ve vztahu k jiným aktivitám vykonávaným v rámci domácnosti či rodiny. Proto mluví o sociálním, nikoli osobním užívání médií, které se odehrává ve specifickém sociálním prostředí, jež televize vytváří. Techniku zúčastněného pozorování ale používal hlavně Lullův tým.³⁹⁰ Esej *The Social Uses of Television* (1980) a publikace *Inside Family Viewing* (1990) shrnuje jejich zjištění z dlouhodobých výzkumů televizních diváků. Data sbírali tři roky ve více než 200 amerických rodinách ve Wisconsinu a Kalifornii. Studie založené na integrovaném přístupu kombinovaly zúčastněné pozorování, hloubkové rozhovory a spolupráci s informátory s cílem pochopit každodenní sociální svět zkoumaných, jejich vzájemnou komunikaci a užívání médií. Hlavní snahou Lulla bylo zkoumat vnitřní dynamiku rodin ve vztahu k užívání televize a k tomu, jak intervenuje do jejich interpersonální komunikace. Protože se sledování odehrávalo v domácnostech s větším počtem členů, umožňovalo zároveň sledovat i mezilidské vztahy a vnitroskupinovou dynamiku, sociální hierarchii a rozložení moci v rodinách. Výzkumníci rodiny navštěvovali dlouhodobě a trávili s nimi značné množství času, takže se postupně do jisté míry stali jejich členy a podíleli se i na dalších aktivitách, jako je trávení volného času, oslavy narozenin nebo nedělní výlety, což jim umožnilo vhléd do denních rutin domácností.

Právě domácnosti jako jednotky zakotvené v širším sociálním a kulturním prostředí se staly „laboratoří“ a základním výchozím prostorem pro zkoumání televizních diváků v mikrorovině analýzy. Bylo zde možné sledovat nejen jejich návyky spojené s užitím televize, ale i denní rituály, vnitřní vztahy v rodině a způsoby zvýznamňování konzumovaných televizních obsahů. K pochopení jednání individuů není možné je oddělit od sociálního prostředí, ve kterém jednají, ale naopak je třeba nahlížet je relačně, ve vzájemných vztazích moci. Je potřeba zkoumat komunikační proces detailně, v reálném prostoru a čase, zohlednit jeho přirozenou dynamiku a souvislosti s ostatními každodenními praktikami individuů, neboť i ty se promítají do sociálně situovaného přijímání mediálních

390 Výsledky pětiletého pozorování role televize v domácnosti publikovali také Jan-Uwe Rogge a Klaus Jensen (1988).

obsahu a vytváření významů, tvrdí Morley (1992: 183). Proto je při snaze o porozumění procesu, v němž jsou komunikační technologie z významňovány, tak důležité znát kontext, ve kterém se vše odehrává. Při výzkumu sledování televize je potřeba ji uchopit v rámci komplexní situace, jako jednu z řady aktivit. Musíme zaznamenat specifické postupy, v nichž jednotlivé komunikační technologie nabývají určitého významu, a proto mohou být užívány odlišnými jedinci rozmanitým způsobem pro různé účely v odlišných typech domácností. Nejde jen o sledování toho, jak je zacházeno s médiem, ale i o to, v jakém se to děje prostředí, zda jsou v dané domácnosti/rodině/skupině například zažita nějaká pravidla spojená s jeho užitím. V případě televize například: kdo ji pouští, kdo má hlavní slovo při rozhodování o sledovaném pořadu nebo zda se všichni členové dívají společně či jednotlivě u vlastních přijímačů v různých pokojích a zda spolu během sledování komunikují a o čem apod. Kvalitativní přístupy zkoumání se soustředí na to, získat přístup a poskytnout vhled do naturalizovaných prostředí a zde provozovaných aktivit. Jejich síla je právě v tom, že mohou poskytnout porozumění v souvislostech, ukázat propojení mezi různými aspekty studovaného problému (Morley, Silverstone 2002).

Abych byla korektní, nesmím opomenout druhý velký tematický rámec, ve kterém je metoda zúčastněného pozorování využívána.³⁹¹ Ten představují výzkumy fungování mediálních organizací, například analýzy zaměřené na novinářské rutiny. Výzkumy v mediálních organizacích se zaměřují na vnitřní normy a formální, ale i nepsaná pravidla fungování média, na zvyky a profesionální praktiky, které jsou pro danou organizaci specifické a ovlivňují její chod. Podobně vedené výzkumy byly realizovány již od padesátých let a stály například v pozadí teorie gatekeepingu nebo mediálních rutin, které vysvětlují podobu zpravodajství nikoli na základě analýz zveřejněných zpráv, ale právě ze studií organizace práce ve zpravodajských médiích.³⁹² K těm nejznámějším patří studie Gaye Tuchmanové (1980), která ukázala sociálně-konstruktivistický charakter

391 Dalším užitím etnografie byly i výzkumy komunitních médií, především rozhlasových stanic, které vysílaly jen pro poměrně omezené, územím vymezené publikum. Jednalo se o média s malým dosahem. Studie zkoumaly, jaký je jejich přínos pro danou komunitu, jaké plní funkce pro její rozvoj a někdy zároveň přinášely údaje, jak takové alternativní médium provozovat. Příkladem je výzkum britské komunitní televizní stanice *Swindon Viewpoint* a televize *Lokale Omroep Bijlmermeer*, vysílající v Amsterdamu. Do značné míry se jednalo o popisné případové studie, které stavěly na dlouhodobém zúčastněném pozorování v dané lokalitě, ale také na dotazníkových šetřeních, rozhovorech s vedením stanic a s dobrovolníky, kteří se na provozování podíleli, včetně analýz vysílaného obsahu (Jankowski 2002).

392 Viz např. Tuchmanová (1980), Shoemakerová, Reese (1996), Epstein (1973), van Dijk (1988).

produkce zpráv a vliv profesionalizace novinářů při vytváření zpravodajství, čímž výrazně přispěla k rozvoji teorie mediální konstrukce reality. Je nepravděpodobné, že by k těmto závěrům bylo možné dojít na základě použití jiných výzkumných technik, než bylo dlouhodobé etnografické pozorování. Právě pobyt výzkumníků v redakcích odhalil v každodenních praktikách novinářů skryté rutiny a nepsané, společně sdílené představy o tom, co je zprávou a jak o určitých událostech informovat. Klíčová role pozorování zde spočívá v tom, že novináři zpravidla nebyli (a nejsou) schopni verbalizovat, proč k uveřejnění vybírají právě určité události, a ne jiné. Zúčastněné pozorování vstupuje do zákulisí mediální produkce, aby pomohlo odhalit konvence, omezení a komplexní síly, které formují tvar zpravodajství, výběr událostí i to, co je opomíjeno na základě sledování práce konkrétních novinářů přímo v redakcích (Hansen /eds./ 1998).

Etnografie on-line identity a virtuálních komunit

Specifickou relativně novou výzkumnou technikou, která se prosazuje společně s nárůstem užívání internetu a sociálních sítí v posledních pěti letech, je **virtuální etnografie** (případně digitální etnografie). Odborník na sociální média a marketingový výzkum Robert Kozinets (2010), který zavedl a používá označení **netnografie**, ji specifikuje jako kvalitativní interpretativní výzkumnou techniku, která se odehrává v prostředí internetu a pro své výzkumné cíle zaměřené na on-line komunity a (kyber) kultury budované pomocí počítačově zprostředkované komunikace si upravuje tradiční antropologické pozorování. Jedná se o výzkumnou techniku využívanou při zkoumání nových médií v rámci tzv. **studí nových médií** (*new media studies*).³⁹³

Označení etnografie v názvu techniky je na místě jen částečně. Má ale své opodstatnění, i když podobně jako například při výzkumu publika (viz výše) ani v tomto případě se nejedná o dlouhodobá zúčastněná pozorování zkoumaných subjektů v terénu. Zkoumané subjekty badatel nesleduje fyzicky, ale prostřednictvím stop jejich jednání v on-line prostoru. Klíčovým vodítkem použití virtuální etnografie je výzkumný záměr. Otázky, pro jejichž zodpovězení může poskytnout relevantní data, se soustředí na uživatele internetu a snaží se rekonstruovat jejich identitu, nebo na fungování virtuálních komunit. K tomu využívá stopy, jež jednající zanechávají ve virtuálním prostoru, skrze které lze usuzovat na jejich hodnotovou orientaci, zájmy, preference a další vlastnosti.

393 Viz např. Gauntlett (1997), Murthy (2011).

Základními výzkumnými daty se zde stávají jejich výpovědi, jež umísťují v různých internetových prostředích, na on-line sociálních sítích, v diskusích nebo například v on-line počítačových hrách apod. Hlavními podklady pro analýzu jsou sice texty, ale výzkumník je v tomto případě nezkoumá primárně z hlediska jejich obsahu, nýbrž jako záznamy jednání pozorovaných subjektů, autentické projevy individuů, o jejichž jednání a identitě vypovídají. Jaké informace o sobě dotyčný zveřejňuje, pokud uvádí své aktuální aktivity nebo místo, kde se vyskytuje, jak se tím reprezentuje apod. Z hlediska analýzy ale nejsou zajímavé pouze tyto texty, ale i jejich další rysy. Například, když subjekt umístí komentář do diskuse pod článkem, identifikuje se přihlašovací jménem nebo zůstává v anonymitě; má zde vytvořený vlastní profil, používá avatara³⁹⁴ a je na chatu nebo sociální síti jednoznačně identifikovatelný prostřednictvím svého jména či fotografie apod. Například průzkum profilů webových uživatelů je marketingově zajímavý pro různé inzerenty, kteří na jejich základě mohou cíleně adresovat nabídku služeb či produktů jednotlivcům, a je rozvíjen v rámci komerčních výzkumů.

Pobyt a pohyb jedinců ve virtuálním prostředí zde nezanechává pouze fyzické (psané) stopy, ale i další, které jsou pozorovatelné či odvoditelné z různých úkonů, jež jednající provedl. Někdy lze zjistit i kdy, případně odkud se jednající do sítě nebo na chat připojil a kdy se odpojil. Do jisté míry můžeme sledovat i jeho další aktivity v kyberprostoru. V případě Facebooku, které položky má jako oblíbené, které označuje, že se mu líbí, které sdílí, zda k nim přidává komentáře, jaké obsahy vytváří a umísťuje do virtuálního prostoru on sám apod. Zveřejňuje soukromé fotografie, nebo je vystavuje tak, aby byly dostupné pouze pro vybrané přátele; a v případě, že se účastní diskuse na veřejných fórech, používá i webovou kameru, aby byl pro ostatní viditelný, atd. Jaké stránky navštěvuje, co čte/sleduje, co ho zajímá? I doba strávená on-line má svoji výpovědní hodnotu. Badatel se může ptát, zda například koliduje s tzv. vázaným časem, který subjekt tráví ve škole nebo v zaměstnání, nebo se připojuje v noci, aby mohl komunikovat s přáteli v jiných časových pásmech, případně u mladších uživatelů v době, kdy jeho pobyt na síti pravděpodobně nemůže být kontrolován rodiči, apod. Zdrojem dat jsou i přátelé uživatele, kteří

394 Jako avatar je v prostředí internetu označována vizuální prezentace jedince, která je součástí jeho uživatelského profilu v diskusních fórech, na chatech a komunitních serverech či v počítačových hrách. Zpravidla má podobu obrázku či znaku, jež jsou spojeny se vším, co jedinec v daném kyberprostoru zveřejní. V případě počítačových her se jedná o postavu, kterou hráč ovládá a mnohdy se s ní i ztotožňuje.

vypovídají o jeho sociálním kapitálu a sociálních vazbách,³⁹⁵ případně o příslušnosti k určitým komunitám nebo subkulturám.

Virtuální etnografie je tedy nejen specifickou nevtíravou technikou sběru dat, ale i postupu jejich zpracování. Odlišnost od jiné analýzy virtuálních textů je především v teoretické optice a typu otázek, jež si badatel klade. Zpravidla sleduje konstrukci identit jednotlivců nebo fungování virtuálních sociálních společenství. Za takové považujeme vztahové sítě formy imaginárních komunit³⁹⁶ utvářených prostřednictvím technologicky zprostředkované komunikace jedinců v rozhraní nových médií.³⁹⁷ Pomocí virtuální etnografie lze zkoumat sociální skupiny soustředěné kolem určitého tematicky zaměřeného portálu, například fanoušky vybraného mediálního obsahu. Z jejich aktivit může být zřejmá nejen dynamika skupiny, její soudržnost či roztržitost, ale i uspořádání a vnitřní hierarchie, případně pravidla účasti v diskusích nebo otevřenost či uzavřenost vzhledem k nečlenům apod. Uvažovat lze i obecněji, například jak se s přechodem do virtuálního prostoru proměnilo fungování těchto dříve poměrně uzavřených subkultur nebo zda jsou současné virtuální komunity více přístupné nečlenům nebo intervencí mainstreamové kultury apod. Na výzkum počítačově zprostředkovaných subkultur pomocí technik, jež se neodehrávají tváří v tvář, se soustředí i **kyberantropologie**. Tato poměrně nová disciplína se kromě jiného (např. kromě analýzy kyberkultury,³⁹⁸ dopadu internetové komunikace na kulturní identitu, sociální interakce či strukturu společenství atd.) zajímá o interakce jedinců za pomoci nových informačně-komunikačních technologií a vzájemné ovlivňování virtuálního a reálného světa. Jejím cílem je porozumět jednání a zkušenosti účastníků a přispěvatelů virtuálních subkultur, které mají oproti těm existujícím v off-line světě svá specifika. Patří k nim především specifické vzorce chování a uzpůso-

395 Osobní identitu, sociální izolovanost a vztah uživatelů k moderním komunikačním technologiím zkoumá např. sociální psycholožka Sherry Turkleyová (2011).

396 Termín Benedicta R. Adersona (2008), profesora mezinárodních studií, který jej použil k označení národa jako skupiny jedinců, jejíž členové sdílí společný jazyk a kulturu, ale nejsou mezi nimi osobní vazby a všichni se nikdy navzájem nesetkají tváří v tvář, přitom o sobě navzájem mají určité povědomí. Příslušníci imaginárních komunit vykazují určité společné znaky, vlastnosti či aktivity a na jejich vytváření se výrazně podílejí média (např. téměř každodenní /rituální/ sledování hlavní zpravodajské relace vytváří imaginární komunitu diváků večerního zpravodajství apod.).

397 Srov. Macek (2009).

398 Informační přístup vymezuje kyberkulturu jako „soubor diskurzů a kulturních praktik, které jsou spojeny s užíváním informačních a komunikačních technologií“ (Soukup 2010: 18).

bený komunikační jazyk.³⁹⁹ Přitom jako zdroj dat využívá artefakty, jež tyto skupiny produkují, a sleduje, jak s nimi nakládají, například s kým je sdílejí, zda jsou to pouze osoby pohybující se ve virtuálním prostoru, nebo zda dochází k jejich přelévání do reálné komunikace. Tím upozorňují, že nelze zkoumat digitální život jedince na síti jako samostatný a nezávislý na jeho fyzické existenci v reálném světě. Právě naopak, je potřeba chápat jej celostně jako nedílnou součást jeho identity. A stejně je to v případě virtuálních komunit, ani ty nelze stavět proti komunitám skutečným. Proto je pro virtuální etnografii zcela zásadní nahlížet data získaná ve virtuálním světě v širším kontextu, který zahrnuje i sociální off-line realitu.

Další specifickou technikou zpracovávající data o využívání internetu je i **analýza sociálních sítí** (*social network analysis*), která vychází z teorie sítí a snaží se rekonstruovat strukturu sociálních vztahů zkoumaných společenství (nebo jedinců) pomocí síťových diagramů, v nichž jsou jednotlivci zobrazeni jako body a jejich vztahy jako spojnice mezi nimi. Tyto postupy navazují na sociometrické výzkumy⁴⁰⁰ a hodnotí, kdo tvoří dané společenství nebo kolik a jakých vztahů udržuje daný jedinec, zda v rámci sítě stojí spíše na jejím okraji, nebo v jejím centru apod. Zdrojem těchto analýz jsou kvantitativní data získaná z prostředí internetu zpracováváná pomocí statistiky, data miningu a matematických výpočtů následně vizualizovaná do síťových grafů, jež slouží jako modely zkoumaných subjektů. Tato linie výzkumu fungování nových informačně-komunikačních technologií spadá do oblasti označované jako *digital humanities*.⁴⁰¹

Využití postupů virtuální etnografie pravděpodobně nebude dostatečným zdrojem dat pro zodpovězení všech výzkumných otázek daného projektu, ale může být využito k triangulaci poznatků z dat získaných jiným způsobem, například rozhovory. Podobně lze srovnávat identitu, kterou o sobě vytváří uživatel na určitém portálu nebo sociální síti, a jeho image ve světě off-line. V případech, kdy má zkoumaný zapojenou webovou kameru, je možné jej i fyzicky pozorovat. Do linie virtuální etnografie jsou ale zařazovány i případy, kdy výzkumníci sbírají svá data

399 Srov. Soukup (2010).

400 Sociometrie je teorie, ale i výzkumné techniky pro měření interpersonálních vztahů v rámci (především malých) sociálních skupin. Podrobněji viz např. Petrusek (1969).

401 Výzkumná oblast, jež kombinuje tematický zájem humanitních věd a statistické analytické postupy ke zpracování velkých souborů digitálních dat (označovaných jako Big Data). Podrobněji viz např. Berry (2012), Manovic (2011).

sice některou z tradičních výzkumných technik, nejčastěji prostřednictvím rozhovorů, ty se ale odehrávají on-line, za pomoci nějakého nástroje instantní komunikace nebo videokonference, případně přímo ve virtuálním prostředí, například ve hře *Second Life* apod. Jiní autoři však tyto postupy vyčleňují a mluví pouze o on-line dotazování. Do této skupiny jsou přitom řazeny jak rozhovory odehrávající se verbálně, tak ty psané prostřednictvím chatové komunikace.⁴⁰² Podobně postupy virtuální etnografie dovolují jak pouze analýzu sledovaného on-line dění, tak aktivní podílení se výzkumníka na životě zkoumané virtuální komunity, které má blíže k zúčastněnému pozorování. Jakékoli užití údajů získaných v on-line prostoru badatelem však vzbuzuje etické otázky, neboť jejich autor je patrně neuveřejňoval s vědomím, že mohou být použity k výzkumným účelům. K tomu se pojí další otázka, zda či nakolik údaje zveřejněné na veřejných fórech považovat za soukromé, jak na ně odkazovat nebo zda je možné je citovat bez svolení jejich autora, jak v případě potřeby zajistit anonymitu jejich autora apod.⁴⁰³ Vraťme se ale k tradiční etnografii a zaměříme se nyní na její realizaci.

7.3 Etnografické pozorování

„The ethnographer tries not to speak on behalf of others but invites them to speak for themselves.“

(The ‚Ethnographic Turn‘: The Histories and Politics of the New Audience Research, nedatováno)

Výhody a omezení

Základem etnografického výzkumu je dlouhodobý pobyt výzkumníka v terénu,⁴⁰⁴ při němž je v přímém nepřetržitém v kontaktu se zkoumanými jednotkami v jejich přirozeném prostředí. Výzkumník participuje na

402 Podrobněji viz např. Crichton, Kinash (2003), Hine (nedatováno), Hesse-Biber (2011), Kozinets (2010).

403 Podrobněji viz např. American Anthropological Association (2009).

404 Protože v této kapitole do značné míry přebírám antropologické postupy zkoumání, používám i metaforická označení „domorodci“ pro členy pozorované skupiny, a „cizinec/ci“ pro výzkumníka či pozorovatele.

běžném životě informátorů, které zkoumá při vykonávání každodenních aktivit, a nezřídka s nimi navazuje silné osobní vztahy. Adaptační v terénu, v rámci zkoumané komunity, a interakce s informátory od výzkumníka vyžaduje značnou flexibilitu a improvizaci, ale také časovou investici.⁴⁰⁵ Výzkumník se v terénu potřebuje zabydlet a zorientovat a naučit se být dobrým pozorovatelem. Tuto dovednost nelze získat pouze studiem, ale praktickým nácvikem. Je dokonce možné, že pro úspěšnou realizaci etnografického pozorování je potřeba mít talent. Někteří výzkumníci se v jakémkoli prostředí budou velmi rychle cítit jako pověstná ryba ve vodě, ale pro jiné tato výzkumná metoda zůstane trpkou zkušeností, kterou již nebudou chtít opakovat. Samotní antropologové považují zkušenost prvního pobytu v terénu za zásadní, neboť v jejím důsledku výzkumník mnohdy od základu změní nejen nahlížení zkoumaných osob, ale i vnímání sebe sama a kultury, z níž přichází. V tomto směru může být zkušenost dlouhodobého pobytu v terénu matoucí, neboť výzkumníka staví mezi dva tlaky: jednak se snaží vysvětlit jednání sledovaných subjektů v rámci odlišné kultury a zároveň musí reflektovat svoji vlastní výzkumnou pozici, osobní hodnoty a očekávání i teoretické zakotvení. Nezřídka jsou pravidla kultury, do níž vstoupil, výrazně odlišná od těch, ve kterých vyrostl, což na něj může mít značně znejišťující účinky. Není výjimkou, když při vstupu do cizí kultury výzkumník zažívá **kulturní šok**. Jedná se o směsici psychické únavy, nepříjemných pocitů a nejistoty, která může hraničit až s depresí a je důsledkem pobytu v neznámém a někdy i nebezpečném prostředí, v němž neplatí pravidla jednání, jaká známe z domova. Tento proces je považován za adaptační mechanismus napomáhající přizpůsobení se životu v odlišných podmínkách a do jisté míry jej můžete zažít i na delší dovolené. Teprve po odeznění kulturního šoku je výzkumník schopen nahlížet zkoumaný svět adekvátně, bez přílišné fascinace novým, ale i bez frustrace z jeho nedostatků a z oddělení od vlastní kultury (viz níže).

Stejně jako jiné výzkumné techniky má pozorování i další slabiny a silné stránky, pro některá výzkumná témata se hodí více, pro jiná méně. Většina rizik je v tomto případě společná jak pro kvantitativní, tak kvalitativní pozorování. V případě etnografického pozorování je základním úskalím dlouhé časové období, které tato technika sběru dat

405 Tuto zkušenost dobře popisuje profesor kulturních studií Southern Illinois University Patrick D. Murthy ve své stati o výzkumu televizního diváctví v Mexiku (1999), ale také profesorka antropologie a ženských studií Columbia University Lila Abu-Lughodová, která se věnovala výzkumu rozšíření televizního vysílání v komunitě beduínů v Egyptě (1997, 2000).

vyžaduje. Problém souvisí s tím, že ne vždy máme možnost zcela opustit naši každodennost a přesídlit do terénu. Zaměříme se ale na chyby, jimž je výzkumník vystaven ve chvíli, kdy už v terénu pozorování realizuje, neboť řada rizik souvisí právě se subjektem pozorovatele. Odhlédneme přitom od obtíží, s nimiž se musí vypořádat při vstupu do zkoumané reality, například od kulturního šoku, kterému může být vystaven.

Nejčastějším nedostatkem této metody sběru dat je neúplnost získaných dat. Chybou je i špatné, nejednoznačné, nepřesné či nedostatečně podrobné vedení záznamů o pozorování. Příčinou může být jak nepozornost pozorovatele, který jev přehlédl, tak se může stát, že určitý jev v době jeho pobytu v terénu vůbec nenastal, zůstal nezaznamenána a není součástí analyzovaných dat. K neúplnosti záznamů může vést i předchozí povědomí pozorovatele o problému, v jehož důsledku některé jeho rysy neuvádí. Jeho záznam je tak neúplný, což se může ukázat jako podstatné v případě, že by data později zpracovával jiný výzkumník, který stejnou znalost mít nebude. Hrozí ale i opačné riziko, kdy je výzkumník natolik vtažen do děje, že si o sledovaném zapomene vést poznámky například proto, že na to nemá dostatek času. Ale i v případě pečlivě provedeného šetření upozorňují antropologové, že vědění, jež výzkumník v terénu získá, je vždy neúplné. Minimálně proto, že možnost přístupu výzkumníka do zkoumané reality je vždy otázkou míry a vždy existují prostory či sféry, které mu zůstanou zapovězeny. Podstatné je, zda si toho je vědom, což mu dává možnost tato omezení reflektovat.

Stejně je to s posouzením reliability a validity získávaných údajů. Navíc údaje získané od informantů nemusejí odpovídat tomu, co výzkumník sám viděl, a nemusejí se shodovat ani navzájem. Stejně jako když svědci nehody vypovídají o události, jejich výpovědi se překrývají jen částečně. Je úkolem výzkumníka, aby tyto rozpory odhalil a hledal jejich vysvětlení. Samozřejmě platí, čím méně jsou reliabilní data, tím menší je i pravděpodobnost validity z nich odvozených závěrů.⁴⁰⁶

Zásadním kamenem úrazu je špatně zvolená perspektiva či místo a čas pozorování, zaměření se na příliš málo nebo naopak nadbytečný počet sledovaných aktivit, osob či jevů. Navíc platí, že z určité vzdálenosti od

406 To se stalo např. kulturní antropoložce Margaret Meadové, když ve dvacátých letech 20. století zkoumala společnost žijící na souostroví Samoa v Polynésii a své výsledky publikovala v knize *Dospívání na Samoi*. Výzkum realizovaný na stejném místě novozélandským antropologem Darekem Freemanem ve čtyřicátých letech přinesl odlišná data. Později autor ukázal interpretace Meadové jako nesprávné, přehlížející komplexitu a idealizující harmonii společnosti na Samoi a vyplývající pravděpodobně z její nedostatečné znalosti místního jazyka i kultury, ale i výzkumnické zkušenosti. Srov. např. Meadová (2011), Budil (2003).

pozorovaného je vždy vidět něco jiného. Při pozorování v terénu, kdy je výzkumník nablízku zkoumaným objektům, má možnost zaznamenat různé podrobnosti, které by mu z větší vzdálenosti zůstaly skryté.⁴⁰⁷ Na druhé straně pohled z většího odstupů zase umožňuje zohlednit kontext, v němž se jednání odehrává, a rozpoznat skryté souvislosti či vztahy mezi jevy nebo hierarchii jednajících atd.

Dalším úskalím této techniky je projekce osobnosti pozorovatele a jeho hodnotové orientace nebo pocitů do pozorování. Ty vedou k etnocentrickému afektivnímu zkreslení sbíraných dat, a to zvláště tehdy, když se do pozorování promítají předsudky vůči pozorovaným osobám nebo stereotypy. Toto riziko je podstatné především v případech, kdy je součástí práce pozorovatele nejen zaznamenávat dění, ale také jej posoudit, zobecnit a kategorizovat, což je umocněno u pozorování strukturovaného. Úsudek pozorovatele nemusí být spolehlivý, ale naopak unáhlený. Chybou je i více či méně vědomé přehlížení případů, které nesouhlasí s očekáváními nebo na základě předchozí části výzkumu formulovanými tezemi. V takovém případě hrozí, že nová data nebudou dostatečně zohledněna, protože výzkumník již navrhl určitá vysvětlení a dalším v datech se vynořujícím strukturám věnuje sníženou pozornost. Ne nepodstatným rizikem je fyzická zdatnost pozorovatele a únava, která se v dlouhodobém horizontu realizace výzkumu dříve či později dostaví. Ale i u krátkodobého pozorování pozornost kolísá. Problém nastává ve chvíli, kdy si toho pozorovatel není vědom a nevšimne si snížené kompetence. Při jednorázovém standardizovaném pozorování je možné tomu předcházet například střídáním pozorovatelů a do jisté míry i jejich tréninkem. V dlouhodobém pozorování jsou výpadky způsobené únavou či nepozorností vyváženy právě délkou přítomnosti v terénu, takže je pravděpodobné, že se pozorovateli znovu naskytne možnost daný jev zaznamenat. Nemusí tomu tak ale být vždy, kupříkladu určité rituály se odehrávají jen za specifických podmínek nebo se opakují s periodicitou, která může překračovat dobu vyhrazenou sběru dat.

Každé pozorování vzbuzuje otázku interpretace pozorovaného. To, že respondent sedí před televizí s pohledem upřeným na obrazovku, nevyovídá nic o tom, co zakouší. Může se jednat o případ naprosté fascinace sledovaným obsahem, ale také úplného znužení, podotýká Morley (1992). Problém je, že z pohledu pozorovatele mohou oba stavy vypadat velmi podobně. Jak tedy rozhodnout, o který z nich se jedná? Standardizovaný přístup v tomto případě není dobrým řešením, protože při této redukci

407 Srov. Martin, Bateson (2009).

může být situace pozorovatelem vyhodnocena nesprávně a zařazena do špatné kategorie. Ve sporných nebo nestandardních případech může pomoci zkušenost pozorovatele a jeho obeznámenost se zkoumaným jevem. Ale jen v naprostém minimu případů budou jeho interpretace tak dobré, jako kdyby se pozorovaného zeptal. Tím se opět dostáváme ke slabinám techniky pozorování a k tomu, co už jsem uvedla výše, že aplikace této techniky je nejpřínosnější v kombinaci s dalšími zdroji dat, například dotazováním nebo studiem dokumentů.

Stejně jako jiné kvalitativní přístupy ani etnografie neusiluje o externí validitu svých zjištění a jejich plošné zobecňování. Naopak klade zvýšený důraz na validitu vnitřní, na využívání širšího spektra informačních zdrojů a jejich vzájemnou komparaci zvyšující komplexitu postižení zkoumaného jevu. Soustředí se na jednotliviny, drobnosti, nuance a specifika zkoumaných skupin či jevů a snaží se vysvětlit jejich jednání v daném kontextu. Zaměřuje se na situačně zakotvené sociální jednání a teoretickou reprezentativitu, nikoli na formulaci zákonů nebo statistickou reprezentativitu, jak zdůrazňuje Lull (1990). Technika pozorování tak naráží na značnou variabilitu lidského jednání a každé zjištění v sobě vždy skrývá potenciální otázku: do jaké míry bylo námi pozorované jednání jedinečné a do jaké míry je lze zobecňovat.

Pozorování je použitelnou technikou sběru dat pouze v případě, že předmětem výzkumu je přímo vnímatelný jev, například chování členů určité subkultury ve veřejném prostranství, chování teenagerů během operního představení v divadle nebo užívání nových informačně-komunikačních technologií v každodennosti středoškolských studentů. V případě, že cílem výzkumu bude zjistit, proč současní středoškoláci dávají přednost používání tabletů před notebooky či chytrými telefony nebo proč zvolili pro návštěvu divadla určitý typ oblečení, tedy subjektivní význam, který svému jednání přisuzují, musíme pozorování doplnit dalšími postupy sběru dat. Především standardizované pozorování je omezeno na sledování vnějších projevů jednání. Vzhledem k tomu, že kvantitativní šetření jsou zpravidla jednorázová a průřezová, je dalším limitem časová redukce sběru dat na určitý předem určený, omezený časový úsek.

Vzhledem k jiným technikám sběru dat, jež to neumožňují, lze s využitím metody pozorování v některých případech pozorovat přímo jev, který je předmětem našeho zkoumání, nikoli pouze jeho indikátory. Příkladem může být právě výzkum užívání jednotlivých médií. Zatímco při získávání dat pomocí metody dotazování bychom respondentům museli položit řadu otázek postihujících charakter užití jednotlivých

typů médií, včetně například míry pozornosti, kterou jim věnují v případech, kdy výzkumník s výzkumnou jednotkou sdílí její každodennost, má možnost její mediální chování sledovat přímo a údaje o něm si zaznamenat sám. Na druhé straně je takový sběr dat, zvláště u velkých výzkumných vzorků, značně zdlouhavý a náročný nejen časově, ale i na počet spolupracujících pozorovatelů. Naopak je výhodou, že sběr dat nezávisí na schopnostech či kompetenci respondentů posoudit a vyjádřit své jednání. Zároveň ale platí, že práce s týmem spolupracovníků, kteří pozorování provádějí, má svá úskalí a vyžaduje jejich proškolení a testování reliability průběhu pozorování, jejich pozornosti, přesnosti záznamů i jejich výsledné kvality.

Za výhodu lze považovat i to, že skryté pozorování nenarušuje zkoumané jednání a zachovává jeho přirozený průběh. Situace, kdy si pozorované subjekty nejsou vědomy, že jsou objektem zkoumání, lze zařadit mezi nevtíravé výzkumné techniky.⁴⁰⁸ Na druhé straně je zde ale na místě zmínit otázku etičnosti takového výzkumu (viz výše), neboť se jedná o případ, kdy zkoumané osoby nevědí, že jsou pozorovány a využívány k našim cílům.

Ještě bych měla zmínit riziko vyplývající z nepředvídatelnosti průběhu pozorování. Především v případech pozorování v neinscenovaných přirozených podmínkách, kdy výzkumník nezasahuje do průběhu sledované události, respektive neovlivňuje její vývoj požadovaným směrem. Vždy existuje řada eventualit, vývoj pozorování i jeho výsledky jsou nepředvídatelné. Přesto se alespoň na některé z nich můžete připravit.

Pobyt v terénu: schopnost vidět a umění naslouchat

V poslední části této kapitoly přiblížím specifické požadavky etnografického přístupu a jak je aplikovat v praxi. Jak už jsem uvedla, jedná se o techniku, kterou si nelze osvojit, aniž bychom si ji přímo vyzkoušeli. Podobně jako u jiných kvalitativních postupů sběru dat, především nestrukturovaného rozhovoru, ani v tomto případě nelze předvídat, jak se bude situace vyvíjet a jakým obtížím bude výzkumník v terénu vystaven. Rozhodně se předem nemůže připravit na všechna úskalí, jež jej při interakci s pozorovanými potkají. Právě proto se jedná o jeden z nejnáročnějších výzkumných postupů, neboť vyžaduje vysokou míru flexibility, schopnosti reagovat a rozhodovat se v průběhu měnících se podmínek. Na rozdíl od antropologů, kterým je tato technika vlastní,

408 Viz začátek kapitoly 6.

v oblasti výzkumu mediálních a kulturních studií se výzkumník zpravidla nevzdaluje tak daleko od své vlastní kultury. To ale neznamená, že by se při realizaci dlouhodobého terénního pozorování nemohl ocitnout v nepříjemných, nebo dokonce život ohrožujících situacích (příkladem by mohla být snaha realizovat skryté zúčastněné pozorování v komunitě náboženského hnutí Imanuelitů nebo Církve sjednocení), ale o tom nebudu dále spekulovat. Pokusím se shrnout základní doporučení, která byste při přípravě dlouhodobého etnografického pozorování neměli opomenout a která by vám měla pomoci jej s úspěchem realizovat.

Základní otázky, které si musí každý výzkumník na začátku položit, jsou ty, jež se přímo vztahují k jeho cíli výzkumu: Co? Kde? Kdy? A proč? Ve chvíli, kdy plánuje pobyt v terénu, by už je ale měl mít zodpovězené, stejně jako otázku, zda bude zkoumat pouze jednu organizaci, nebo chce sbírat data ve více různých prostředích a provádět jejich vzájemnou komparaci.⁴⁰⁹

Stejně tak si výzkumník musí dopředu promyslet, co bude při pobytu v terénu potřebovat, nakolik bude zcela odtržen od svého běžného života nebo zda bude mít možnost se do něj vracet. Podobně i doba, kterou v terénu stráví, bývá řešena předem a tomu jsou přizpůsobeny další formální náležitosti spojené s vystoupením z vlastní každodennosti. Jiná opatření je potřeba udělat, pokud se do terénu chystáte na měsíc, a jiná, pokud tam strávíte půl roku nebo déle. Zcela specifickým případem jsou výzkumy, kdy výzkumník realizuje pobyt v terénu například jen v určitých dnech v týdnu (kdy se schází jím sledovaná skupina nebo kdy je mu umožněn vstup do zkoumané organizace). Je samozřejmě možné, že předem odhadovaný čas vyčleněný na sběr dat bude potřeba prodloužit nebo naopak vzhledem k neočekávaným okolnostem (např. onemocnění) zkrátit a pobyt v terénu předčasně ukončit. V tomto směru je každý výzkum unikátní.

Zásadní otázka zní: Nechá mě vybraná skupina vstoupit do jejich prostředí, budou její členové ochotní se se mnou podělit o zakoušení jejich každodennosti, společně sdílené významy a jednotlivé realizované praktiky či rituály? Jak uvádí Hansen a kolektiv (1998), podstatným krokem přípravy je získání přístupu do prostředí vybraného pro výzkum. V některých případech lze využít sítě známých, nebo alespoň zprostředkovaného doporučení, které vám pomůže navázat první kontakt. V případě vstupu do formálních institucí to ale nemusí pomoci, a přestože výzkumník bude

409 To jsou základní otázky, které se vztahují k promýšlení celého designu výzkumu, jeho výzkumných otázek a cílů, a tomu jsme se věnovali v kapitole 3.

podroben různým vstupním prověřením, vstup do organizace mu nemusí být umožněn. Některá témata výzkumu přímo vybízejí k tomu, aby se výzkumník přičlenil ke zkoumané skupině neformálně a bez oficiálního povolení, kupříkladu se můžete stát externím spolupracovníkem či elévem určitého média, jiná výzkumná témata (např. mediální chování druhé generace přistěhovalců žijících v České republice) to vylučují. Výzkumy v mediálních organizacích zpravidla začínají oficiální schůzkou s jejími zástupci, na níž se výzkumník představí a objasní své záměry a přínos, který od výzkumu očekává. Při výběru organizací k realizaci výzkumu je vhodnější volit ty, v nichž výzkumník například dříve nepracoval nebo mezi jejími zaměstnanci nemá velké množství přátel. Jedná se o doporučení, které můžeme a nemusíme v konkrétním případě zohlednit. To, že známe některé členy dané skupiny, může být podstatnou výhodou na začátku, když potřebujeme do tohoto prostředí získat přístup. Při samotné realizaci pozorování to naopak může být komplikací, protože známí mohou očekávat, že o chodu jejich organizace podáme obraz, jenž bude odpovídat jejich představě o jejím fungování. Podobně je tomu v případě volby zkoumané skupiny, domácnosti či komunity.

V případě, že se u vybrané organizace setkáte s nepochopením, nezbyvá než zachovat klid, neboť na zpřístupnění určitých sociálních prostředí neexistuje automatický nárok a můžete ho dosáhnout jen citlivým osobním přístupem a vhodným vystupováním.⁴¹⁰ Může se také stát, že vám sice přístup do organizace bude umožněn, ale při samotné realizaci výzkumu vám bude dáváno najevo, že zde nejste vítáni. Není nic neobvyklého ani nepochopitelného, když se domorodci z počátku k výzkumníkovi chovají s odstupem. Přeci jen vstupujete do jejich reality, ale příčinou může být i nepříjemná zkušenost, kterou udělali dříve s někým jiným. To, zda si je získáte na svou stranu, je jen vaším úkolem. Záleží to na vašem přístupu, otevřenosti, jednání a vzájemných interakcích. Pamatujte také na to, že některé organizace mohou chtít předem předložit veškeré údaje, jež následně po skončení výzkumu hodláte publikovat, a mohou vás požádat, abyste některé údaje vynechal. Jakýkoli spor o to, kdo je vlastníkem těchto zjištění a zda je možné je publikovat bez svolení organizace, ve které jste výzkum realizovali, bude nepříjemný a je pravděpodobné, že v něm budete nuceni kapitulovat.

Klíčový je samotný vstup do zkoumané reality a první interakce s jedinci, kteří budou objektem pozorování. Stejně jako v případě vedení rozhovorů i zde je možné si celou situaci výrazně zkomplikovat, nebo

410 Pokud je to váš případ, promyslete svoji taktiku znovu a zkuste ji pro další pokus pozměnit.

dokonce zcela uzavřít nevhodným představením a špatným prvním dojmem. Základní pravidlo říká, že je potřeba se chovat čestně, přistupovat ke zkoumaným přímo a jasně jim vysvětlit, co máte v úmyslu v jejich prostředí dělat. Pro jakýkoli výzkum platí: „nikdy se nepovyšujte nad své informátory,“ zdůrazňuje Murphy (1999: 217). Chyba v této fázi výzkumu může být natolik fatální, že uzavře možnost vstupu do terénu nejenom provinilemu, ale i řadě dalších, kteří by se o to chtěli pokusit následně. Je proto vhodné mít alespoň základní představu o vnitřní struktuře a fungování prostředí, do něhož vstupujete, a pečlivě zvážit, koho budete v dané komunitě kontaktovat jako prvního. Například proto, abyste neurazili její vedoucí členy nebo nevědomky neporušili vnitřní hierarchii či jiná pravidla a tabu, která mohou regulovat, kdo smí v rámci skupiny vstupovat do kontaktu s cizinci a poskytovat jim informace. Některé publikace naznačují, že při realizaci kvalitativního šetření výzkumník může (nebo by dokonce měl, aby nebyl ovlivněn svým předporozuměním problému)⁴¹¹ vstupovat do reality jako „tabula rasa“ a o zkoumaném problému nic moc nevědět.⁴¹² Pokud to kdy vůbec bylo možné, například v případě antropologů zkoumajících obyvatele tichomořských ostrovů, dnes se to jeví jako naprostý nesmysl. Nejen že není možné ignorovat zjištění předchozích vědců a vědění, jež se stalo integrální součástí našeho oboru,⁴¹³ ale vstupovat mezi domorodce, aniž bychom měli povědomí o hodnotách, které uznávají, a o institucích či kulturních vzorcích, které řídí jejich jednání, je výrazem ignora(n)ce. Navíc to může vést přesně k tomu, co jsem naznačila výše, když právě kvůli neznalosti neúmyslně překročíte nějaké nepsané pravidlo a místo začlenění do prostředí si jeho obyvatele hned na začátku znepřátelíte. Zde je na místě připomenout pravidlo etického vedení výzkumu, jež říká, že je potřeba postupovat tak, aby výzkum v dané společnosti s danými informačními partnery mohli následně vést i další výzkumníci; tedy nenarušovat a neuzavírat zkoumaný terén. V případech, kdy o vybrané zkoumané subkultuře či komunitě žádné vědění dosud není dostupné, je výzkumník v nevýhodě a musí být při vstupu do terénu a sběru dat dvojnásob obezřetný.

Když se výzkumník vydává mimo svoji kulturu, například na jiný kontinent, do jiného státu nebo třeba i jiného města, vždy musí nejprve řešit, kde bude mít své zázemí: kde bude bydlet, případně jak se bude po

411 Jde o to, že teoretické vědění badatele mu může bránit vidět očima zkoumaných.

412 Jak by řekl Cimrman, s hlavou dočista prázdnou.

413 Viz kapitola 3.

dobu výzkumu stravovat. Předpokládejme, že je vhodně jazykově vybaven a v nové realitě bude schopen komunikovat s místními domorodci a není, jak tomu bylo ještě v polovině 20. století u antropologů, nejprve nucen se naučit jazyk kmene, který se rozhodl zkoumat.⁴¹⁴ To v případě výzkumu v rámci mediálních a kulturních studií pravděpodobně nebude nutné. Na druhé straně bychom měli připomenout, že existuje i specializovaná disciplína antropologie médií,⁴¹⁵ pro niž je právě hloubkové etnografické zúčastněné pozorování a dlouhodobý pobyt v terénu i mimo západní civilizaci klíčovou výzkumnou metodou.

Na začátku každého pobytu v nové realitě, tedy i ve zkoumaném prostředí, potřebuje každý výzkumník určitý čas k tomu, aby se zabydlel, zorientoval a seznámil se s okolím i lidmi, kteří v něm působí. Už jsem zmínila **kulturní šok**, jenž vstup výzkumníka do cizí kultury často provází. Možná trochu překvapivě se tento nepříjemný pocit nejistoty nedostaví hned po příjezdu, kdy je výzkumník zpravidla nadšen „exotikou“, se kterou přichází do kontaktu, a zároveň emočně vybuzen, že se konečně dostává do kontaktu s předmětem zkoumání. Nástup kulturního šoku přichází až s odstupem, například po měsíci, kdy už je výzkumník do určité míry zabydlen, ale postupně zjišťuje, že v realitě, kde pobývá, vše funguje podle zcela odlišných pravidel, než na jaká je zvyklý. Začínají mu chybět osobní kontakty, možnost konzultovat své zážitky s kolegy či blízkými⁴¹⁶ a jejich porozumění pro obtíže, jež zakouší. Příznakem zakoušení kulturního šoku je i uzavření se výzkumníka do sebe, stažení se ze společně sdíleného prostoru a vyhýbání se interakcím s pozorovanými, což je z hlediska plnění stanoveného cíle výzkumu zcela kontraproduktivní. Kulturní šok ale nečeká jen ve vzdálených

414 Podle antropologů by terénní výzkum měl probíhat v domorodém jazyce zkoumané skupiny. Viz např. Murphy (1999).

415 Antropologie médií je subdisciplínou sociální antropologie. Její vznik umožnilo rozšíření antropologie současnosti, jež monitoruje změny, ke kterým došlo v posledních padesáti letech v západní společnosti. Antropologie médií se právě na základě odlišné dominantní metody zkoumání vymezuje oproti tradičním mediálním studiím a snaží se posunout jejich zkoumání do nového prostředí, rozšířit oblast jejich zájmu na širší sociální pole, na němž se mediální praktiky uskutečňují. Ačkoli samotný antropologický výzkum je zpravidla úzce vázán na určitou lokalitu, zdůrazňuje srovnávací mezikulturní přístup ke studiu médií, neboť nelze přehlížet globální charakter působení médií a společenské změny způsobené šířením nových technologií a mediálních obsahů z jiných částí světa. Prostřednictvím etnografie chce antropologie médií vypovídat například o tom, jak média umožňují fungování moci nebo posilování sociálních nerovností, a o jejich vlivu na formování individuálních nebo skupinových identit v různých částech světa (Ginsburg et al. 2002).

416 Se současným rozšířením internetové sítě mohou být tyto pocity zvládnuty snáze než dříve. Nemělo by vás ale překvapit, pokud se například po telefonátu s někým blízkým budete v terénu cítit ještě hůře než před tím.

destinacích, můžete jej zažít i při zkoumání života komunit či subkultur žijících v rámci stejného státu. Zkuste si například představit život v terapeutické komunitě, v náboženské sektě, ve sprejerské crew, mezi vrcholovými sportovci nebo výzkum mediálního chování a užívání nových komunikačních technologií vybrané skupiny imigrantů žijících v České republice, který vyžaduje strávit dva až tři měsíce společným životem na ubytovně nebo ve společném bytě. Každá skupina bude mít vlastní každodenní rituály a specifické návyky (náboženské, hygienické nebo stravovací), jimž se jako výzkumník budete muset přizpůsobit. Stejně jejich proxemika⁴¹⁷ může být zcela odlišná od té, na jakou jste zvyklí, a jednající se k vám budou chovat odtažitě nebo naopak mnohem více familiárně (např. se vás budou při komunikaci dotýkat), než vám bude příjemné. Musíte však pamatovat na to, že odmítnutím této náklonnosti nebo naopak opakovaným vstupováním do osobní zóny sledovaných je můžete urážet či vzbuzovat pocit ohrožení. Jako fatální urážka se může ukázat, když odmítnete účast na nějakém rituálu nebo nabízený pokrm. Nemusím přitom dodávat, že se může zcela vymykat tomu, co je považováno za jedlé ve vaší kultuře.⁴¹⁸ Není proto výjimkou, když po několika týdnech budete mít chuť tzv. vzít do zaječích, opustit zvolený terén a výzkum ukončit. Takové pocity jsou zcela běžné. Pokud vytrváte, postupně odezní a vy se adaptujete na pobyt v nové kultuře. Nemá smysl se domnívat, že kulturní šok hrozí pouze těm, kteří cestují do vzdálených destinací. Můžete mu být vystaveni i při změně zaměstnání nebo třeba při výzkumu ve specifické mediální organizaci, kde platí jiná pravidla, než jsou ta, na která jste zatím byli zvyklí. S takovými pravidly se můžete setkat i při výzkumu práce v redakci jednotlivých médií. Představte si třeba práci v kanceláři typu open space, kde všichni zaměstnanci pracují na jedné ploše a jednotlivá pracovní místa jsou rozdělena pouze 1,5 m vysokými zástěnami či ustavením nábytku. Pokud jste byli doposud zvyklí pracovat ve vlastní místnosti o velikosti minimálně 10 m², může to pro vás být značně frustrující změna. Nejenže kolem vás neustále někdo chodí a vždy někdo může sledovat, zda opravdu pracujete a co máte právě zobrazeno na monitoru počítače, ale nemůžete si pustit hudbu,

417 Proxemika je typem neverbální komunikace, vyjadřované vlastním tělem. Charakter vztahu mezi jednotlivci je vyjadřován prostřednictvím vzdálenosti, kterou mezi sebou zaujímají. Při vzájemné komunikaci stojí jedinci tak daleko, aby nevstupovali do intimní zóny partnera, což by jím mohlo být vnímáno jako nepříjemné ohrožení. Vzdálenost, která je vnímána jako bezpečná či příjemná pro komunikaci, se však liší v různých kulturách, mezi muži a ženami, ale i mezi obyvateli měst a malých sídel apod. Srov. např. Křivohlavý (1988).

418 Viz např. Lévi-Strauss (2006).

kteřou řadí posloucháte, vyřídít soukromý telefonát ani si ulevit, zívát nebo hlasitě zanařávat či udeřit do stolu. Antropolog pobývající v terénu dlouhodobě je působení kulturního šoku vystaven dvakrát, tedy nejen při vstupu do kultury cizí, ale i při návratu do té původní, která se v tu chvíli taktéž nezdá být zcela přátelskou. Možnost opouštět zkoumaný terén a pouze do něj docházet, i když dlouhodobě, pravidelně a každý den může adaptaci na nové prostředí jak usnadnit, tak komplikovat, neboť se dostáváte do situace, kdy jste nuceni se v různých částech dne v různých prostředích chovat odlišně a dodržovat různé normy.

Při realizaci zúčastněného etnografického pozorování se výzkumník snaží vytvořit **hustý/zhuštěný popis** (*thick description*)⁴¹⁹ sledovaného jevu. Přitom si všímá a zaznamenává vše, co v terénu vidí nebo slyší, počínaje kontextem, prostředím, okolím, zařizením i jednotlivými osobami, jejich vztahy, zájmy, zvláštnostmi, rutinami, názory, mimikou, intonací řeči nebo jejího tempa, včetně neúplných či nedokončených sdělení, zaškobrtnutí v řeči, gest, jež ji provází, atd. Tím zachycuje jinak pomíjivé události a přetváří je do fyzicky existujícího záznamu, s nímž bude možné dále opakovaně pracovat. Předem, ale i přímo v terénu je obtížné rozhodnout, kde jsou hranice realizovaného pozorování. Jinými slovy, které údaje zaznamenávat a které již nejsou potřebné nebo z hlediska zkoumaného předmětu a cíle výzkumu nerelevantní. Zpravidla platí, že lépe je více; čím podrobnější záznam pozorovaného budeme mít k dispozici, tím větší je šance na přesnost a adekvátnost výsledných zjištění a formulaci závěrečných poznatků. Takový přístup je zpravidla označován jako otevřený sběr dat a používá se i při vedení nestrukturovaných, hloubkových rozhovorů, kdy tazatel dává prostor informantovi formulovat problém jeho vlastní optikou, samostatně, bez toho, aby mu do výpovědi příliš vstupoval. To poskytuje příležitost zachytit a zaznamenat významové roviny a propojení, která jsou pro informanta specifická, a výzkumníka by předem ani nenapadlo o nich uvažovat. Jakýkoli detail se může stát podstatným při snaze o porozumění zkoumaným jednotkám či sledovanému jednání. Proto je nezbytné vést o všem podrobné záznamy nebo dění zachytit pomocí fotografií, video – nebo audionahrávek. Někteří autoři doporučují vedení podrobných poznámek především v počáteční fázi výzkumu, neboť to může pomoci při tříbení si vlastní výzkumné optiky a doplňujících výzkumných otázek.

419 Tento pojem Geertz přebírá od filozofa Gilberta Rylea. Cílem zhuštěného popisu přitom není analýza jevu, ale porozumění. Jeho interpretace badatelem, který usiluje o to, vysvětlit pozorované sociální praktiky z pohledu aktérů (Geertz 2000).

Pozorovatel zpravidla postupně v průběhu výzkumu sám poznává, které jevy (jejich sledování a analýza) jsou pro zodpovězení jeho výzkumných otázek zásadní a které spíše okrajové.⁴²⁰ Pokud vás napadá, že k takovému podrobnému a přesnému zachycení pozorovaného je potřeba spousta času a „papírů“, uvažujete správně. K pořizování si terénních poznámek však lze využít i moderní komunikační technologie a například si je nahrávat na digitální diktafon nebo pomocí chytrého telefonu. Nejedná se přitom v tomto případě o pořizování záznamů z probíhajícího pozorování nebo rozhovorů s informanty, ale o analytické poznámky výzkumníka ke sbíraným datům a možností jejich následné interpretace. Přitom platí, že dlouhodobé pozorování poskytuje velké soubory dat, a možná právě proto není v současné zrychlující společnosti pozdní modernity dominantní výzkumnou technikou.

Neoddělitelnou součástí etnografického přístupu a dlouhodobého pobytu v terénu je vedení rozhovorů s informátory. Zde opět existují různé možnosti, jak postupovat. Můžete v různých fázích výzkumu pokládat stejné otázky různým informátorům nebo je naopak nechat, aby sami určovali průběh vašich rozhovorů. Některé rozhovory s členy studované organizace je potřeba naplánovat dopředu a smluvit si schůzku v určitou dobu, jiné se odehrají jakoby náhodou v neformálním duchu. Některé proběhnou v ústraní, kdy budete s informantem o samotě, jiné ve skupině s dalšími. Řadu údajů se dozvíte tak, že mimoděk vyslechnete promluvy jednotlivých členů komunity mezi sebou. Tím nemáme na mysli odposlouchávání za dveřmi, ale například jejich rozhovor při obědě, kde budete všichni společně. Z toho by mělo být zřejmé, že klíčovou součástí etnografie je naslouchání druhým. Na rozdíl od vedení nestrukturovaných rozhovorů, u kterých je někdy doporučována nestrannost tazatele, při dlouhodobém pobytu v terénu není možné se tvářit nestranně. Musíte svým informátorům sdělovat své názory, projevovat emoce a empatii, můžete s nimi nesouhlasit nebo je naopak podpořit ve vzájemném sporu. Prostě musíte působit jako osobnost, nikoli v zájmu zachování neutrality a snahy nikoho si nezneprátelit jako leklá ryba. Taková odtažitost může působit zcela opačně a vzbuzovat v informantech podezření, nedůvěru, odpor či nezájem.

Celý průběh pozorování je potřeba zaznamenávat, standardně se mluví o vedení **terénního deníku**, což odkazuje k jeho chronologickému charakteru. Terénní deník je typickým nástrojem práce antropologů, jedná se

420 Pro rozlišení podstatných a okrajových informací si lze vypěstovat vnitřní cit, ale vyžaduje to dlouhodobou zkušenost v práci v terénu a znalost zkoumaného problému.

o detailní popis výzkumného postupu, co, kdy, kde, proč a jak výzkumník dělal, co ho přitom napadlo, jaká byla odezva zkoumaných i s jakými se setkával nesnáze apod. Poznámky si lze psát jak bezprostředně v průběhu interakce se sledovanými, nebo pokud to její charakter neumožňuje, tak zpětně. Řadu situací ale bude psaní poznámek narušovat. Jako velmi podezřelé by nepochybně působilo v případě skrytého pozorování, kdy sledování jedinci o roli výzkumníka nevědí. Psaní poznámek ale ruší i při vedení rozhovoru, neboť málokdo je schopen psát tak rychle, jak jeho komunikační partner mluví, a kromě toho se současně soustředit na to, co mu druhý říká, a klást mu další otázky. Navíc při etnografickém pozorování řada rozhovorů s informanty probíhá neplánovaně a zcela neformálně v průběhu zcela jiných, například manuálních činností, při kterých vůbec není možné vyřčené zaznamenávat, a to ani digitálně. Pokud pozorování neumožňuje dělat si poznámky průběžně, je nutné udělat je v nejbližší možné době po skončení určité fáze pozorování nebo mezi jeho jednotlivými částmi. Paměť je v tomto směru velmi selektivní a po více než čtyřech hodinách si už část informací nevybavíme nebo je nereprodukuje zcela přesně. Proto je dobré poznamenávat si během dne alespoň základní body, můžeme přitom využívat různých zkratk nebo jen klíčových hesel. V principu je jedno, zda si poznámky píšeme rukou na papír nebo využíváme tabletu či diktafonu a do elektronické podoby je přepíšeme až následně. Přítomnost nahrávací techniky také může působit rušivě a neustále jedincům připomínat, že jsou objektem zkoumání. Na druhé straně, pokud s pořizováním záznamu souhlasili, dříve nebo později si na její přítomnost zvyknou. Konkrétní postupy pořizování záznamů jsou značně individuální a každému vyhovuje jiná varianta. Musíme však mít na paměti, že jsou prostředí (např. tzv. totální instituce)⁴²¹, ve kterých může být použití jakýchkoli nahrávacích zařízení zakázáno a někde může být problém používat i propisku a poznámkový blok.⁴²² Zároveň je potřeba být připraven na to, že terénní deník bude jádrem pozornosti informantů, kteří do něj budou chtít nahlížet. Obecně bude působit příjemněji, když jim vaše poznámky poskytnete k nahlédnutí. Musíte si ale být jisti tím, že to chcete udělat a že jste připraveni na to, že některé skutečnosti, které v něm máte uvedeny, se jim nemusí

421 Totální instituce je pojem Ervinga Goffmana, kterým označuje specifická prostředí, v nichž jsou jedinci nuceni žít pod dohledem formální autority, která nad nimi přebírá naprostou zodpovědnost, odříznutí od vnějšího světa a podle zásadně odlišných pravidel, než jaká platí „venku“. Jako totální instituce fungují například různé léčebny, kláštery, vězení, internáty či kasárna. Srov. např. Keller (1996).

422 Viz výzkum v českých ženských věznicích realizovaný Kateřinou Nedbálkovou (2007).

zamlouvat, což může celý váš výzkum a jeho úspěšné dokončení ohrozit. To platí obecně pro celý pobyt v terénu. Výzkumník se vždy musí chovat tak a s informanty udržovat takový vztah, aby se do tohoto prostředí mohl kdykoli znovu vrátit, například pro doplnění nějakých informací nebo třeba s odstupem času pro zachycení vývoje zkoumaného problému a jeho srovnání s předchozí situací a nebo aby jej mohl v budoucnu navštívit někdo další.

Psaní poznámek je podstatné nejen jako evidence provedeného pozorování a pobytu v terénu, ale je klíčové pro samotného výzkumníka, neboť je v podstatě první kategorizací dat a základem jejich následné analýzy a interpretace. Již při vedení zápisků si výzkumník třídí to, čeho byl svědkem, co viděl, zjistil nebo se doslechl. Jedná se o nezbytnou reflexi toho, co se odehrálo, ale současně jde vlastně o první rovinu uspořádávání získaných informací a zároveň i zaznamenání prvních nápadů na jejich vysvětlení. V této souvislosti Geertz (2000) zdůrazňuje interpretativní charakter pořizovaných zápisků. To, co si antropolog v terénu zapisuje, není to, co se reálně odehrává, ale jeho interpretace této skutečnosti. Interpretace, která je navíc závislá na tom, co zjistil od svých informátorů, tedy na jejich interpretacích,⁴²³ tak Geertz podtrhuje hermeneutický charakter této výzkumné metody. Tento charakteristický rys pozorování je vystaven kritice, jež závěry, k nimž antropologové prostřednictvím interpretace docházejí, považuje za jen velmi obtížně ověřitelné, subjektivní až spekulativní fikce.⁴²⁴ Při následné analýze je proto potřeba jednoznačně oddělovat data získaná od zkoumaných osob a vlastním pozorováním výzkumníka nebo studiem dokumentů. Zároveň při pořizování záznamů je potřeba reflektovat, co se již odehrálo. Podle etnografických přístupů nelze validitu výzkumu a jeho zjištění prokázat jinak než zpětně jejich uznáním zkoumanými jedinci.⁴²⁵

Složitost lidských kultur se do značné míry vzpíná zkoumání jednoznačnými analytickými metodami, směřujícími k objektivním výsledkům. Právě zde spočívá specifikum interpretativních přístupů, které se odráží i v charakteru dat získaných z etnografického pozorování.

423 „To, co nazýváme našimi daty, jsou ve skutečnosti naše vlastní interpretace interpretací jiných lidí týkajících se toho, co si myslí, že oni sami a jejich spoluobčané činí.“ (Geertz 2000: 19)

424 Antropolog James Clifford kritizuje používání literárního jazyka s řadou květnatých rétorických figur (metafor), naopak propagovaného Geertzem. Ačkoli takové texty byly v historii obvyklé, západní věda usiluje o faktičnost a objektivitu, a proto umělecký jazyk nemá v antropologii ani v etnografii místo, neboť ovlivňuje popis předmětu i následný proces čtení (Clifford, Marcus eds. 1986).

425 Srov. např. Loučková (2010).

Je velmi obtížné vytvořit popis sledované situace tak, aby byl zcela neutrální. Do vzniku dat a jejich záznamu vždy nezbytně a nevyhnutelně intervenuje osobnost pozorovatele. Je obtížné se tomu vyhnout, neboť již samotným výběrem slov, která použijeme, připisujeme dané situaci význam. Interpretujeme ji, a tak zároveň i vytváříme. Předpokládat transparentnost takového popisu nebo pozitivisticky reflexivní zachycení události na úrovni současného vědění a v rámci konstruktivistických (či postmoderních) konceptů prostě není možné. Již v úvodních kapitolách jsem uvedla, že se s tímto rizikem setkáváme v sociálních vědách obecně a že se mu v podstatě nelze vyhnout. Co však může a musí pozorovatel udělat, je kriticky reflektovat svůj vztah ke zkoumanému tématu⁴²⁶ a při analýze zohledňovat, kdo vypovídá, o kom a z jaké perspektivy, čímž ukazuje, že produkované vědění je pouze parciální a relativní. To ale neznamená, že by naše poznatky o druhých a jejich jednání nebyly hodnotné a podstatné a že o nich nemůžeme podat žádnou relevantní výpověď žádným způsobem nebo že o nich nic nevíme zcela jistě. Takový postoj by vlastně připouštěl možnost poznání pouze sama sebe a popíral tak podstatu a možnost jakéhokoli vědeckého poznání života druhých a vnější reality obecně. Ale to se znovu dostáváme k obecně-metodologickým otázkám, kterými jsme začínali.⁴²⁷

V úvodu kapitoly jsem pozorování představila jako techniku sběru dat, na závěr bych se proto ještě měla zmínit o tom, jak tato data zpracovávat. Není to rozhodně jednoduché, neboť materiálů různého druhu při dlouhodobém pozorování shromáždíte opravdu velké množství. Nejprve se ve vlastních záznamech musíte zorientovat. Klíčovým vodítkem vám při tom opět budou východiska vašeho výzkumu, stanovené cíle a výzkumné otázky. V prvním kroku pravděpodobně budete muset data roztrždit jednak podle důležitosti a relevance k vašim výzkumným otázkám, ale také možná tematicky nebo podle doby jejich sběru. Do značné míry vám s následnou analýzou může pomoci určitá systematickosti již při sběru dat a vedení terénního deníku. Přesto určitě zjistíte, že některé údaje máte zaznamenány vícekrát, na různých místech, v různých kontextech. Analytická práce do značné míry spočívá v opakovaném mnohonásobném procházení a pročitání poznámek a hledání vzájemně souvisejících částí. K třídění dat a odlišení jednotlivých tematických částí lze využít i specializovaných softwarů, například Atlas.ti. Někomu

426 Podobně jako Hobsonová (1982) a Angová (1985) hned v úvodu svých knih přiznávají, že jsou fanynkami soap oper *Crossroads* a *Dallasu*.

427 Viz kapitola 1 nebo např. Fay (2002).

ale může spíše vyhovovat tradiční postup práce s poznámkami v jejich fyzické podobě a barevnými popisovači či lepicími štítky. Protože se jedná o kvalitativní data, lze při jejich analýze využít postupy určené pro práci s měkkými daty, kupříkladu postup zakotvené teorie, který si představíme v kapitole 9.1.

Analýza dokumentů

8.

„Sděluje-li se ,to samé jinak‘, sděluje se, ,něco jiného“.
(Lapčík 2012: 71)

Analýzy mediálních sdělení jsou jedním ze základních kamenů výzkumu mediálních a komunikačních studií, ale i politické vědy, pedagogiky a dalších oborů. I v tomto případě používáme jak kvantitativní, tak kvalitativní postupy. Ale zatímco v předchozí kapitole jsme mluvili především o sběru dat, nyní se v pomyslném výzkumném procesu posouváme o krok dál, k jejich analýze. V případě studia dokumentů se postupy jejich získávání příliš neřeší (jako by bylo samo sebou, že je máme k dispozici) a pozornost se soustředí na postupy jejich zpracování. To ale neznamená, že by výběr vhodných výzkumných jednotek a zkoumaného vzorku byl v tomto případě nepodstatný. Právě naopak, platí pro něj stejná pravidla jako pro výběry, ve kterých volíme zkoumané jedince. Práce s neživými dokumenty má samozřejmě svá specifika, ale v principu se přípravná ani realizační fáze těchto výzkumů zásadně neliší. Výběr vzorku, stejně jako návrh designu výzkumu a volba konkrétní analytické techniky, jsou podřízeny záměrům výzkumníka a stanoveným cílům práce. Zkoumané materiály přitom mohou být velmi různorodé. Nepatří k nim jen seriózní noviny, zpravodajské články v denících, lifestyle časopisy, televizní seriály, komiksy nebo pohádky, stejně tak můžeme zkoumat billboardy, televizní reklamy, hudební videoklipy, internetové diskuse nebo středoškolské učebnice, ale také fotografie v rodinném albu, dopisy a pohlednice z prázdnin či osobní deníky, účetní knihy, zápisy ze schůzí, rytiny na školních lavicích nebo vzkazy na veřejných toaletách. V této kapitole budu vzhledem ke všem analyzovaným materiálům, bez ohledu

na jejich konkrétní podobu, odkazovat k textům, případně dokumentům či sdělením.⁴²⁸

V jistém smyslu každé lidské jednání zanechává stopy v podobě nějakých dokumentů, které lze zkoumat. V tomto ohledu patří analýzy dokumentů mezi nevtíravé výzkumné techniky.⁴²⁹ Ale jako dokumenty lze nahlížet i přepisy realizovaných rozhovorů⁴³⁰ a záznamy z focus groups nebo terénní deník s poznámkami z pozorování. Pro aplikaci této metody proto máme k dispozici neuvěřitelné množství dat. Záleží jen, jak je využijete. Klíčové jsou proto otázky, které si budete klást. Můžete chtít zjistit: (1) jak často je v nejčtenějším deníku citován prezident republiky a jak se tato frekvence výskytu proměňuje nejen v čase, ale i v závislosti na osobě prezidenta nebo se zaměřit (2) na rozbor informování o určité kauze v různých typech médií či analyzovat (3) pouze ideologická sdělení obsažená v sérii předvolebních billboardů jedné strany. Zatímco v prvním případě budete pracovat s tisíci vydání jednoho deníku za velmi dlouhé období, ve druhém budete sledovat jen několik textů z velkého množství médií a ve třetím dokonce jen několik vyobrazení. Pro každý typ dokumentu a specifické výzkumné otázky je nutné zvolit vhodný typ analýzy a výzkumného postupu. Při studiu dokumentů je navíc obvyklé výzkumné techniky kombinovat tak, aby jeden z postupů obohatil, rozšířil, zpřesnil, ale i valorizoval zjištění předchozího. Dávno neplatí, že kvantitativní a kvalitativní metody zkoumání obsahů jsou vzájemně nekompatibilní, naopak. Na poli analýzy dokumentů je k dispozici celá plejáda technik, počínaje klasickou kvantitativní analýzou na jedné straně přes analýzy historicko-srovnávací, lexikální, narativní, konverzační, sémiotické, diskurzivní až k hermeneutice na straně druhé. Pro řešení prvního navrženého případu by bylo nejvhodnější použít obsahovou analýzu, ve druhém analýzu diskurzivní nebo narativní a ve třetím třeba sémiotickou. Právě na tyto tři techniky se podrobněji zaměřím; ostatní zůstanou stranou, ale ne zcela. Stejně jako v předchozích případech začnu i tentokrát u kvantitativních standardizovaných postupů. Nejprve ale připojím krátkou lexikální poznámku, kterou považuji za zcela zásadní.

V českých překladech se setkávám se slovním spojením „obrazová analýza“ nebo použitím pojmenování „obsahová analýza“ pro kvalitativní techniky zkoumání. Obě považuji je za nevhodně zvolená označení.

428 Tato označení zde v zásadě používám jako synonyma a měním je čistě ze stylistických důvodů.

429 Viz kapitola 6.

430 Od těch otištěných např. v časopise je může odlišovat forma přepisu a neautorizace odpovídajícím apod., ale to je v této chvíli okrajové.

Pokusím se vysvětlit proč. Do odborného jazyka jsou často přebírány nebo překládány pojmy z anglosaské tradice. Germánské jazyky ale mají pevnější gramatickou vazbu slov než čeština, ve které je rozdíl, zda řeknete „analýza obsahu“ nebo „obsahová analýza“, „analýza obrazu“ a „obrazová analýza“. V čem je pointa? Samozřejmě je možné analyzovat obsah, a to jak psaný, tak ve formě obrazu,⁴³¹ a právě proto bychom měli mluvit o „analýze obsahu“ nebo „analýze obrazu“. Tato formulace nepojmenovává výzkumnou techniku, ale charakter výzkumné jednotky. Jejich analýzy pak mohou být vedeny různými výzkumnými postupy. Protože germánské jazyky jsou méně ohebné, ačkoli by to bylo gramaticky přípustné, rodilý mluvčí by nepoužil formulaci „analysis of content/visuals“ (a už vůbec ne „picture analysis“), a tak v obou případech použije „content analysis“ či „visual analysis“, případně „image analysis“. V češtině ale význam odlišit lze, a proto doporučuji použít přesnou formulaci. Navíc tak předejdeme nedorozumění, neboť když se řekne obsahová analýza, většina sociálních vědců si vybaví kvantitativní výzkumnou techniku vztahovanou k pracím Bernarda Berelsona⁴³², o které budeme mluvit vzápětí (podkapitola 8.1). Pokud chceme spojení použít ve vztahu ke kvalitativním výzkumným postupům, je potřeba to explicitně uvést a za vhodnější považují mluvit o kvalitativní analýze obsahu.

Na to, že označení obsahová analýza není užíváno konzistentně, ale i v obecném smyslu pro jakoukoli analýzu sdělení, upozorňují i zahraniční autoři. Například komunikační vědec Klaus Merten (1995) uvádí přehled více než dvaceti technik, které lze zahrnout pod široké pojetí obsahové analýzy, a dělí je podle zaměření na sémantickou, syntaktickou a pragmatickou rovinu analýzy textu a podle orientace na komunikátora,

431 Možná není nezbytně nutné písmo a obraz rozlišovat a některé přístupy považují písmo za formu obrazu. Např. analytik vizuální kultury a ikonologie W. J. T. Mitchell tvrdí, že opozice mezi textem a písmem je vytvořená uměle. Těm z vás, kteří neumí číst jinou abecedu než latinu, to bude zřejmé, když se podívají na japonské, arabské, popřípadě ruské texty. Vymezení obrazu jako textu viz např. Foret (2008).

432 Spojení kvalitativní obsahová analýza vnímám trochu jako protimluv, neboť ne zcela odpovídá termínu zavedenému v sociálněvědní tradici, na kterou mediální či komunikační studia navazují. Označení obsahová analýza pro kvantitativní tzv. Berelsonovskou metodu popisu zjevného obsahu sdělení je přijímáno nejen v sociologii, ale i v historii, psychologii, politologii, antropologii i pedagogice. Označení obrazová analýza pak analogicky považují, řečeno jazykem sémiotiky, za označující bez označovaného, neboť taková metoda není popsána ani ve vizuálních studiích, které se na analýzu obrazů primárně zaměřují a používají k tomu např. analýzu sémiotickou či diskurzivní.

recipienta a komunikační situaci.⁴³³ Právě jeho pojetí obsahové analýzy má velice široký rozsah a stává se synonymem analýzy obsahu sdělení (inhaltsanalyse).

Naopak Philipp Mayring (2000) rozvíjí metodu kvalitativní obsahové analýzy. Zároveň ale zmiňuje, že se jedná o soubor technik pro systematickou analýzu textu, na jejichž vymezení se podílel při výzkumu nezaměstnanosti pro zpracování dat z nestandardizovaných rozhovorů. Mayring kvalitativní obsahovou analýzu vymezuje jako: „přístup pro empiricky a metodologicky kontrolovanou analýzu textů v jejich širším komunikačním rámci, následující analytická pravidla a postup krok za krokem, bez ukvapené kvantifikace“ (2000: 2). Jeho analýza je postavena na dvou základních postupech: induktivním vytváření kategorií z dat a jejich následnou deduktivní aplikaci (což je standardní postup kvalitativně orientované interpretace textu⁴³⁴). V principu tedy místo specifické kvalitativní metody analýzy textů nabízí kombinaci kvalitativního a kvantitativního postupu, respektive klasickou kvantitativní analýzu obsahu obohacuje o použití kategorií induktivně vyvozených z dat na základě znalosti datového korpusu (nikoli kategorií odvozených z výchozí teorie). To standardní postup klasické kvantitativní obsahové analýzy nezahrnoval. Její současné aplikace ale využívají možnost odvození části měřených kategorií z textu zcela standardně (podrobněji níže). Nejedná se tedy o specifickou techniku kvalitativní obsahové analýzy dokumentů, ale o použití kvalitativních analytických postupů při zpracování dat, jež mají charakter textu, tedy o kvalitativní analýzu obsahu. V této knize jsou kvalitativním metodám analýzy věnovány kapitoly 2, 8.2 a 9.1.

433 Jeho podrobná typologie ale zahrnuje i velmi specifické techniky, např. sémantický diferenciál z psychologie nebo postupy lingvistické.

434 Podrobněji viz kapitola 2. a 8.2.

8.1 Obsahová analýza – nástroj pro zpracování velkého množství textů

„With regard to content analysis, there seems to be a widespread but wrongheaded assumption that ‚anyone can do it‘ with no training, and there also seems to be another common misperception that any examination of messages may be termed a content analysis.“

(Neuendorfová 2002: xv)

Vymezení metody a pohled do minulosti

Obsahová analýza (OA) je jedním z tradičních postupů analýzy dokumentů. Vychází z neopozitivistické tradice zkoumání,⁴³⁵ která předpokládá možnost vytvoření obecné teorie a její testování prostřednictvím hypotéz vypovídajících o vztahu dvou a více proměnných. OA byla navržena jako postup vnášející řád přírodních věd do studia sociálních fenoménů. Jejím cílem je snaha vypovídat o velkých souborech dat, což je nezbytné, pokud chceme získat širší přehled o pokrytí daného tématu v mediální krajině, zjišťovat dlouhodobé trendy v mediálním zobrazování určitých jevů či skupin nebo komparovat jejich reprezentace v různých typech médií.

Stručně bývá charakterizována jako výzkumná technika pro **kvantitativní, systematický a objektivní popis zjevného obsahu komunikace**. Právě tak ji v padesátých letech 20. století vymezil americký sociolog a sociální psycholog Bernard Berelson⁴³⁶ (1952: 1447). Berelson je často označován za otce obsahové analýzy, i když to není úplně přesné. Tato výzkumná metoda je mnohem starší a její použití sahá až do 19. století.⁴³⁷ Berelson je zmiňován proto, že na základě řady vymezení a aplikací jiných autorů tuto techniku metodologicky ukotvil v dodnes citované práci *Content Analysis in Communication Research*. Je zřejmé, že v uvedeném vymezení OA se odráží nejen metodologický kontext jejího užití, ale i stav komunikační vědy v daném období. Protože se jedná o techniku

435 Viz kapitola 1.

436 B. Berelson byl průkopníkem behaviorálního přístupu a v polovině 20. století výrazně ovlivnil výzkum masové komunikace a veřejného mínění. Spolu s Paulem F. Lazarsfeldem a Hazel Gaudetovou spolupracoval na slavném předvolebním panelovém výzkumu *The People's Choice* (1944). Podrobněji viz např. Jeřábek (1997).

437 Někteří autoři jdou při výčtu nejstarších příkladů ještě mnohem hlouběji do historie.

úzcce navázanou právé na média, jež jsou v centru našeho zájmu, vraťme se krátce do historie.

Realizaci obsahových analýz nahrávalo rozšíření masového tisku v polovině 19. století, které vedlo k zájmu o obecnější postižení jejich obsahu, a to na rovině výčtu pokrývaných témat, případně velikosti plochy, jež jim byla věnována. Postupně se přidává snaha o srovnání mezi jednotlivými listy nebo analýza jednoho titulu v delším časovém období, což jsou základní dva přístupy používané dodnes: komparace postavená na **synchronní analýze dvou komunikátorů** nebo **diachronní analýze trendu**. Nejznámějším příkladem z tohoto období je pravděpodobně deskriptivní srovnání nedělních vydání čtyř novinových titulů z roku 1881 a 1893 vycházejících v New Yorku, provedené Johnem G. Speedem (1893).⁴³⁸ Podobně jako jiní i on si v tuto dobu kladl otázku, zda tlak trhu a nárůst vydávaných titulů nevedl k poklesu kvality amerických novin a zda noviny pokrývají realitu. Zaměřil se především na změny ve složení zpravodajství o různých tématech (např. náboženství, politice, vědě, literatuře, historii, divadle, umění, kriminalitě, skandálech, sportu) v daném období a dospěl k závěru, že prostor věnovaný kulturním tématům, náboženství a vědě se výrazně zmenšil ve prospěch fám, drbů a senzačních zpráv o skandálech či kriminalitě, což odpovídá tzv. žluté žurnalistice.

Historicky je obsahová analýza spojena s teorií masové komunikace, která se rozvíjí na pomezí sociologie a teorie komunikace v první polovině 20. století, což vysvětluje její silně sociologické kořeny. Podle tzv. procesuálního pojetí je (mediální) komunikace nahlížena technologicky jako proces přenosu sdělení určitým kanálem od podavatele z bodu A k příjemci do bodu B.⁴³⁹ Teoretikové komunikace předpokládají, že význam sdělení určený v okamžiku jeho vzniku se k příjemcům dostává v nezměněné podobě a ti jej vnímají stejně jako jeho tvůrci. Na příjemce přitom nahlíží jako na masu, množství heterogenních vzájemně izolovaných jedinců bez bližších sociálních vazeb, kteří jsou působení médií do značné míry vydáni všanc. Proto jsou masová média, především tisk a film, později i rozhlas a až mnohem později televize, považována za velmi vlivná a účinná při šíření informací. Analogicky tomu přístup OA

438 Přibližně v roce 1910 prosazoval kvantitativní obsahovou analýzu jako nástroj mapování německého tisku také M. Weber.

439 Toto pojetí komunikace se odráží v modelech, které jsou označovány jako S-R modely (*stimulus-response*), např. model Shannona a Weavera. Procesuální pojetí komunikace dobře vystihuje i Lasswellova pětičtá otázka: Kdo říká co, komu, jakým kanálem a s jakým účinkem? Podrobněji viz např. Fiske (2000), McQuail, Windahl (1993).

předpokládá, že význam leží v manifestované rovině obsahu, je povrchový, zjevný a jednoznačný a jako takový může být přečten a postižen kvantitativním výzkumným postupem. S tím souvisí předpoklad, že množství pozornosti věnované ve zkoumaném textu určitému tématu je vyjádřením důležitosti, jež je mu přikládána podavatelem i společenským rámcem. A tedy že kvantifikace, numerické vyjádření poměru určitých prvků v textu (např. počet slov nebo rozsah prostoru/času věnovaný určitému tématu) je spolehlivým ukazatelem významu zkoumaného sdělení. Východiska zkoumání komunikovaných obsahů tak byla značně odlišná od těch současných.

Milníkem pro rozvoj OA (toto označení je až ze čtyřicátých let) bylo meziválečné období a druhá světová válka, kdy vzrostl počet analýz tehdy nových médií – filmu a rádia. Využívána byla hlavně ve dvou oblastech zkoumání: v analýze politické propagandy a analýze komerční reklamy. Zatímco první z nich se snažila ve sděleních odhalovat záměry komunikátora, druhá usilovala o nalezení komunikační strategie, jež u příjemců povede k požadovaným změnám chování. V obou případech se předpokládalo, že komunikátor vytváří sdělení s cílem dosáhnout určitého účinku na příjemce. Analýzy nepřátelské propagandy ve válečném zpravodajství zkoumaly hlavně pravdivost textu, jak se lišila sdělení z různých zdrojů nebo nakolik odpovídala tomu, co o situaci věděli od vlastních zpravodajů. Usuzovat z toho na záměry komunikátora ale nebylo zcela oprávněné. Podobně nelze pouze na základě analýzy textu formulovat validní závěry ani vzhledem k příjemcům sdělení a jejich reakce lze maximálně odhadovat. V obou případech se jedná o usuzování z vnitřních znaků textu na jednání mimotextové, což je v současných mediálních a komunikačních studiích považováno za spekulativní.

OA byla aplikována hlavně při zkoumání politických sdělení německého rozhlasového vysílání.⁴⁴⁰ Harold D. Lasswell,⁴⁴¹ který se na výzkumech podílel, nahlížel na propagandu optikou psychologie a zaměřil se hlavně na rozbor užívaných symbolů. Podstatné bylo, že čistě kvantitativní

440 Obsahové analýzy byly prováděny hlavně výzkumným týmem *Experimental Division for the Study of War-Time Communication*, vedené Lasswellem.

441 Lasswell věnoval svoji dizertační práci (v roce 1927) obsahové analýze propagandistických technik za první světové války. Ačkoli jeho analýza měla spíše kvalitativní ráz a on sám k ní byl později kritický, šlo o významnou empirickou studii a jeden z prvních pokusů o klasifikaci propagandy (Neuendorf 2002). Podle Lasswella: „obsahová analýza pracuje s představou, že verbální chování je formou lidského chování, že tok symbolů je součástí toku událostí a že komunikační proces je aspektem historického procesu [...]. Obsahová analýza je technika snažící se s optimální objektivitou, přesností a obecností popsat, co je na daném místě a v daném čase řečeno o daném subjektu.“ (Lasswell a kol. 1952: 34, cit. podle Neuendorfová 2002: 35n)

přístup doplnil o kvalitativní rozměr a u každého symbolu se snažil určit také jeho směřování, dnes bychom spíše řekli vyznění (negativní, neutrální, pozitivní). V tomto období došlo také k jejímu největšímu rozvoji co do podrobnosti analýzy a specifikaci její metodiky vedenému snahou, aby zjištění, jež poskytuje, byla stejně přesná a objektivní jako výsledky získávané metodami přírodních věd (Neuendorfová 2002). Propracována byla základní metodika OA, specifikace jednotek měření a posuzovaných kategorií i postupy pro zajišťování shody kódování mezi jednotlivými kodéry. Podstatnou změnu znamenal pokrok ve statistických metodách, který přispěl k zefektivnění výběru vzorku, usnadnění výpočtů souvislostí i testů statistické významnosti. To se samozřejmě odrazilo ve všech kvantitativních metodách zkoumání.

Ve druhé polovině 20. století se technika obsahové analýzy rozšířila do dalších vědních disciplín, především historie, psychologie,⁴⁴² lingvistiky, politologie a antropologie, a začala být aplikována na různé typy sdělení, nejen na psané texty, ale i na dokumenty vizuální či audiovizuální a také pro analýzu neverbálního chování. Je zřejmé, že možnosti jejího uplatnění jsou velmi široké; od kategorizace otevřených otázek v dotazníkových šetřeních až ke zpracování výpovědí účastníků psychologických experimentů a psychotherapeutických sezení.⁴⁴³ OA se stala součástí širších projektů, které užívaly triangulace metod a kombinovaly její výsledky se zjištěními z jiných výzkumných technik⁴⁴⁴ (např. s dotazníkovým šetřením, pozorováním, experimentem či etnografickými studiemi publika). Proto i aktuální vymezení OA je širší; citujme definici Kimberly Neuendorfové z knihy *The Content Analysis Guidebook*: „Obsahová analýza je sčítací, kvantitativní analýza sdělení, spočívající na vědecké metodě (zahrnující věnování pozornosti objektivitě-intersubjektivitě, počáteční přípravě projektu, reliabilitě, validitě, možnostem zobecnění a zopakování šetření a testování hypotéz), a není omezena ani typem proměnných, které mohou být měřeny, ani kontextem, ve kterém je sdělení vytvořeno nebo prezentováno.“ (Neuendorfová 2002: 10)⁴⁴⁵

442 V psychologickém kontextu využíval obsahové analýzy například Gordon W. Allport při zpracování osobních dokumentů.

443 Za zcela specifické využití lze považovat forenzní analýzy, kterými lze určit, zda autorem více textů je stejná osoba.

444 Příkladem je výzkumný projekt *Cultural Indicators* týmu Georga Gerbnera z konce šedesátých let zkoumající vliv televizního zobrazování násilí na chování televizních konzumentů, přesněji testující souvislost výskytu násilí v amerických zábavných pořadech a pocitu ohrožení jejich diváků ve skutečném životě. Viz např. Morgan, Signorielli (1990).

445 Jinou definici nabízí H. Scherer; vymezuje OA jako: „kvantitativní výzkumnou metodu pro systematický a intersubjektivně ověřitelný popis komunikačních obsahů, vycházející z vědecky

Neuendorfová (2002) ukazuje, že obsahová analýza patří k nejčastěji užívaným výzkumným technikám a množství statí o výzkumech vedených touto technikou otištěných v posledních desetiletích v širokém spektru odborných periodik neustále stoupá. Ačkoli v historii byla využívána s cílem odhalit záměry komunikátora (podavatele sdělení), její hlavní niku v oblasti výzkumu médií tvoří snaha zmapovat, jaká sociální a kulturní témata, hodnoty a jevy prezentují různé mediované obsahy (zpravodajství, reklamní sdělení, zábavné pořady, beletrie apod.). Někteří autoři tvrdí, že pomocí OA je možné vypovídat i o komunikátorech, například o jejich novinářské nestrannosti. Jsem k takové aplikaci OA skeptická, podobně jako k jejímu užití jako nástroje analýzy vizuálních a psychologických vjemů, jimž je vystaveno publikum.

Ve srovnání s kvalitativními analýzami textů je obsahová analýza značně strukturovaná, neboť přesně specifikuje postup i pravidla, na jejichž základě k textu přistupuje, i měřené kategorie, do nichž jej rozměňuje. Právě její systematicčnost, kvůli které jsou všechny výzkumné jednotky zpracovány stejnými postupy, přispívá k tomu, že její výsledky jsou poměrně snadno intersubjektivně ověřitelné.⁴⁴⁶ Data, která v OA dostáváme, mají standardizovaný charakter, vyjadřují frekvenci výskytu určitých témat, slov, klíší, obrazů apod. a zpracovávají se v numerické podobě pomocí statistických analýz. Výsledkem OA je tedy kvantitativní popis výskytu vybraných znaků ve zkoumaných textech.

K dispozici máme dva základní mody OA: konceptuální a vztahový (relační). Zatímco první se soustředí na analýzu výskytu určitých konceptů v textu, ve druhém případě jsou zohledňovány i vztahy mezi nimi. Tato rovina analýzy, někdy označovaná jako sémantická, je složitější a snaží se postihnout souvýskyt určitých znaků a jejich vzájemnou provázanost vyjádřit graficky. Při obou postupech rozlišujeme kódování zjevného obsahu, jež je pro většinu výzkumů dominantní, a kódování skrytého či latentního obsahu komunikace, na který výzkumník usuzuje z (ne)přítomnosti určitých prvků, jazykových obrátů, použitých metafor, intertextových odkazů nebo ironie.

Přestože patří k nejrozšířenějším výzkumným technikám, stejně jako jiné metody má OA svá omezení. Kritici obsahové analýzy zpravidla

podloženého kladení otázek“ (2005: 30). Nebo naopak srov. velmi širokou definici Ole Holstiho, podle níž je OA: „jakákoli technika pro vyvozování závěrů na základě objektivně a systematicky identifikovatelných specifických znaků sdělení“ (1969: 14).

446 Kdokoli pokud by aplikoval stejné výzkumné postupy, dospěl by ke stejným datům; výsledky tedy nezávisí na badatelích (subjektech), kteří výzkum provádějí.

zpochybňují objektivitu jejich výsledků a považují ji za nedosažitelnou. Další kritika OA vytýká, že nedokáže postihnout drobnější významové nuance zkoumaných textů. Proto bývá často kombinována s kvalitativními analytickými technikami. Naopak její výhodou je dobrá fyzická dostupnost zkoumaných materiálů a jejich neinterakce s výzkumníkem, včetně možnosti se k nim opakovaně vracet. Přitom zkoumané dokumenty nepodléhají času, na druhé straně se ale postupně ztrácí kontext, v němž vznikly a působily, což se může ukázat jako velmi podstatné při studiu historických dokumentů. Za výhodu této techniky lze považovat téměř libovolnou dobu, kterou můžeme studiem materiálů strávit, na druhé straně tento čas může být opravdu nekonečný.

Limity obsahové analýzy

Zásadní omezení výzkumných postupů OA však naznačuje konstruktivistické paradigma. Jestliže významy jsou kulturně, sociálně a kontextově podmíněné a jsou v procesu sociální a mediální konstrukce reality neustále průběžně vyjednávány, ustavovány, stvrzovány a reprodukovány a jakákoli „fakta“ jsou považována za dohodnutá, nelze pevně a jednoznačně stanovit ani význam jakéhokoli sdělení. Nemůžeme jej tedy kvantitativně uchopit ani popsat, neboť v samotné analýze vytváříme další, odlišný text, jehož význam bude taktéž závislý na interpretaci jeho příjemců, stejně jako ten původně zkoumaný. Z tohoto pohledu lze výstup z obsahové analýzy označit za nový text s vlastním významem, který se ale odlišuje od sdělení původních. S tím rezonuje sémiotické pojetí komunikace, které ji nahlíží jako složenou z arbitrárních znaků, jimž je připisován význam až v momentu čtení. Proto dokonce může tvrdit, že výsledek obsahové analýzy je jen specifický způsob interpretace sdělení výzkumníkem, o němž nelze říci, zda či do jaké míry se překrývá s tím, jak mu rozumí (čtou jej a interpretují) ostatní příjemci. Před touto námitkou neobstojí ani maximální snaha výzkumníků o intersubjektivitu jejich šetření, tedy úsilí o shodu badatelů ohledně pravdivosti a konzistence jednotlivých výzkumů; a nestačí reflektovat výzkumné postupy, jež byly v šetření aplikovány. To ale neznamená, že bychom měli výzkumy a výsledky obsahových analýz a priori zatratit. Je však nezbytné si při její realizaci nebo při čtení jejich výsledků uvědomit, že vyrůstá z teoreticko-paradigmatické tradice zakoreněné v pozitivismu a koluje jí v žilách objektivistické pojetí komunikace.

Pohled z pozice kritického paradigmatu mediálních studií⁴⁴⁷ odhalí další omezení. Otázka zní, do jaké míry může kvantifikace postihnout širší sociální významnost textů a jejich dosah, když se ukazuje, že vztah mezi mediálními obsahy a jejich vnímáním publikem není přímý. V odkazu na auditoriální tradici výzkumu komunikace se přikláním k tvrzení, že příjemce může vnímat jako zcela zásadní třeba i jen jednou uvedenou informaci, pokud se tak stane specifickým způsobem za vhodných sociokulturních podmínek nebo sdělení rezonuje s jeho osobními zkušenostmi. Nebudu reprodukovat základní odlišnosti obou zmíněných paradigmat, uvedu jen základní argumentaci recepční linie auditoriálního přístupu.⁴⁴⁸ Nechci tím nijak zpochybnit poznatky získané OA, jen zdůraznit, že nevypovídají nic o tom, jaký význam mají zkoumané texty pro své čtenáře.

Raný výzkum masové komunikace předpokládal, že příjemci přisuzují sdělení stejný význam jako jeho tvůrci a z toho vycházely i výzkumy OA. V poslední třetině 20. století se pod vlivem sémiotického přístupu ke komunikaci⁴⁴⁹ názor mění a dochází k odlišení sdělení a významu. Význam přestává být považován za jednoznačný, protože tvůrci i jednotliví příjemci mohou sdělení interpretovat odlišně. Zatímco text v psané, zvukové nebo obrazové podobě je pevný, významy, které jsou do textů vloženy nebo v nich vnímány, jsou proměnlivé a nestálé. Protože mediální texty jsou složeny ze znaků a jsou tzv. polysémické, mohou potenciálně nést více významů. Jejich interpretace je ovlivněna kontextem a kulturou čtenářů a výsledný připsaný význam sdělení formuje nejen časoprostorové zakotvení textu, ale i zkušenosti, názory, postoje či sociální pozice aktérů komunikačního procesu.⁴⁵⁰ Tak může jedno sdělení nést více různých významů pro své odlišné příjemce. Kritický přístup zároveň předpokládá, že jednotlivé prvky textu nejsou z hlediska jeho konečného významu rovnocenné a že nejdůležitější významy sdělení jsou skryté. A proto klade důraz na vztahy mezi jednotlivými prvky textu a diskurz,

447 V sedmdesátých letech 20. století došlo ve výzkumu masových médií k tzv. etnografickému obratu. Tento přístup vrcholí recepční analýzou, která reflektuje pluralitu kontextů každodenních forem konzumace médií, včetně rodové a etnické odlišných forem užívání médií. Důraz na příjemce sdělení vyústil do vzniku samostatné subdisciplíny audience studies. Zároveň dochází k prosazování kvalitativní metodologie a etnografických postupů, jež se snaží zkoumat práci publik s médií v kontextu jiných každodenních praktik. Podrobněji viz kapitoly 7 a 8.2 nebo např. Morley (1992), Turner (2003) atd.

448 Podrobněji viz kapitola 7.

449 Podrobněji v následující kapitole věnované sémiotické analýze.

450 Srov. např. Fiske (1987).

ve kterém se komunikace odehrává. Je proto otázkou, jak určit význam sdělení? Odpovídá záměru podavatele, nebo je uložen v symbolickém systému daného sdělení či spočívá v příjemcově interakci s textem? Podle britského mediálního teoretika Jamese Currana (1990) disponuje každé sdělení určitou mocí a v rámci potenciálních významů, které nese, vždy existuje jeden, jež předurčuje způsob, jímž bude publikum s daným obsahem pracovat. Neboť v zájmu původců sdělení je, aby příjemci odkryli význam, jenž do něj v souladu se svými zájmy a v rámci hegemonního řádu vložili. Proto je do každého sdělení zároveň zakomponován i návod, jak by jej publikum mělo číst. Stuart Hall, dlouholetý ředitel birminghamského výzkumného centra (1973), jej ve svém modelu zakódování a dekodování označil jako preferované čtení.⁴⁵¹ Snaha o jeho analýzu je však zavádějící, neboť jde o obtížně postižitelnou kategorii. Význam, jež zamýšlel tvůrce sdělení, pouze v samotném textu odhalit nelze; museli byste jej konzultovat s jeho autorem (a ani ten si zpětně nemusí být vědom, co chtěl přesně říci). Stejně tak nelze mluvit ani o analýze dominantního významu sdělení, ve smyslu Hallova dominantního čtení. V tomto případě bychom jej naopak museli konzultovat s příjemci a provést výzkum analýzy recepce textu. Různost čtení mediálních textů je například italským sémiotikem Umberto Ecem považována za zákon masové komunikace, neboť nedílnou součástí procesu dekodování je právě specifická sociální pozice čtenáře sdělení, kontext, v němž zprávu přijímá, a její kulturní relevance.⁴⁵² Ke generování významů textu navíc přispívá, když mediální sdělení přicházejí do různých sociálních situací, v nichž se operuje s odlišnými kódy. Je však otázkou, jak určit, nakolik mediální text svou vnitřní strukturou ovlivňuje způsoby, jimiž bude čten.⁴⁵³ Ve výzkumné praxi je v podstatě nemožné z textu samého implikovat, jak bude svými čtenáři dekodován, a už vůbec není reálné postihnout mnohost jeho různých interpretací.

Optikou recepčních teorií se technika OA pracující s manifestovaným obsahem mediálních sdělení jeví jako příliš necitlivá k různým významům

451 Hall (1973) ve svém komunikačním modelu pracuje se dvěma optikami. Zatímco z pohledu tvůrce sdělení mluví o preferovaném významu textu, z pozice příjemců rozlišuje tři typy čtení: dominantní, dohodnuté a opoziční. Viz kapitola 8.2.

452 Podle Fiska (1989) se jednotlivé texty skrze použitý diskurz mohou adresně obracet na konkrétní čtenáře, kteří přijímají jimi diskurzivně nabízenou pozici. Příkladem jsou reklamní sdělení, jež vytvářejí modelového konzumenta inzerovaného produktu s očekáváním, že určitá část příjemců bude nabízeným image oslovena, a to se následně odrazí v jejich spotřebním chování.

453 Eco (1979, 1995) rozlišuje texty uzavřené a otevřené, které čtenáři umožňují přisuzovat sdělení vlastní významy, tzv. aberantní čtení.

textu. Ačkoli se může snažit zachytit i významy skryté, její kvantifikující přístup zpravidla opomíjí vnitřní vztahy mezi jednotlivými částmi textu, ale hlavně dekodovací schopnosti publika a mnohost diskurzů, v nichž sdělení může být přijímáno. OA nemůže odhalit spektrum významů, které by pod vlivem kontextu recepce, individuálních zkušeností, zaujímaných sociálních pozic či hodnotových preferencí do sdělení vložili ostatní čtenáři. A z mnoha možných významů vypovídá primárně o interpretaci sdělení výzkumníkem, jenž materiály zpracovával.

Právě rozdíl mezi tím, jak k textu přistupuje výzkumník a jak ostatní příjemci, jsou často uváděny jako slabina OA, neboť analytické čtení kategorií je postup, který běžní příjemci při recepci sdělení neuvívají. Odlišností je hned několik. Především při OA je současně zpracován celý výzkumný vzorek zahrnující větší množství výzkumných jednotek. V této podobě k nim běžný příjemce zpravidla nemá přístup a i v případě, že by měl k dispozici všechny, pravděpodobně by je četl v průběhu delšího časového období, nikoli současně. Za tuto dobu se však mohou výrazně proměnit jeho postoje i perspektiva, z níž sdělení nahlíží, apod. Zatímco výzkumník hromadně analyzuje texty vzniklé v delším časovém úseku a všechny podrobí kategorizaci podle stejného návodu, čtenář je zpravidla přijímá po jednom, přitom k některým nemusí mít přístup nebo je mohl přehlédnout či jim nevěnovat pozornost. Zároveň při analýze zpravidla absentují další faktory vstupující do procesu mediální recepce, především široké spektrum jiných sdělení, v jejichž kontextu byl text publikován, a komunikační rámec, ve kterém byl přijímán.

Tyto výtky ale nejsou zcela oprávněné, neboť OA neusiluje o to, rekonstruovat proces recepce textu příjemcem ani rekonstruovat významy, které v něm nachází, neboť tyto otázky vycházejí z odlišné výzkumné tradice. Nic ale nebrání tomu, doplňovat její zjištění jinými výzkumy vedenými jinými metodami, například kvalitativními postupy analýzy textů nebo analýzou recepce sdělení samotnými čtenáři pomocí hloubkových či skupinových rozhovorů (focus groups) vedených nad konkrétními příspěvky.

Na druhé straně nahlížení analyzovaných obsahů v kontextu jejich zveřejnění či v širším referenčním rámci bývá pro kvantitativní analýzu obtížné a odvíjí se od stanovení výzkumné jednotky i charakteru základního souboru. Pokud je výzkumnou jednotkou zvolen článek, což je nejčastější, a výzkumník nedisponuje například archivem daných periodik nebo fotokopii celých stran, na kterých byly dané jednotky otištěny, nemůže o kontextu jejich publikace zjistit naprosto nic. Tomu ale lze předcházet a pamatovat na zahrnutí kontextu již při sběru materiálů.

Nepochybně je pravdou, že ve srovnání s kvalitativními technikami analýzy textů je obsahová analýza schematictější a lze snáze rozčlenit a popsat její jednotlivé kroky, měřené kategorie i jejich obor hodnot a postup, jak je kódovat. Slabinou je, že každý takto stanovený kódovací systém je nutně selektivní a neúplný.⁴⁵⁴ V rámci strukturovaného přístupu OA jednotlivé analyzované dokumenty nebývají uvažovány komplexně jako celek, ale jsou posuzovány skrze předem vymezené kódovací kategorie. Je to, jako bychom na obraz položili mřížku a dívali se jen do jednotlivých mezer. Bude záležet na vlastnostech mřížky, nakolik bude hustá, jak velké budou mezery a jak silné spojnice mezi nimi, jak velkou část vyobrazení uvidíme. Z toho by mělo být zřejmé, že vždy něco zůstane skryto, něco analýzou, jakkoli podrobně bude připravena, nezachytíme.⁴⁵⁵ Výzkumníkem stanovené měřené kategorie jsou těmi mezerami, jimiž se na text dívá, a tím jej zároveň odděluje od ostatních částí textu. Tímto postupem dochází k fragmentaci významu, což může vést k přehlédnutí vnitřních vztahů mezi jednotlivými částmi textu, například jednotlivými komunikovanými tématy. Vyjádřeno obecněji, rozčleněním textu do sledovaných indikátorů ztrácí OA schopnost postihnout proces vytváření významu ze vzájemných interakcí symbolů obsažených v celém textu. Jako kvantitativní metoda vychází z premisy identifikovat a sečíst výskyt určitých charakteristik textu a takto vypovídat o sděleních v nich obsažených. Problém spočívá v tom, že nelze automaticky nejčetnější prvky dokumentu považovat za nejdůležitější, neboť každý text je strukturovaným celkem a často je význam více formován tím, na jakém místě se údaj objeví, než kolikrát se tak stalo. Zpochybňována by však neměla být provedená kvantifikace, ale výpovědní hodnota přisuzovaná získaným kvantitativním údajům. OA poskytuje indikátory pro posouzení míry důrazu kladeného na určitá sdělení nebo témata skrze údaje o jejich četnosti nebo absenci v mediálních obsazích. Získané hodnoty však nelze interpretovat, aniž bychom fragmentované části textu opět spojili a ukázali, které se objevují společně, jak často, v jakém kontextu, a pokusili se vysvětlit, z jakých důvodů.

Kritika tvrdí, že badatelé aplikují na zkoumaný text vlastní systém kódovacích kategorií, místo aby jej odvozovali z obsahu samotného

454 Ale takovou námitku lze obecně vznést vzhledem k většině výzkumných technik, zvláště v sociálních vědách, kde neustále čelíme složitosti neohraničených sociálních systémů a nutnosti je pro potřeby zkoumání redukovat.

455 Nebo naopak některá potenciální okénka mřížky může výzkumník záměrně nechat zakrytá a vůbec s nimi nepracovat.

textu. Tato výtka je však dnes v řadě případů neadekvátní. Současní komunikační vědci si jsou vědomi těchto rizik a není výjimkou, když v textu kódované významové kategorie jsou výsledkem pilotáže provedené na části zkoumaného vzorku nebo jsou doplněny o relevantní položky v průběhu samotného sběru dat a následně aplikovány na celý výběrový soubor. To znamená, že při realizaci OA mohou být použity i induktivní postupy.⁴⁵⁶ Když výzkumník až na základě práce s dokumenty vysleduje v datech obsahy či vzorce, o kterých původně neuvažoval, nic nebrání tomu, zahrnout je do analýzy jako další měřené proměnné. Tento postup je naopak poměrně obvyklý. Navíc omezení OA lze redukovat kombinací s jinými kvalitativními technikami analýzy dokumentů; komplementárními postupy zde mohou být jak analýza sémiotická nebo diskurzivní, tak technika interpretativního čtení nebo postup vytváření zakotvené teorie, kterým se budu věnovat později.

Jakkoli podrobná OA nemá možnost analyzovat všechny prvky obsažené v textu. Jaké je tedy vodítko, jaké kategorie/proměnné v textu zkoumat? Především ty, které jsou relevantní z hlediska teoretického zakotvení zkoumaného tématu. Z logiky deduktivního kvantitativního přístupu vyplývá, že OA měří ty aspekty výzkumných jednotek, o nichž vypovídají hypotézy odvozené z výchozí teorie. A proto je nutně selektivní. Teoreticky neukotvené výzkumy kvantifikující různé charakteristiky vybraného souboru sdělení vyžadují často obrovské množství času, ale jejich přínos je pramalý, protože chybí optika, kterou výsledky měření interpretovat. Představte si výsledky pomyslného výzkumu mediální reprezentace paralympijských her, které by mohly vypadat například takto:

V době konání paralympijských her (od prvního dne zahájení do dne následujícího po závěrečném ceremoniału) bylo v 11 vydáních deníku *Czech Chronicle* otištěno 147 sdělení v celkové délce 83 652 slov na celkové ploše 759 430 mm². Z celkového počtu bylo 72 % zpráv, 15 % reportáží, 9 % rozhovorů se sportovci a organizátory a 4 % analýz sportovních výsledků. Téměř polovina (47 %) sdělení byla doplněna alespoň jednou fotografií. Pouze 4 sdělení byla otištěna na titulní stránce, žádné však na pozici hlavního článku vydání. Všechny ostatní texty byly publikovány ve vnitřní části listu věnované sportu. Většina (87 %) zpráv byla přejata z agenturního zpravodajství a pouze minimálně upravena, zbývající články pro redakci deníku připravili zástupci Českého paralympijského výboru.

456 Viz Mayring (2000) výše.

A tak by zpráva mohla pokračovat, další specifikací stran a místa na stránce, kde byly texty otištěny, počtu přímých citací ve člancích nebo výčtem citovaných mluvčích. Co takové přesně naměřené údaje vypovídají o reprezentaci paralympijských her v českých denících? Jistě sami cítíte, že poměrně málo a že by bylo značně obtížné je jakkoli interpretovat. Nepochybně se jedná o hrubý základ informující o obrazu paralympijských her v daném deníku, ale proto, abychom jej mohli adekvátně zhodnotit, to nestačí.⁴⁵⁷ Jaké další údaje by k tomu mohly pomoci? Například jak o hrách informovaly jiné deníky, nejen české, ale třeba zahraniční, a jaký prostor věnovaly pro srovnání informací o hrách olympijských? Podstatné je, že jakkoli přesné a podrobné výsledky samotné kvantifikace jsou velmi obtížně uchopitelné a interpretovatelné. Samozřejmě je rozdíl v tom, zda pracujete na zakázku na analýze obrazu například pro Český paralympijský svaz, který právě takové v tabulkách a grafech přehledně vyvedené závěry očekává, nebo píšete odborný text a aspirujete na obohacení daného oboru. Přesněji je rozdíl, zda vaše studie má cíle deskriptivní, či explanační. V prvním případě by výsledky byly odpovídající, ve druhém zcela nedostatečné a téměř nicneříkající. Jak se takové situaci vyhnout? Najít pro realizovanou studii vhodný teoretický rámec, dobře celý výzkum připravit a klást si správné otázky.⁴⁵⁸

Zde odbočím a vložím poznámku o **frekvenčních analýzách**, které se snaží o zkoumaných textech vypovídat na základě přesně spočítaných slov, znaků či jazykových prostředků, které obsahují. Mluvíme o tzv. **kvantitativní lingvistice/sémantice**, jež je trochu podobná Laswellově analýze symbolů obsažených v propagandistických textech. Jedná se o přístup, který vychází ze zcela odlišné vědecké tradice spojené s jazykovědou (lingvistikou) a využívá ke zpracování dat počítačové softwary.⁴⁵⁹ Kvantitativní lingvistika zkoumá distribuci jednotlivých prvků jazyka, které sestavuje do frekvenčních slovníků, členěných podle různých tematických oblastí nebo vědních odvětví nebo mluvy různých sociálních skupin, neboť výskyt různých jazykových jednotek je v různých promlu-

457 Řada (komerčních) výstupů analýz mediálních sdělení má však právě tento ráz. Nejedná se ale o odborné analýzy v pravém slova smyslu, spíše o monitoring médií, jehož cílem je pouze spočítat výskyt určitých sdělení. Příčinou je pravděpodobně lineární pojetí komunikace postihující hlavně manifestní obsahy sdělení, kterou komerční výzkumy na obsahy nahlíží, a v neposlední řadě minimální požadavky zadavatelů, jež se s takovými výstupy spokojí.

458 Viz kapitola 3.

459 Spočítat frekvenci výskytu jednotlivých slov umějí i softwary pro kvalitativní analýzu textů Atlas.ti, TextStat nebo AntConc.

vách nerovnoměrný. S přihlédnutím k syntaktickému a morfologickému hledisku tak lze přispět i ke zkoumání výstavby textu, vztahů v něm a závislosti významu slov na kontextu.⁴⁶⁰ Tímto způsobem lze sledovat i souvškyt určitých jazykových jednotek a identifikovat diskurzivní struktury textu a vyjádřit je graficky. Paradoxně tato linie zkoumání úzce souvisí s kvalitativními analýzami textů, například lingvistickou diskurzivní analýzou zohledňující sociální normy užívání určitých slov v rámci určitého sociálně vymezeného rámce, upozorňující na sdělovací, ale i hodnotící funkci slov použitých ve sdělení. Zde přecházím k přístupu zahrnovanému mezi analýzy textu. Podle lingvistického přístupu jsou slova vyskytující se v podobných kontextech významově příbuzná. Jejich sémantická vzdálenost se analyzuje pomocí slovních spojení a souvškyty slov v kratších částech textu (např. ve větě, odstavci), zpracovává klastrovou analýzou nebo vícerozměrným škálováním a převádí do dvourozměrných grafických zobrazení, v nichž jsou nejčetnější jednotky ve středu a ty méně časté nebo nsvázané s jinými na okrajích. Interpretována je výsledná struktura rozložení nejčetnějších sémantických jednotek, přitom slova blízko sebe se vztahují ke společnému sociálnímu kontextu.⁴⁶¹ V této souvislosti se v posledním desetiletí prosazuje i analýza prováděná elektronicky za využití počítačů, jež samostatně kódují vybrané prvky obsažené ve sdělení. Ti, kteří tyto postupy prosazují, zdůrazňují jejich přesnost ve srovnání s lidskými kodéry, kteří mohou v textu nacházet různé významy, a schopnost počítačů takto zpracovat desetitisícové datové soubory. Na druhé straně je zřejmé, že zatím nelze tímto způsobem postihovat složitější koncepty a latentní významy, kulturně vázané indikátory ani pasáže, kde má určité sousloví diametrálně odlišný význam oproti jednotlivým slovům, jež je tvoří.⁴⁶²

Nesnáz s měřením objektivity

Z uvedeného by mělo být zřejmé, na jaké výzkumné otázky obsahová analýza nemůže poskytnout dostatečné odpovědi. Jedním z takových případů je snaha měřit pomocí OA vyznění textů, přesněji objektivitu, subjektivitu či neutralitu zpravodajských sdělení. Podle mého názoru to není možné. Je velmi problematické operacionalizovat a následně posuzovat, které prvky textu přispívají k jeho pozitivnímu, neutrálnímu či negativnímu vyznění. Taková kategorizace je vždy do značné míry

460 Podrobněji viz např. Těšitelová (1987).

461 Podrobněji viz Hájek, Bayer (2007).

462 Podrobněji viz West (2001).

ovlivněna hodnotovou orientací výzkumníka,⁴⁶³ a to i ve chvíli, kdy se bude snažit ji reflektovat. Ale ano, v každém textu lze posoudit, zda obsahuje hodnotově neutrální či zabarvená označení nebo klišé, zda dává prostor všem zainteresovaným stranám a zda uvádí relevantní argumenty. Zhodnocení celkového vyznění (**valence/tonality**) textu je však většinou sporné a málo reliabilní.⁴⁶⁴

Problém měření hodnotového vyznění textu je patrně v tom, že jej nelze provést pouze na základě jednoduchého zhodnocení přítomnosti či nepřítomnosti určité položky (slova, věty, obratu, fráze), ale jen na základě vyznění delších pasáží (nebo celého) textu, pro které jsou často důležité i intertextové odkazy a další mimotextové kontextové informace. Proto považují valence zpráv za nevhodnou proměnnou a její měření za nepřiliš reliabilní. Přesto existují postupy, které se tímto způsobem snaží analyzovat objektivitu⁴⁶⁵ či předpojatost zpravodajských sdělení. Tyto postupy jsou často využívány pro analýzy sdělení z oblasti politické komunikace. Historicky byla většina takových výzkumů vedena snahou odhalit, jaký je vztah mezi médií a realitou, jak přesně ji zpravodajství zobrazuje, respektive zda a nakolik je zkreslené. Jeden z prvních, kdo si kladl otázku, zda mediální zprávy odpovídají pravdě, byl na začátku 20. století Walter Lippmann.⁴⁶⁶ Takové otázky jsou ale smysluplné pouze z hlediska objektivistického přístupu, který přisuzuje vnějšímu světu

463 Auditoriální paradigma by namítlo, že se zde prosazuje individuální čtení výzkumníka.

464 To si lze ověřit při analýze, na které participuje více výzkumníků nebo kodérů. Požádejte několik kolegů, aby na základě vámi předložených kritérií posoudili, zda je určitý text pozitivní, neutrální či negativní. S velkou pravděpodobností se i v malé skupině osob bude jejich posouzení odlišovat. V případě, že jste na poprvé získali od všech stejná hodnocení, vyzkoušejte to na větším souboru textů. Dříve nebo později začnete získávat odlišné výsledky, protože do práce posuzovatelů se vtírá jejich individuální interpretace textu. Pokud chcete namítnout, že se tomuto rozptylu hodnocení lze vyhnout v případě, kdy všechny zkoumané jednotky posuzuje jen jeden výzkumník, máte částečně pravdu, ale ne zcela. Můžete si to ověřit sami na sobě, stačí, když mezi opakovaným posouzením vyznění souboru textů ponecháte určitý časový odstup, možná bude stačit měsíc, vhodnější bude půl roku. Téměř na 100 % se alespoň některé z vašich hodnocení bude lišit od předchozího.

465 Viz např. Trampota, Vojtěchovská (2010). Tyto postupy jsou užívané především v komerčním výzkumu (a odrážejí poptávku klientů), který nahlíží na mediální komunikaci spíše lineárním pohledem teorie masové komunikace než podle aktuálního diskurzu mediálních studií. Například Česká televize (2012) ve svém plánu na měření kvality naplňování poslání média veřejné služby chce (mimo jiné) pomocí obsahových analýz zkoumat objektivitu, všestrannost a vyváženost poskytnutých informací nebo podávání pravdivého obrazu skutečnosti apod.

466 Walter Lippmann, americký politický komentátor a teoretik demokracie, rozebírá v knize *Public Opinion* (1922) formování veřejného mínění jako součásti správně fungujícího demokratického systému a faktory, které jej ovlivňují. Přitom zdůrazňuje roli médií (tisku a rádia) v tomto procesu, neboť masová média svým příjemcům předkládají pseudoprostředí, jež přispívají k vytváření představ – obrazů světa – o okolní realitě v jejich vědomí.

status svébytné, na médiích nezávislé existence, jež čeká na odhalení. Z pozice mediálního konstruktivismu⁴⁶⁷ jsou neopodstatněné, neboť z tohoto pohledu jsou mediální sdělení svébytnou reprezentací reality, jež je skrze ně utvářena, stvrzována, znovu reprodukována a udržována v platnosti. Protože OA vychází z neopozitivistického přístupu ke studiu mediální komunikace, je logické, že si v minulosti výzkumníci takové otázky kladli.

Známa je analýza televizního zpravodajství o vojenské přehlídce k počtě generála D. MacArthura v Chicagu v dubnu 1951, na které Kurt Lang a Gladys E. Langová (1953) demonstrují odlišnost televizního obrazu události od zcela odlišného zážitku přímých účastníků.⁴⁶⁸ Podobně v sedmdesátých a osmdesátých letech se výzkumu objektivity dlouhodobě věnovali výzkumníci z Glasgow University Media Group, kteří analyzovali zpravodajství britské BBC a ITV o aktuálním dění v britském těžkém průmyslu. Jejich závěry tvrdily, že žádná z televizních stanic neposkytuje úplné, vyvážené, neutrální a objektivní zpravodajství, každá je selektivní při výběru citovaných mluvčích a do přípravy zpráv intervenuje dominantní ideologie a politická očekávání (GUMG 1980). Základní kritika, která byla vůči těmto závěrům vznesena, naopak argu-

467 Na otázku vztahu mezi médiem a vnější skutečností existují v principu dvě zásadně odlišné odpovědi: objektivistická/reflexivní a konstruktivistická. Winfried Schulz, označovaný společně s Guye Tuchmanovou za první představitele konstruktivistického paradigmatu, vysvětluje jejich opozici ve stati *Masová média a realita. „Ptolemaiovské“ a „Kopernikovské“ pojetí* (2000). V prvním jsou média silným nástrojem ovlivňujícím příjemce i společnost (v zájmu toho, kdo je ovládá). Přitom se od nich očekává, alespoň ve zpravodajství, (pasivní) zprostředkovávání co nejpřesnějšího obrazu vnější preexistující reality. Pokud tomu tak není, je informování pokřivené, zkreslené a manipulační. Podle druhého, novějšího přístupu realita neexistuje předem, ale je výsledkem mediálního zpracování a interpretování událostí vnějšího světa. „Vzniká až jako intersubjektivní dohoda na tom, co budeme za realitu považovat“ (Reifová, Navarro in Reifová a kol. 2004: 109). Média jsou tedy aktérem aktivně se podílejícím na procesu vytváření nejen mediální reality, ale reality obecně. Proto nemá smysl tvrdit, že jsou mediální sdělení pokřivená. Jsou výsledkem pracovních procesů (např. mediálních rutin), jež tvoří nedílnou a nutnou součást fungování mediálního systému. To zároveň nevylučuje existenci více různých definic skutečnosti, neboť pouze jejich vzájemná různorodost a soupeření nás může přiblížit k „objektivní realitě“, jejíž pravdivost lze doložit pouze použitelností v praktickém sociálním jednání (Schulz 2000). V konstruktivistickém paradigmatu nelze srovnávat mediální reprezentace s „fakty“, protože objektivní fakta zde nejsou, existují pouze jiné typy reprezentace (např. statistiky, policejní záznamy apod.). Podrobněji viz např. Hall (1997), Schulz (2000), Sedláková (2008a).

468 Samotné odhalení této odlišnosti má velmi poetické pozadí. Těhotná Langová měla obavy z davového chování, jež původně mělo být předmětem studie, a proto událost sledovala v televizi, zatímco její kolegové byli přítomni na místě. Jejich článek *The Unique Perspective of Television and Its Effect: A Pilot Study* byl klíčovým příspěvkem dokumentujícím vliv práce kamery a komentáře obrazu jako nástrojů, jež média využívají k formování veřejného mínění na politická témata, a formulování konceptu označeného jako refraction effect (Eveland 1996).

mentuje, že obsahová analýza jako technika nemůže vypovídat o procesu produkce zpravodajských sdělení a že měřené analytické kategorie byly pouze šikovně využity pro podložení předpokladů výzkumníků.⁴⁶⁹ Jaké jsou tedy možnosti zkoumání objektivit zpravodajství?

Samozřejmě záleží na tom, jak definujeme samotnou kategorii objektivit. Zde je potřeba výrazně odlišit hledisko žurnalistické praxe (nebo teorie žurnalistiky) a hledisko vědecké. Zatímco z pohledu novinářů je objektivita zpravidla nejdůležitějším znakem kvalitního zpravodajství, sociální vědci se k ní stavějí skepticky a striktně odlišují mezi samotnou událostí a jejím převedením do zprávy, které se děje za přítomnosti lidského činitele, a proto nikdy nemůže být neutrální. Z pozice mediálního konstruktivismu je objektivita spíše abstraktním ideálem, posuzovaným podle intersubjektivně ověřitelného poznávání a srovnávání různých zdrojů sdělení. Naopak profesní teorie žurnalistiky ji často považuje za normativní kritérium stvrzující kvalitu novinářské práce.⁴⁷⁰ Odkazuje k souboru zásad obsažených v etických kodexech redakcí, jak v praxi postupovat, aby výsledná sdělení bylo možné za objektivní označit a dostát tak požadavku věrného popisu skutečnosti, jež je přesný, relevantní, pravdivý, věcný, neutrální (nepředpojatý), vyvážený a striktně odděluje názory a fakta. Při analýze mediálních obsahů jde o to, jak daná kritéria operacionalizovat a jak stanovit indikátory, které jim v textech odpovídají, abychom je mohli měřit. Což je velmi nelehké.

Merten (1995) ve svém přehledu uvádí dva postupy orientované tímto směrem: Schönbachovu diskriminační analýzu a strukturální analýzu objektivit, které vycházejí z normativního pojetí objektivit. **Diskriminační analýza** vznikla pro potřeby posouzení dodržování rozdílů mezi neutrálním zpravodajstvím a názorovými komentáři v redakcích jednotlivých listů. Autor vychází z toho, že jakákoli výpověď může obsahovat hodnotící prvky, neboť hodnocení může být vyjádřeno i implicitně výběrem slov nebo stavbou věty, popřípadě může být obsaženo v citaci mluvčího. Podle Klause Schönbacha⁴⁷¹ často dochází k synchronizaci mezi

469 Další kritika GUMG vyčítala předpoklad pasivních příjemců, pro něž má sdělovaný text přesný význam a kteří bez ověření akceptují často opakovaná sdělení. Později skupina kritiku částečně přijala, začala používat i kvalitativní metody, hlavně sémiotiku, a přidala se na stranu recepčních přístupů, jež zdůrazňují roli jazyka při zprostředkování reality.

470 Abych byla korektní, i řada novinářů již akceptovala, že absolutní objektivit nelze dosáhnout. Viz např. Osvaldová (2011).

471 Klaus Schönbach se v disertační práci, kterou psal pod vedením Elisabeth Noelle-Neumannové na začátku sedmdesátých let, věnoval analýze žurnalistických norem a postupů oddělování faktů a názorů při publikování sdělení.

zpravodajskou a analytickou částí listu. Děje se tak dvěma základními způsoby. Buď je hodnotový soud přímo obsažen ve zprávě, například pomocí tzv. oportunního svědectví, tedy přímé citace osoby, která se vyjadřuje v souladu s názorem redakce, nebo je převrácen vztah mezi zprávami a komentáři. Místo aby komentáře rozvíjely zprávy, jsou zpravodajstvím pokrývané události vybírány tak, aby podporovaly mínění obsažené v komentářích. Podle navrhovaného postupu analýzy výzkumník posuzuje, zda a do jaké míry k této synchronicitě dochází. Využívá počítání korespondujících argumentů ve zpravodajské a komentářové části a srovnání jednostrannosti či variability prezentovaných názorů s ostatními médii. V ideálním případě by se různá média měla překrývat ve svém zpravodajství, ale nikoli v komentářové části.

Strukturální analýza objektivity (kterou na základě Schrödera a Strollu uvádí Merten 1995) postupuje ještě o krok dál a staví na srovnávání sdělení z různých zdrojů. Nejprve tímto postupem stanoví normu, jež je pomyslným průměrem informování reprezentativního vzorku komunikátorů, a s ní následně srovnává hodnoty konkrétního zkoumaného periodika. Při analýze prezentace určitého tématu jsou pak posuzovány čtyři typy zkreslení, kterých se autor sdělení může v politickém zpravodajství dopustit:

1. na rovině výběru událostí – naprosté vyloučení určitého tématu či výpovědi;
2. na rovině formální prezentace – zdůrazňování preferovaných sdělení pomocí přitahování pozornosti grafickou úpravou, umístěním textu na stránce apod.;
3. na rovině obsahové – obohacování sdělení o prvky překvapení nebo relevance;
4. na rovině jazykové – (ne)užívání verbálního hodnocení.

Přestože zkoumání objektivity je teoreticky sporné a metodologicky problematické, existuje po takových analýzách značná poptávka. Například různé (komerční) subjekty si nechávají zpracovat analýzy svého mediálního obrazu. Také české agentury zaměřené na monitoring mediálních obsahů často deklarují, že posuzují i jejich objektivitu. Podívejte se na následující postup.⁴⁷² Všimněte si přitom, že ani jeden z uvedených nepracuje s kategoriemi pozitivní × negativní.⁴⁷³

472 Děkuji agentuře Media Tenor za zpřístupnění jejich metodiky.

473 Jejich posuzování je v praxi problematické i proto, že subjekt, který je v textu označován zápornými hodnoceními, nemusí být např. z legislativního hlediska viníkem situace, i když to tak na první pohled vypadá (a právní rozbor zpravidla při obsahových analýzách nemáme k dispozici),

Sdělení je považováno za objektivní, je-li dán dostatečný a vyvážený prostor k vyjádření relevantních názorů všem opozitním subjektům prezentované události.

V plošných analýzách publicistických sdělení lze jako uspokojivé/neuspokojivé posuzovat následující kategorie:

- reprodukce postojů subjektu;
- odmítnutí výpovědi subjektu;
- není možné získat vyjádření subjektu;
- za subjekt hovoří zástupce;
- odmítnutí výpovědi subjektu s odvoláním na vázanost mlčenlivostí;
- subjektu nebyl dán prostor k vyjádření;
- skryté nahrávání jako jediná cesta k informacím;
- vyjádření/jednání nahráváno bez vědomí hlavního subjektu;
- manipulace s výpovědí hlavního subjektu.

V případě, že jsou analýzy prováděny z hlediska určitého subjektu (např. zadavatele – určité komerční organizace, ekonomického subjektu), lze dále posuzovat, jakou pozici právě tento v textu zaujímal a rovněž to, zda může být použita škála postihující „prostor pro hlavní subjekt“: dostatečný, nedostatečný, nadměrný, žádný, odmítnutí výpovědi, neposuzováno.

Prostor poskytnutý subjektu je měřen v sekundách nebo v počtu výpovědí.

Operacionalizace jednotlivých variant:

- dostatečný: prostor k obhajobě postojů dostal také subjekt, o němž se (nepříznivě) hovoří, a poskytnutý prostor byl přitom vyvážený – množstvím srovnatelný s prostorem poskytnutým oponentům;
- nedostatečný: sledovaný (nařčený) subjekt sice prostor dostal, přesto proti němu hovořilo větší množství mluvčích nebo byl prostor nedostatečný pro vyvrácení všech nepříznivých tvrzení;
- nadměrný: subjektu bylo poskytnuto více prostoru než jeho oponentům (příspěvek straní subjektu);
- žádný: subjektu nebyl poskytnut prostor k výpovědi, ačkoliv to žurnalistická pravidla objektivity vyžadovala;
- odmítnutí výpovědi: subjekt odmítl poskytnutou možnost se vyjádřit;
- neposuzováno: prostor pro sledovaný subjekt není vyžadovaný, forma příspěvku nevyžaduje nebo neumožňuje uvedení názorů⁴⁷⁴.

a to nemluvíme o presumpci nevinny, která je součástí našeho právního řádu. Je obtížné se při posuzování oprostít od vně textových znalostí a často nemůžeme rozhodnout, zda označení bylo připsáno oprávněně – tedy zda bylo sdělení zpracováno „objektivně“.

474 Jedná se například o headline nebo obrazovou zprávu apod.

Přestože jsme se posunuli na mnohem nižší rovinu obecnosti a uvedená kritéria posuzování jsou stanovena mnohem přesněji, při jejich použití v praxi bychom se stejně dostali do nesnází. Problémy jsou zde minimálně dva, spíše tři:

1. měření prostoru pro vyjádření jednotlivých subjektů;
2. vnější znalosti kodéra o události a
3. implicitní hodnocení.

I když pro měření prostoru věnovaného jednotlivým stranám sporu zvolíme na první pohled objektivní postupy, jako je měření stopáže nebo plochy či počítání slov, narazíme na problém, že jednotlivé argumenty nemusejí být v textu jednoduše identifikovatelné a vzájemně oddělitelné. Nemluvě o tom, že v události může vystupovat více subjektů než pouze dva, což posouzení množství prostoru, jež bylo jednotlivým poskytnuto vzhledem k ostatním, komplikuje. Dalším úskalím je mimotextové vědění kodéra o prezentované události, které vstupuje do hodnocení míry uspokojivého či neuspokojivého množství prostoru pro jednotlivé subjekty. Ačkoli se výzkumník/kódovač může snažit o jejich reflexi, ne vždy se mu to podaří. Navíc část hodnocení může být ve sdělení obsažena pouze implicitně, na latentní rovině, a být tak dekodována právě pouze těmi, kteří mají o případu další povědomí nebo specifickou znalost.

A zmíním ještě jedno omezení. Pokud se podíváte na jednotlivé měřené kategorie, vypovídají primárně o postupech, jichž bylo při vytváření sdělení použito (nabídnutí prostoru k vyjádření, skryté nahrávání). Považovala bych proto za více korektní mluvit o kvalitě zpracování tématu z hlediska posuzovaných kritérií zohledňujících různé novinářské postupy než obecně o objektivitě sdělení; alespoň na akademické rovině. Za zvážení pak stojí, zda k analýze takových kategorie nepoužít spíše kvalitativními výzkumné nástroje. A poslední poznámku: připouštím, že v jistém smyslu (záleží na tom, jak si pojem operacionalizujeme) je opodstatněné měřit objektivitu zpravodajských sdělení. Nerozumím však snaze měřit objektivitu publicistiky, která a priori deklaruje, že obsahuje autorův subjektivní názor.

Jak postupovat

Nyní se zaměřím na praktickou realizaci této techniky. V oblasti výzkumu médií využíváme OA především k analýzám zobrazování určených témat/ /osob/jevů v různých mediálních sděleních. Protože se jedná o kvantitativní metodu zkoumání, tvoří její základ klasifikování a sčítání předem definovaných jednotek textu, abychom vyjádřili jeho jednotlivé prvky

numericky, a tak získali informace o jeho struktuře. Jednotlivé kroky OA kopírují základní schéma deduktivního postupu, jak jsme jej představili ve druhé kapitole. I zde je základním východiskem určení problému, jeho teoretické ukotvení a výzkumná otázka, která specifikuje, co budeme zkoumat; ani zde se nevyhneme konceptualizaci a operacionalizaci pojmů.

Formulace zadání a výběr vzorku

V přípravné fázi OA se soustředíme na čtyři otázky:

1. jaké obsahy;
2. v jakých médiích;
3. za jaké období;
4. na jakých výzkumných jednotkách budeme zkoumat?

V jistém smyslu se všechny vztahují k určení toho, co zkoumat a na jakém vzorku. Především musíme určit téma výzkumu, výzkumné jednotky a časové období. V zásadě máme dvě možnosti, zvolit OA konceptuální nebo relační, synchronní či diachronní (viz výše). Zkoumáme přitom buď zobrazování určité události, která se odehrála v přesném čase (reprezentace arabského jara; smrt Usámy bin Ládina, parlamentní volby, demonstrace ve Šluknovském výběžku, olympijské hry v Londýně apod.), nebo obraz určitého jevu (jaderné energie, důchodové reformy, žen, imigrantů apod.) v delším časovém období. Variantou tohoto jsou analýzy obsahu určitých periodik (pořadů, učebnic) a jejich proměny v čase. Zatímco v prvním případě často pracujeme s celým základním souborem, jehož vymezení je do značné míry určeno dobou konání události, ve druhém se snažíme rekonstruovat obraz diachronně a jsme nuceni volit ze širokého spektra dostupných mediálních textů. Pokud chceme zjistit, jaký odraz měla událost v daném médiu, je potřeba do analýzy zahrnout i nějakou dobu před jejím konáním, abychom mohli sledovat, kdy se do média prosadila a jak bylo téma pokrýváno před tím. Jestliže zvolíme médium a období, které chceme zkoumat, a následně zjistíme, že v tomto čase bylo publikováno přílišné množství textů, jež nemůžeme ve stanovené době zpracovat, můžeme vymezené časové období určené k analýze zkrátit nebo z relevantních jednotek vybrat menší vzorek (např. náhodným výběrem). Pokud je tomu naopak a získáme jen omezené množství našemu výzkumu relevantních textů, je to také důležité zjištění. Můžeme sice zkoumané období rozšířit nebo přidat do analýzy i další média, a tak získat větší vzorek, ale vhodnější je uvažovat o použití jiných postupů analýzy dat. Pokud bylo o události publikováno například dvanáct sdělení, je vhodnější zpracovat je kvalitativními metodami, například diskurzivní analýzou, která nám

poskytne mnohem podrobnější a komplexnější poznatky. Někteří autoři uvádí: čím větší vzorek, tím lépe. Podle mého názoru záleží především na zadání a vymezení zkoumaného problému. Pokud se rozhodneme pro větší vzorek, je vhodné vyhnout se sezónním výkyvům fungování médií (např. televizní program má jinou skladbu v průběhu Vánoc, zpravodajství se liší v době parlamentních prázdnin apod.), k tomu nám může pomoci technika konstruovaného týdne (viz níže), nebo zkoumat mediální sdělení za celý rok, což při výzkumu zpravodajského diskurzu není úplnou výjimkou.

Výše jsem navrhla téma: „sledování mediální reprezentace instituce prezidenta republiky v českých denících od roku 1989 do současnosti“. Jedná se o diachronní analýzu trendu. Cílovou populací jsou zde všechna vydání všech celostátních deníků, které vycházely od následujícího roku po 29. prosince 1989. Je zřejmé, že tak velký soubor by ani s početným týmem spolupracovníků nebylo možné realizovat v přijatelném čase. Proto musíme provést výběr vzorku. Ten můžeme omezit jak z hlediska počtu zkoumaných periodik (omezíme se na deníky, které vycházejí aktuálně a zároveň vycházely v roce 1989), tak co do množství výtisků. Pro výběr vzorku OA platí stejná pravidla jako pro jiná kvantitativní šetření. Jestliže požadujeme, aby naše výsledky byly zobecnitelné na celou populaci, musí být vybraný vzorek reprezentativní.⁴⁷⁵ Nejsnazším způsobem je losování vzorku ze seznamu všech jednotek cílové populace. Při práci s médii se nabízí i další specifické postupy výběru vzorku. K neznámějším patří **metoda konstruovaného týdne**, která se používá například při výzkumech zpravodajských sdělení a skládá vzorek doslova po dnech. Nejprve náhodným výběrem (můžeme si třeba hodit kostkou) zvolíme den z prvního týdne zkoumaného období, dejme tomu, že to bude čtvrtek. Druhý týden zařadíme do vzorku páteční vydání, z dalšího sobotní (nedělní či pondělní, podle periodicity zkoumaného média), a tak pokračujeme, dokud nemáme vydání ze všech dnů týdne (což zpravidla není dostatečné) nebo nevytvoříme vzorek pro celých 52 týdnů v roce. Tímto způsobem se snažíme alespoň trochu redukovat sezónní charakter fungování zpravodajských formátů a vliv kauz, jež mohou být opakovaně mediovány v kratším časovém období. Tento postup je vhodnější, než kdybychom náhodným výběrem ze všech týdnů v roce losovali ty, které budeme zkoumat.

475 Podrobněji viz kapitola 4.

Příklad přípravy výzkumu mediální reprezentace instituce prezidenta metodou obsahové analýzy

V pomyslném výzkumu mediální reprezentace instituce prezidenta republiky v českých denících od roku 1989 do současnosti, který zahrnuje 24 ročníků (1990–2013) pěti deníků (*Haló noviny*, *Hospodářské noviny*, *Lidové noviny*, *Mladá fronta Dnes*, *Právo*⁴⁷⁶ – pokud deník vychází ve více mutacích, budeme pracovat pouze s pražskou), můžeme postupovat několika způsoby:

- ▶ na všechny ročníky aplikujeme metodu konstruovaného roku – náhodným výběrem zvolíme měsíc v prvním roce (např. květen 1990) a dále postupujeme analogicky: červen 1991, červenec 1992 atd. Z celého zkoumaného období složíme celé dva roky a tato vydání zkoumáme;
- ▶ prostým náhodným výběrem vylosujeme pět ročníků a v rámci každého aplikujeme metodu konstruovaného týdne;
- ▶ záměrným výběrem zvolíme roky analýzy 1990, 1997, 2004, 2011, ve kterých provedeme vyčerpávající šetření všech vydání;
- ▶ ze všech ročníků náhodným výběrem vylosujeme například dvanáct vydání každého deníku;
- ▶ záměrně zvolíme první rok zkoumaného období a následně roky volby prezidenta 1990, 1993, 1998, 2003, 2008, 2013.

Použitelné by byly i další kombinace navržených postupů. Neexistuje univerzální doporučení, jaký zvolit. Primárně to závisí na zadání a cíli výzkumu, ale také na velikosti výzkumného týmu a časových možnostech. Do jisté míry platí, že čím větší vzorek, tím lépe. Při každém výběru dochází k redukci a záleží na tom, jaká míra omezení je pro nás akceptovatelná. Zda budeme pracovat spíše s větším počtem ročníků, ale omezeným počtem vydání, nebo naopak, zda vybereme jen několik ročníků, které budeme zkoumat (téměř) vyčerpávajícím způsobem. První způsob poskytne rovnoměrněji rozložená data vzhledem k celému zkoumanému období, druhý je detailnější vzhledem k určitým časovým obdobím a bude vhodnější spíše v kombinaci se záměrnými výběry. Pokud chceme obraz prezidenta srovnávat i mezi jednotlivými tituly navzájem, je vhodnější pracovat s vydáními ze stejných ročníků a dnů. Jestliže to není součástí našeho zadání, můžeme provést výběr vzorku pro každý titul individuálně,

476 Pozor na zaměňování deníku a jeho internetové mutace, např. iDNES.cz, iHNED.cz apod. Ačkoli se jejich obsahy značně překrývají, nejedná se o totožná média a nemají shodnou čtenářskou obec. Navíc v průběhu dne mohou být sdělení internetového deníku doplňována či měněna a existuje často více verzí daného textu. Při výzkumu deníku proto nelze čerpat podklady k analýze z internetového archivu zpravodajského portálu.

čož do jisté míry pokryje celé zkoumané období o něco rovnoměrněji, ale vzájemná srovnání jednotlivých deníků budou problematická.

Příprava pro kódování dat

Značná část práce při realizaci OA spočívá v kódování dokumentů. Při kódování v analyzovaném textu vyhledáváme vybrané údaje a podle pevně stanoveného kódovacího klíče jim přiřazujeme číselné hodnoty/kódy. Jedná se o proces transformace prvků sdělení do standardizované podoby statistických dat.⁴⁷⁷ Přitom zpravidla nepracujeme přímo s výzkumnými jednotkami (celým vydáním deníku, knihou, filmem), ale pouze s jejich částmi, které označujeme jako **kódovací** či **záznamové jednotky**. Kódovací jednotka je jednotkou obsahu, k níž se vztahuje naše měření; posuzujeme ji podle proměnných, jež nabývají různých hodnot. Při specifikaci zkoumaného vzorku je potřeba určit i záznamové jednotky, které jsou pro výzkum relevantní svým obsahem. Kódovací jednotka je svým rozsahem menší než jednotka výzkumná, jež může být označena také jako **jednotka kontextová**. Kódovací jednotky jsou posuzovány vzhledem k jednotkám kontextovým. U některých výzkumných zadání je potřeba specifikovat část výzkumných jednotek, ze kterých se kódovací jednotky volí. V takovém případě tvoří kontextová jednotka mezistupeň mezi výzkumnou a kódovací, jde o širší pasáž bezprostředně obsahující záznamovou jednotku. Například při výzkumu zpravodajského diskurzu mohou být výzkumnou jednotkou vydání deníku a jednotkou kontextovou jen jeho určitá část, například domácí zpravodajství nebo jen rubrika (*Ze světa* apod.). Záznamovou jednotkou může být stanoven titulek, odstavec, věta, výpověď určitého mluvčího, jeden záběr kamery apod. Vymezení kódovací jednotky musí být velmi přesné, aby ji kodér mohl jednoznačně identifikovat (kde začíná a kde končí)⁴⁷⁸ a přiřadit jí identifikační číslo tak, aby byla zpětně dohledatelná. Formální určení kódovacích jednotek (např. strana, článek, věta) je praktičtější a snazší na aplikaci než vymezení sémantické (kupř. výpověď mluvčího, určité téma), u kterého nemusí být snadné identifikovat začátek a konec nebo se jednotlivé jednotky mohou překrývat. V určitých případech, s ohledem na cíl výzkumu, jsou výzkumné a záznamové jednotky identické (např. při analýze obsahu všech ročníků časopisu mohou být výzkumnou i kódovací jednotkou vydání).

477 To je nezbytné proto, aby údaje byly zpracovatelné pomocí statistické analýzy. Dochází tak jednak k matematizaci informace, ale i k její redukci.

478 Srov. Schulz, Reifová a kol. (2005).

Kódovací jednotka ve výzkumu „mediální reprezentace instituce prezidenta“ bude vymezena jako „článek“: jedno jednoznačně ohraničené sdělení (psané či obrazové) včetně titulku či popisku a veškeré doplňující grafiky.

V případě analýzy tištěných nebo audiovizuálních sdělení většinou kódovací jednotky volíme podle výskytu **klíčových slov**. U vizuálních sdělení je identifikace jednotek, jež vypovídají o námi zkoumaném jevu, složitější, protože dokument zpravidla nenese označení všech zobrazených objektů a musíme se orientovat podle dalších znaků. I v případě audiovizuálních sdělení může být určení relevantní kódovací jednotky složitější, zvláště pokud chceme zkoumat mediální reprezentaci entity či skupiny vymezené obecným označením (např. squatteři, imigranti, senioři, Vietnamci). Již při pilotáži zjistíte, že vzorek obsahuje jednotky, u kterých si nejste jisti, zda jsou k výzkumnému tématu relevantní či ne. K tomuto dilematu přispívá, pokud se obraz a slovní komentář sdělení rozcházejí. Zatímco na obrazovce vidíme záběry blíže neidentifikovaných osob (např. manuálně pracujících v terénu nebo posedávajících ve společenské místnosti ubytovny), komentář mluví o potížích s vyřízením dokumentů k trvalému pobytu, ale označení imigrant v celé zprávě nezazní. Jiným typickým příkladem jsou sdělení z oblasti kriminality, v nichž nezazní odkaz na etnicitu pachatelů, ale obrazový materiál ukazuje osoby, jež podle fyzických znaků s nejvyšší pravděpodobností nejsou střeoevropané. Patří tento příspěvek do výzkumného vzorku? To je složitá otázka, kterou nemůže zodpovědět nikdo jiný než samotný výzkumník. Je to právě na jeho vymezení a jeho rozhodnutí, zda položku do vzorku zařadí. Klíčové je, aby své rozhodnutí uvedl ve výzkumné zprávě. Obě varianty, jak pracovat s příspěvkem, tak jej vyloučit, jsou možné. Podstatné je, že při posuzování všech položek vzorku postupuje stejně, podle univerzálně platného, předem stanoveného návodu, který uvádí i to, jak rozhodnout ve sporných případech. Pokud se při kódování dat často stává, že si nejste jisti, jak danou proměnnou posoudit a zda položka do vzorku patří či nikoliv, pak vaše vymezení kódovací jednotky není správné a je potřeba jej upřesnit.

Není výjimkou, když jsme při stanovení pravidel výběru kódovacích jednotek nuceni použít stereotypní vymezení. Příkladem může být výzkum obrazu seniorů v reklamních sděleních. Ačkoli jsme si vědomi toho, že definovat seniory odkazem na určitý chronologický věk je ageistické a je v rozporu s teoriemi sociologie stáří, je takřka nemožné najít jiné vymezení této skupiny. Nevyhnete se mu ani při posuzování vzhledu zobrazených

osob, ani když budeme rozhodovat na základě sociálních rolí jedinců. Ve všech případech dochází k určité redukci. To je však obecné úskalí, kterému v sociálních vědách musíme čelit, být si ho vědomi a být na něj připraveni.

Výběr kódovacích jednotek výzkumu „mediální reprezentace instituce prezidenta“ provedeme na základě klíčových slov se základem slova „prezident“*. Do výzkumného vzorku zařadíme i texty, ve kterých se objevuje jméno Havel nebo Klaus ve významu odkazujícím k osobám prezidentů České republiky.

Při kódování dat postupujeme podle předem připraveného **kódovacího klíče**, jehož základem je operacionalizace pojmů hypotéz odvozených z výchozí teorie. OA je čistě postupem analýzy textu (návodem, jak postupovat při jeho analýze), nikoli teorií. A jako výzkumná metoda nám neposkytuje žádná vodítka, jaké prvky textu zkoumat nebo na co se zaměřit. Neurčuje, které kategorie je vhodné posuzovat, a neříká nic o tom, jak naměřená data interpretovat. Jedná se o postup, jak systematicky a reliabilně analyzovat dokumenty. Jak jsem ukázala výše, měření pouze snadno kvantifikovatelných údajů je ve výsledku poměrně nicneříkající, pokud nemáme výchozí teorii, jejíž optikou budeme získaná data nahlížet. Jen tímto způsobem lze podložit kvantifikaci vybraných prvků textu a zdůvodnit, proč jsou pro výzkum relevantní. Lze poměrně snadno měřit počet slov nebo velikost plochy, délku času, který médium události věnovalo, ale bez adekvátního teoretického ukotvení důležitosti této položky ztrácí pracně naměřený údaj na výpovědní hodnotě. V tomto ohledu je OA striktně deduktivní metodou. V jejím začátku musí stát teoretický koncept, jenž chceme výzkumem testovat. Proto je na počátku OA vždy *library research*, který ukáže již realizované projekty a dosavadní zjištění, jež v našem výzkumu můžeme využít a dále rozvíjet. Měřit má smysl jen kategorie obsažené v hypotézách, které chceme ve výzkumu testovat. Zatímco v jednom výzkumu může být relevantní měřit, jaké osoby jsou ve sděleních citovány, v jiném to nebude potřeba nebo nás nebudou zajímat jména konkrétních mluvčích, ale to, zda názor zazněl zprostředkovaně, či jako přímá citace, případně jaké jsou sociální role, v nichž mluvčí ve sdělení vystupují (např. mluvčí Policie Středočeského kraje, nikoli Kamila Jášová; očitý svědek apod.).

Kódovací kniha, kódovací klíč či kódovník obsahuje kódovací schéma s přehledem jednotlivých proměnných, včetně jejich operacionálních definic, a kódovací manuál, jak při kódování postupovat a jakých variant

mohou proměnné nabývat. S důrazem na reliabilitu a intersubjektivní ověřitelnost výsledků výzkumu je třeba myslet na to, že každý, kdo by se rozhodl výzkum opakovat, musí být schopen provést stejný pracovní postup, zkoumaný materiál roztřídit do stejných segmentů a získat stejná data. Proto musí být návod postupu kódování velmi podrobný a přesný. Analyzované kategorie vždy závisí na cílech výzkumu a jeho zaměření. Standardně zaznamenáváme i určité identifikační kategorie (např. jméno média, datum zveřejnění, pořad, rubriku či stránku). Klasickým postupem je i posuzování témat či referenčních rámců, ke kterým je zkoumaný problém vztahován, případně zda ve sdělení zaujímá pozici hlavního, či vedlejšího tématu. Obecně platí to samé, co už jsme uvedli při přípravě dotazníku: pokud pro nějakou proměnnou nemáte jednoznačné zdůvodnění proč ji měřit, nevztahuje se k vám testovaným hypotézám, zapomeňte na ni, protože do výzkumu nepatří.

Přípravu kódovníku je vhodné doplnit pilotáží, aby se výzkumník seznámil s daty, jejich obsahem a strukturou, a byl schopen připravit kódovník dostatečně citlivě tak, aby odpovídal zkoumanému vzorku a správně diferencoval jednotlivé varianty proměnných. Obor hodnot proměnné nebyl stanoven správně, pokud výrazná většina (přes 75 %) posuzovaných jednotek spadá do stejné kategorie. Pokud vám to připomíná přípravu standardizovaného dotazníkového šetření, jste na správné cestě.

Ukázka kódovací knihy pro obsahovou analýzu televizního zpravodajství

č.	název	popis proměnné	kód	obor hodnot	poznámka
identifikace kódérů					
1.	P1	jméno kódéra	1	Petr Malý	
			2	Jan Kos	
			3	Silvie Veselá	
			4	jiný	
identifikace kódované jednotky					
2.	P2	název stanice	1	Česká televize	
			2	Nova	
			3	FTV Prima	
3.	P3	název relace	1	Televizní noviny	
			2	Události	
			3	Zprávy FTV Prima	
			4	jiná	nevyskytuje se

č.	název	popis proměnné	kód	obor hodnot	poznámka
4.	P4	datum odvyklání relace			ve formátu dd-mm-rr
5.	P5	pořadí v relaci	1...		kód podle pořadí v relaci
6.	P6	struktura relace	1	první příspěvek	
			2	poslední příspěvek	
			3	uvnitř relace	
7.	P7	headline	1	ano	byla upoutávka v úvodním headlinu?
			2	ne	
8.	P8	délka příspěvku v s.		sekundy	délka jednotky v sekundách
9.	P9	začátek příspěvku		čas	čas začátku příspěvku ve formátu hh/mm/ss nebo mm/ss
10.	P10	kategorizovaná délka příspěvku	1	krátký – do 30 s včetně	kategorizace podle naměřené délky příspěvku
			2	střední – 31–120 s	
			3	dlouhý nad 120 s	
tematické proměnné					
11.	P11	hlavní téma	1	politika	jednání vlády, parlamentu, státních představitelů nebo zástupců EU či jiných mezinárodních organizací
			2	ekonomika	
			3	kultura	
			4	kriminalita	
			5	historie	
			6	sociální téma	nezaměstnanost, soc. dávky
			7	sport	
			8	jiné	
			9	více témat	pokud nelze jednoznačně určit jedno hlavní téma příspěvku



č.	název	popis proměnné	kód	obor hodnot	poznámka
12.	P12	vedlejší téma	1	politika	jednání vlády, parlamentu, státních představitelů nebo zástupců EU či jiných mezinárodních organizací
			2	ekonomika	
			3	kultura	
			4	kriminalita	
			5	historie	
			6	sociální téma	nezaměstnanost, soc. dávky
			7	sport	
			8	jiné	
			9	více témat	pokud nelze jednoznačně určit jedno vedlejší téma příspěvku

13.	P13			
-----	-----	-------	--	--	--

Samotné kódování probíhá tak, že kodér či výzkumník prochází (čte, sleduje, poslouchá) jednotlivé kódovací jednotky, vyhledává údaje vztahující se k jednotlivým proměnným, volí příslušnou variantu proměnné a vyplňuje číslo odpovídajícího kódu do záznamového archu nebo elektronické datové matice. Před započítáním kódování celého vzorku je nezbytné provést test vhodnosti a úplnosti připraveného kódovníku na několika kódovacích jednotkách. Tak lze odhalit chybějící varianty posuzovaných proměnných nebo jejich nevhodně zvolené nedostatečně diferencující kategorie. Zároveň jen tak odhalíme sporné případy a nedostatky ve vymezení postupu posuzování jednotek, se kterými by si pak kodéři nevěděli rady. Zpravidla se jsou uváděny tyto základní chyby v přípravě kódovníku:

- ▶ mísení obecnějších a specifitějších kategorií jako variant oboru hodnot jedné proměnné (např. občasník, regionální periodikum, leták, brožura, *Naše náves*);
- ▶ nevhodně rozložené jednotlivé varianty proměnné – jedna varianta výrazně převažuje a pokrývá většinu jednotek; jednotlivé varianty nejsou dostatečně podrobné, aby adekvátně postihly vlastnosti zkoumaných dokumentů;
- ▶ obor hodnot neodpovídá obsahu zkoumaných sdělení – většina z posuzovaných variant se v textech vůbec nevyskytuje.

Měření kodérské reliability

Zde se znovu zaměřím na reliability⁴⁷⁹ měření při obsahové analýze. Udržet stejnou optiku posuzování zkoumaných jednotek je při analýze velkého datového souboru obtížné, nejen když spolupracuje více kodérů, ale i v případě pouze jednoho výzkumníka. Není výjimkou, když postupně při zpracovávání jednotlivých výzkumných jednotek vzorku, na základě průběžně získané znalosti tématu, v podstatě nevědomě posuzuje jednotlivá kritéria nepatrně jinak než na začátku analýzy. I to si lze snadno ověřit, když se vrátíte k jednotkám, s nimiž jste začínali, a alespoň část z nich okódujete⁴⁸⁰ ještě jednou. V případě, že odhalíte závažnější nebo systematické odlišnosti, je potřeba problematickou kategorii znovu posoudit a zhodnotit, zda byla operacionalizována adekvátně, indikátory proměnné jsou stanoveny přesně a operacionální definice dostatečně specifikuje postup měření. Jestliže se vaše opakované měření bude s původním rozcházet ve více než desetíně případů, není reliabilní a měli byste se snažit odhalit příčinu těchto rozdílů, upřesnit stanovená kritéria posuzování a provést měření celého souboru ještě jednou nebo problematickou proměnnou zcela vyloučit. Tento problém reliability měření není překvapivý. Promítá se do něj obecný způsob lidského čtení (a zvýznamňování) textu, při kterém kodér neposuzuje jen samotnou danou kategorii a není schopen si zcela odmyslet její kontext. Navíc není neobvyklé, když jednotlivé posuzované části textu mohou být na základě kontextu řazeny do odlišných kategorií proměnné.

Co z toho vyplývá? Jednoznačně, že realizace OA není tak úplně jednoduchá, pokud se neomezuje na počítání banálních charakteristik textu (počet slov sdělení, výskyt tématu na první stránce listu apod.). Situace se komplikuje, když se na kódování dat podílí více kodérů. I když jsou nejprve proškoleni, aby se seznámili s jednotlivými měřnými proměnnými a kategoriemi, kterých mohou nabývat, je potřeba testovat míru jejich **kodeřské reliability**. Ta slouží k posouzení přesnosti připraveného kodeřského klíče (stanovení proměnných, jejich oboru hodnot a operacionálních definic), ale i ke zhodnocení kvality práce jednotlivých spolupracovníků.⁴⁸¹ Základem je zjistit, zda když dva kodéři

479 Podrobněji viz kapitola 2.

480 Podrobněji o tom, jak provádíme kódování, viz níže.

481 Wimmer a Dominick (2010) dokonce uvádějí, že by v závěrečné zprávě měly být uvedeny nejen údaje o míře reliability šetření (ve vztahu k jednotlivým proměnným) a o způsobu řešení obtíží, ale i o spolehlivosti jednotlivých kodérů – kolik hodin tréninku podstoupili, popřípadě i jak velká část vzorku byla zpracována nereliabilními kódovači.

pomocí instrukcí přiložených k záznamovému archu analyzují stejnou výzkumnou jednotku, posoudí ji totožně a dospějí ke stejným datům, respektive jak velká je míra jejich shody.

Reliabilita je v tomto případě podstatným předpokladem validity měření, to ale neznamená, že by ji automaticky garantovala. Proto před započítáním analýzy celého vzorku děláme pretest/předvýzkum, v němž testujeme připravený výzkumný nástroj (kodérský klíč). Identická část vzorku je okódována všemi kodéry a následně je zhodnoceno, nakolik se jejich posouzení shodují. Míru kodérské reliability počítáme pro každou proměnnou samostatně a získané výsledky hodnotíme také jednotlivě. Pokud chceme prověřit i spolehlivost kodérů, posuzujeme vždy dva navzájem a sledujeme odlišnosti v kódech, které proměnným přidělili. K výpočtu míry interkodérské reliability můžeme použít více postupů, nejčastěji je doporučován komplexní výpočet Krippendorffovy α (alpha).⁴⁸² Klaus Krippendorff (2004a, b) mluví o třech typech reliability: (1) stabilitě, (2) opakovatelnosti a (3) přesnosti. Jejich výpočet přitom závisí na tom, jak byla data získána. Stabilita odkazuje ke schopnosti nástroje podávat spolehlivá data dlouhodobě a opakovaně. Testuje se opakovaným okódováním stejného vzorku jedním výzkumníkem s určitým časovým odstupem (viz výše) a je označována také jako intrakodérská neshoda nebo individuální nestálost. Krippendorff ji považuje za nejnižší míru spolehlivosti dat, ale proto, že je nejsnáze aplikovatelná, zároveň jako první krok k prokázání reliability dat výzkumu. Druhým stupněm záruky spolehlivosti dat je opakovatelnost postupu, tedy jeho reprodukovatelnost různými výzkumníky, v různých podmínkách a na odlišných vzorcích. Ta se testuje srovnáním výsledků dvou nebo více kodérů. K intrakodérské neshodě se přidává ještě interkodérská, označovaná také jako intersubjektivní souhlas. To je rovina, která je zpravidla uvažována, když se mluví o interkodérské reliability obecně bez dalších specifikací. Krippendorff však přidává ještě třetí úroveň, jež je jistým přesahem k validitě, a to přesnost; stupeň nakolik kódovací klíč vyhovuje specifickým požadavkům a zda měří to, k čemu byl určen. Spolehlivost jednoho výzkumného nástroje měří pomocí jeho srovnání s výsledky získanými jiným a do celkového výpočtu zahrnuje ještě chybu označenou jako odchylka od standardu.

Zde uvedu naopak velmi jednoduchý postup kontroly shody kódování jedné proměnné dvěma kodéry:

482 Podrobněji viz např. Wimmer, Dominick (2010), Krippendorff (2004a), Hayes (2007).

$$\text{kodéřská reliabilita} = \frac{2x \text{ (počet shodných kódů u jedné proměnné)}}{2x \text{ (počet kódování proměnné)}}$$

Výsledná hodnota kodéřské reliability může nabývat hodnot od 0 do 1, přitom 0 znamená nulovou shodu a 1 shodu absolutní. Tento výsledek můžeme vyjádřit i procentuálně. Když se data shodují ve více než 90 % případů, považujeme reliabilitu kódování za dostatečnou a kódovací klíč můžeme použít pro práci na celém souboru. Hodnotíme přitom nejen shodu u jednotlivých proměnných a dvojic kodérů, ale vypočítáváme z nich i hodnotu průměrnou jako údaj o celém měření. U proměnných, které není obtížné okódotovat (např. datum vydání výzkumné jednotky nebo stranu, na které byla otištěna), je potřeba být přísnější a vyžadovat téměř 100% přesnost kódování. Chyby v kódování takových proměnných jsou zpravidla odrazem nepozornosti, nedbalosti nebo únavy kodérů. Na druhé straně obecně platí, že reliabilita kódování klesá, pokud kodéři mají z obsahu něco odvodit, nebo dokonce zohlednit významy latentní. To by již mělo být jasné z výše uvedeného.

Příklad výpočtu shody kodérů a interpretace míry kodéřské reliability

počet kódování proměnné	kódotvač Karel	kódotvač Broňa	kódotvač Jakub
1.	1	1	2
2.	2	3	3
3.	2	2	3
4.	2	2	3
5.	3	3	4
6.	3	4	4
7.	4	4	5
8.	4	4	5
9.	4	5	5
10.	5	5	5

kodéřská reliabilita	$K + B = 2(7) / 2(10)$	$kr = 0,7$
kodéřská reliabilita	$B + J = 2(4) / 2(10)$	$kr = 0,4$
kodéřská reliabilita	$K + J = 2(1) / 2(10)$	$kr = 0,1$
průměrná kodéřská reliabilita	$(krKB + krBJ + krKJ) / 3$	$kr = 0,4$

Jak takové výsledky interpretovat? Který kodér byl při své práci nejpřesnější? A je chyba na straně kodérů, nebo v nepřesnosti kodérského klíče? Na první pohled mají podobnější výsledky kódování Karel s Broňou (i když i v jejich případě je shoda na hranici přijatelnosti). Ale všimněte si pravidelnosti v datech nakódovaných Karlem a Jakubem. Jimi přiřazené kódy jsou si velmi podobné, mají zcela stejnou strukturu, jen Jakub vždy (kromě krajního případu) volil vyšší hodnotu kódu. Podobný, i když ne tak výrazný trend je zřejmý ze srovnání dat Karla a Broni. I zde, pokud se jejich kódy liší, pak Broňa volil vyšší hodnoty než Karel (nikdy tomu nebylo naopak). Takový výsledek naznačuje spíše na nejasnost v operacionální definici proměnné než na lajdáctví kodérů. Nezbyvá než proměnnou znovu pečlivěji vymezit. Pokud se výzkumníkova představa kódování nejvíce blíží datům některého z kodérů, je vhodné s ním specifikaci postupu konzultovat, aby byla nadále srozumitelnější i pro ostatní. Pomoci by mohlo i přizvání dalšího nezávislého kodéra a srovnání i jeho výsledků s předchozími.

V případě, že chceme provádět měření reliability našeho kódovacího klíče s cílem odhalit jeho slabiny, musíme tak učinit na začátku kódování. Jedině v tom případě se ukáže, nakolik je náš výzkumný nástroj přesný a citlivý a poskytne nám podklady pro jeho zpřesnění. Jakékoli nejasnosti přitom mohou být základem k diskusi mezi výzkumníky a kodéry a podnětem k jeho specifikaci. Přitom neplatí, že nevhodnější kódovači jsou odborníci, kteří mají vzhled do zkoumaného tématu. Opak je pravdou. Je lepší, když je kódovací klíč připraven tak přesně a podrobně, že jej dokáže použít i laik.

Příklady realizace obsahové analýzy

Vraťme se k praktické realizaci OA. Jedním z výzkumných rámců, jejichž optikou můžeme přistoupit k tématu obrazu instituce prezidenta v denících, je teorie zpravodajských hodnot Johana Galtunga a Mari H. Rugeové (1973). Nebudu ji podrobně rekapitulovat, ale ukáži, jak ji lze využít při výzkumu zpravodajství vedeném postupem obsahové analýzy. Podle Galtunga a Rugeové se zprávami stávají ty události,⁴⁸³ které je možné označit za „sděleníhodné“ (*newsworthy*), tedy takové, jež vyhovují kritériím zohledňovaným novináři/editoři při výběru událostí, o nichž bude jejich médium informovat. Galtung a Rugeová sestavili seznam dvanácti zpravodajských hodnot; čím většímu počtu kritérií událost vyhovuje,

483 Je potřeba odlišovat: „událost“ a mediální pokrytí této události – „zprávu“, viz např. Hartley (2001).

tím se zvyšuje pravděpodobnost, že bude médií pokryta. Optikou této teorie se například můžeme ptát:

- ▶ Jaké zpravodajské hodnoty odráží zprávy publikované na titulních stranách českých celoplošných deníků?
- ▶ V čem se odlišují zpravodajské hodnoty událostí odvysílaných ve zpravodajství televize veřejné služby a komerčních stanic?
- ▶ Liší se zastoupení zpravodajských hodnot událostí u různých témat?

Při OA nemáme možnost posuzovat proces vzniku zpravodajské relace, pouze v případě, že bychom měli přístup do redakce a realizovali ji v kombinaci s dlouhodobým zúčastněným pozorováním nebo rozhovory s editory a novináři. Zpravodajské hodnoty událostí tedy nelze zkoumat přímo, ale pouze na ně usuzovat na základě uveřejněných zpráv, které je odrážejí. Výzkumník se zpětně snaží určit, proč byla daná událost vybrána k uveřejnění. Nejprve musíme najít indikátory, které nám o tom pomohou rozhodnout. Například kritérium označované jako „práh pozornosti“ odkazuje k rozsahu události a množství informace nutné k tomu, aby se událost stala sděleníhodnou. Podle autorů závažnost události musí překročit jistou hranici, aby ji editoři zařadili do vysílání. Tuto kategorii nemá smysl měřit, protože ji splňují všechny uveřejněné zprávy. Přesněji nelze určit ani kategorii „kompozice“ (pestrost), která zohledňuje profil média a strukturu relace a událost staví do kontextu ostatních zpráv, jež mohly být daný den otištěny či odvysílány. Protože média usilují o pestrost, aby zaujala co nejširší část publika, je nepravděpodobné, že by v jednom vydání zařadila více zpráv o podobném typu události. Zpětně ale „nabídku“ událostí daného dne nemáme k dispozici, proto zohledníme alespoň atraktivitu události, kterou posoudíme podle jejího zpracování jako hard či soft news.

Návrh kódovníku pro obsahovou analýzu pracující s teorií zpravodajských hodnot

Název	Popis proměnné	Kód	Obor hodnot	Poznámka
P1	zpracování příspěvku (atraktivita)	1	hard news	závažná událost zásadního významu – celostátního/evropského/světového, naléhavá
		2	soft news	událost bez širšího významu nebo zpracovaná jako zábavná (infotainment, personalizace, zvířátka apod.)
		3	nelze posoudit	
P2	frekvence	1	posledních 8 hod.	prezentovaná událost se odehrála před:
		2	před 8–20 hod.	
		3	dříve	
		4	nelze posoudit	
P3	jednoznačnost	1	ano	jednoduchá zpráva, snadno sdělitelná, s jasně přiřazeným významem, bez vedlejších dějových linií a nejasností o průběhu události
		2	ne	komplexní zpráva o složité události, s více postranními liniemi nebo řadou aktérů, s nejasným průběhem a nejednoznačně přiřazeným významem
		3	nelze posoudit	
P4a	kulturní blízkost	1	ano	událost v zemi kulturně blízké ČR – Evropa (s výjimkou balkánských států), Severní Amerika
		2	ne	událost v zemi s odlišnou kulturou
		3	nelze posoudit	
P4b	relevance	1	ano	význam události relevantní i v ČR
		2	ne	událost pro dění v ČR nerelevantní
		3	nelze posoudit	

Název	Popis proměnné	Kód	Obor hodnot	Poznámka
P5	konsonance	1	ano	předvídatelná, diváky očekávaná událost, zpravidla dříve avizovaná (demonstrace, svatby celebrit, vývoj onemocnění významných osob, vývoj sledovaných soudních procesů)
		2	ne	diváky neočekávaná událost
		3	nelze posoudit	
P6	nepředvídatelnost	1	ano	náhlá, neočekávaná, ojedinělá událost (např. zemětřesení; úmrtí apod.)
		2	ne	
P7	kontinuita	1	ano	událost, u které se předpokládá vývoj, zprostředkovávaná dlouhodobě (kauzy, vyšetřování trestných činů, uvedení typu: jak jsme vás již informovali, jak odvysílala naše televize apod.)
		2	ne	
P8	vztah k elitním národům	1	ano	událost se odehrává nebo svým významem ovlivňuje státy G8 (Francie, Itálie, Japonsko, Kanada, Německo Rusko, Spojené království, USA) + Čína
		2	ne	
P8a	EU	1	EU zmíněna	
		2	EU nepřítomna	
P8b	NATO	1	NATO zmíněno	
			NATO neuvedeno	
P9	vztah k elitním osobám	1	ano	jsou vyjmenováni prezidenti států výše uvedených nebo evropských, politici EU, představitelé OSN, případně jiné mezinárodně uznávané celebrity (dalajláma, papež)
		2	ne	



Název	Popis proměnné	Kód	Obor hodnot	Poznámka
P9a	prezident USA	1	ano	jmenovitě uveden prezident USA
		2	ne	
P9b	dalajláma	1	ano	jmenovitě uveden dalajláma
		2	ne	
P9c	papež	1	ano	jmenovitě uveden papež
		2	ne	
P10	personalizace	1	přítomná	zpráva vztažena ke konkrétní osobě (tzv. human interest story)
		2	nepřítomná	
P11	negativita	1	přítomná	sdělovaná událost má negativní ráz (neznamená, že zpráva je negativně zpracována)
		2	nepřítomná	

Protože bych si data pro výzkum mediální reprezentace instituce prezidenta musela vymyslet, použiji jako ukázkou vedení OA optikou teorie zpravodajských hodnot část zjištění z analýzy obrazu romského etnika v hlavní zpravodajské relaci *Události ČT1* a *Televizní Noviny* televize Nova v roce 2000 (Sedláková 2007). Data v tabulce 4 ukazují, že uveřejněné zprávy s romskou tematikou odrážejí nejčastěji zpravodajské hodnoty: jednoznačnost, negativita a personalizace. V necelé polovině případů byla přítomna i zpravodajská hodnota kontinuita a kompozice (měřená jako atraktivita události). Naopak odkazy na elitní národy nebo osoby byly v těchto sděleních spíše výjimkou. Ve zkoumaném vzorku byl pouze třetinový podíl nepředvídatelných a relevantních zpráv a minimální podíl zastoupení hodnoty konsonance. To naznačuje, že Romové⁴⁸⁴ zpravidla nejsou aktéry nepředvídatelných událostí s širší relevancí ani událostí očekávaných nebo divácky vyhledávaných.

484 Pro operacionalizaci kódovací jednotky viz Sedláková (2007).

Tab. 4 Zpravodajské hodnoty zpráv s romskou tematikou v TV zpravodajství

Zpravodajská hodnota	Celkem ⁴⁸⁵		Události Česká televize		Televizní noviny Nova	
	absolutní četnost	relativní četnost	absolutní četnost	relativní četnost	absolutní četnost	relativní četnost
příspěvků celkem	109	100 %	65	100 %	44	100 %
jednoznačnost	81	74 %	48	74 %	33	75 %
negativita	61	56 %	32	49 %	29	66 %
personalizace	59	54 %	34	52 %	25	57 %
kontinuita	45	41 %	29	45 %	16	36 %
kompozice (atraktivita)	44	40 %	21	32 %	23	52 %
nepředvídatelnost	35	32 %	18	28 %	17	39 %
relevance	34	31 %	19	29 %	15	34 %
elitní národy	27	25 %	21	32 %	6	14 %
elitní osoby	12	11 %	10	15 %	2	5 %
konsonance	6	6 %	4	6 %	2	5 %

Pět kritérií, která zprávy odvysílané v roce 2000 odrážely nejčteněji, odpovídá charakteristikám zpráv typu narativního příběhu, jež patří k typu zpravodajství označovanému jako zprábava/infotainment. Bennett (1996), Nimmo a Combs (1983) nebo Lewis (2001) konceptualizují zprávy jako příběh a narativizaci a personalizaci považují za klíčové zpravodajské postupy. Data ukazují, že pro uveřejnění jsou vybírány především jednoduché atraktivní negativní události, kterým je připsán jednoznačný význam, mají své „hrdiny“ a „poražené“ a je možné o nich informovat opakovaně. Nejčastější zastoupení zpravodajské hodnoty jednoznačnost naznačuje, že pro prezentaci romské menšiny jsou vybírány nekomplikované události, kterým lze připsat význam v méně než 90 vteřinách. Taková sdělení jsou častější ve zpravodajství komerční stanice Nova, kde je zřejmý také větší důraz na pestrost a nepředvídatelnost prezentovaných událostí, což jsou kritéria, jež přispívají k celkovému dojmu nesouvislosti, útržkovitosti a roztříštěnosti zpravodajství, jak je popisuje Bennett (1996).⁴⁸⁶ Kvůli personalizaci, dramtizaci a fragmentaci, které jsou zřejmé i ve zpravodajství o romském etniku, nelze jednotlivé události nahlížet v souvislostech. Zpracováním událostí do jedno-

485 Součet relativní četností nedává 100 %, neboť u každého příspěvku byla posuzována přítomnost všech zpravodajských hodnot.

486 „Úlomky zpravodajství existují v uzavřených pouzdrech vzájemně izolovaných v čase a prostoru. Zprávy vyvolávají dojem papírových puzzle, která jsou zkreslená a chybí jim řada dílků. Pokud je na ně zaostřeno, pak jen jako na individuální dílky, ne na to, jak zapadají do souhrnného obrazu. Takovým rozbitím obrazu světa do volných částí dochází k tomu, že i události, které jsou výsledkem působení stejných sil, jsou vnímány jako nezávislé a diváci nevidí spojení, které mezi nimi existuje.“ Bennett (1996: 58)

duchých zpráv navíc dochází k simplifikaci romské tematiky, což v kombinaci s důrazem na atraktivitu a negativitu vede k povrchnímu a stereotypizujícímu informování.

Na závěr připojím jednu podstatnou poznámku, vychází z knihy Johna Hartleyho *Understanding news*. Hartley (2001) upozorňuje, že stejně důležité jako zkoumat, co reprezentováno je, je věnovat pozornost tomu, co zobrazeno není. Neboť to, co je zobrazováno často, získává svůj význam také skrze opozici k tomu, co je uveřejněno jen zřídka nebo vůbec. To samozřejmě nelze naplánovat dopředu, ale je vhodné si tuto otázku položit ve chvíli, kdy máme data sebraná a uvažujeme o tom, jak je interpretovat. Pro vytváření obrazu určité osoby/skupiny/jevu je důležité i to, co je z mediálního pokrytí vynecháno. Jaké údaje nejsou medializovány? Jaké osoby nedostávají do médií přístup nebo jsou jejich názory medializovány pouze zprostředkovaně? Která témata nejsou v souvislosti s určitou skupinou zmiňována nebo jsou prezentována pouze jako okrajová? To jsou otázky, jež mohou výzkum posouvat dál, za hranice obsahové analýzy. K jejich podrobnějšímu zkoumání jsou vhodnější kvalitativní výzkumné metody, jež poskytnou hlubší vhled do zkoumaných dokumentů. Budu se jim věnovat v dalších kapitolách.

8.2 Kvalitativní techniky analýzy dokumentů

Obsahová analýza byla poslední kvantitativní metodou, s níž jste se seznámili, všechny zbývající už budou z paradigmatu kvalitativního. Zatímco kvantitativní přístup je postaven na hromadných datech, kvalitativní je ke kvantifikaci jako důkazu významnosti jevů skeptický a odmítá jednotky obsahu posuzovat jako rovnocenné. Zdůrazňuje, že příjemce generuje význam textu z jeho vnitřní struktury a sociokulturního kontextu spíše než na základě počtu a vyváženosti uvedených údajů. Přitom nelze zaručit, že podavatelé a příjemci sdílejí stejný interpretační rámec,⁴⁸⁷ navíc mezi příjemci jsou zástupci různých interpretativních komunit.

Kvalitativní postupy analýzy textu směřují pozornost spíše k latentnímu než ke zjevnému obsahu a při jeho odhalování a interpretaci se řídí

487 Raný výzkum mediální komunikace vycházel z předpokladu, že příjemci chápou sdělení (přibližně) stejně, jak ho zamýšleli jeho původci. Podrobněji viz kapitola 8.1.

méně přísnými vodítky a do jisté míry i profesní intuicí výzkumníka.⁴⁸⁸ Zatímco kvantitativní přístupy jsou strukturované a standardizované, v kvalitativních se kontury rozvolňují. To neznamená, že kvalitativní postupy analýzy dat nejsou vázány žádnými pravidly, spíše že tato pravidla jsou méně přísná a postup analýzy je určován spíše samotnými daty a strukturami, které v nich výzkumník nalézá. Proto úspěch kvalitativních analýz do značné míry závisí na dovednostech výzkumníka, jeho schopnostech indukce, využití deskripce, klasifikace a interpretace dat. Z toho by mělo být zřejmé, že neexistuje jen jeden správný postup analýzy a jeden výsledek.⁴⁸⁹ Naopak je zde pluralita přístupů a analytických postupů. Ačkoli to může znít lákavě a kvalitativní výzkum je velmi tvůrčím procesem, současně je to velice náročné. Zatímco v kvantitativním výzkumu jsou předem stanoveny jeho jednotlivé fáze a další krok je vždy jasný, v kvalitativním je čistě na výzkumníkovi, jak bude postupovat, například zda bude dále sbírat doplňující data nebo je již s provedenou analýzou spokojen a má jasné podklady pro formulování závěrů. Proto i tato část knihy bude méně návodná než ty předchozí. Spíše než přesné pokyny jak postupovat nastíním různé přístupy, které je možné využít v mediálních, kulturních a komunikačních studiích a lze je aplikovat na texty rozličné povahy. Ani v tomto případě není uvedený výčet úplný. Zaměřím se především na **analýzu sémiotickou a strukturální**, v jejich kontextu zmíním i **analýzu narativní**, a v závěru kapitoly uvedu techniku **historickosrovnávací a interpretativní čtení**; v další, 9. kapitole představím postup **zakotvené teorie** a různé tradice **analýzy diskurzu**, včetně krátkého exkurzu do **konverzační analýzy**.

8.2.1 Sémioticko-strukturální analýza

*„... každé označování v sobě nese ideologický rozměr.“
(Hebdige 2012: 39)*

Sémiotická analýza se snaží o porozumění sociálnímu používání znaků a tvorbě významů z jejich vzájemných vztahů v rámci znakového systému. Jejím cílem je odhalit principy uspořádání textu a vypovídat

488 Sociolog Charles W. Mills (2002) ji nazval sociologickou imaginací. Ta však není jen nástrojem sociologů, ale využívají ji také novináři či spisovatelé a může pomoci i obyčejnému člověku lépe pochopit osobní život skrze porozumění životu společenskému.

489 Je úkolem výzkumníka, aby svá zjištění a interpretace prezentoval natolik přesvědčivě, že je obhájí a prosadí v širší vědecké komunitě.

o jeho významu. Není zde prostor k rekapitulaci historie sémiotiky⁴⁹⁰ a strukturalistického přístupu k jazyku ani jeho klíčových děl a autorů.⁴⁹¹ A to ani přesto, že se bez jejich znalosti při aplikaci sémiotické analýzy neobejdete (ani nemá smysl se do ní pouštět). Proto stručně rekapituluji ty opravdu nejzákladnější koncepty,⁴⁹² jež slouží jako základní východiska aplikace této metody. Protože většina autorů, ke kterým budu odkazovat, je řazena nejen do linie sémiotické, ale zároveň ke strukturalistické tradici, odráží se tato dvojakost i v názvu této metody. Zatímco sémiotická část se soustředí více na stavební prvky, z nichž jsou zkoumané komunikáty složeny, strukturální více zajímá, jak jsou tyto prvky složeny a jakou vytváří strukturu. V principu ale nemá smysl zkoumat jedno bez druhého. Někdy jsou oba přístupy zahrnovány jen pod označení sémiotická analýza. Jejím předmětem však nejsou jen znaky, které sdělení tvoří, ale také jeho vnitřní struktura, přičemž obsah ustupuje do pozadí.

Částečně jsem sémiotickou optiku kulturního přístupu ke studiu komunikace nastínila v předchozí kapitole 8.1 v části věnované omezením obsahové analýzy. Zjištění sémiotické analýzy jsou dobře kombinovatelná s poznatky z výzkumů kvantitativních. Sémiotická analýza ale pracuje s výrazně menším vzorkem a často se omezuje jen na případové studie. Lze ji využít jak k analýze jednoho sdělení, tak na celou reklamní kampaň nebo k rozboru filmové trilogie. Sémiotickou analýzou můžeme zkoumat různé typy dokumentů, od statických vyobrazení po delší audiovizuální sekvence.⁴⁹³ Nejčastěji se s tímto přístupem setkáme při výzkumu reklamních sdělení a analýze zpravodajského diskurzu. Sémiotickou analýzu lze ale vhodně aplikovat i na výzkum značky, loga či obalu určitého výrobku; stejně jako při analýze hraného či animovaného filmu. Stejně jako v předchozím případě i tentokrát budu o jakýchkoli zkoumaných objektech mluvit jako o „textech“,⁴⁹⁴ protože jsou všechny složeny ze znaků určených ke čtení,

490 Sémiotika, jako obor vydělený z lingvistiky (nauky o přirozeném jazyce), zkoumá vlastnosti znaků, kódů a kulturních systémů, ve kterých znaky a kódy fungují. Její základy byly položeny řeckou stoickou filozofickou školou, ale označení sémiotika zavedl až Charles S. Peirce ve druhé polovině 19. století. Druhý z hlavních zakladatelů tohoto oboru Ferdinand de Saussure používal pojem sémiologie.

491 Viz např. Chandler (2007), Fiske (2000), Černý, Holeš (2004) atd.

492 Jsem si vědoma, že se u řady uvedených konceptů dopouštím značného zjednodušení a vynechávám hlubší diskusi o vymezení jednotlivých pojmů.

493 Ačkoli různé publikace prezentují analýzy těchto dvou typů textů odděleně, v principu to není nutné a lze na oba aplikovat stejné postupy. Srov. např. Bignell (1997).

494 Čistě ze stylistických důvodů budu označení „text“, „dokument“, „komunikát“, „sdělení“, případně „mediální produkt“ nadále používat jako synonyma.

a o jejich příjemcích jako o „čtenářích“. Druhým východiskem, s nímž pracuji, je odlišení „sdělení/textu“ a jeho „významu“. Zatímco „text“⁴⁹⁵ v psané, zvukové nebo obrazové podobě je pevný, významy, které jsou do textů vloženy nebo v nich čtenáři nacházejí, jsou víceméně proměnlivé a nestálé.

Stejně jako obsahová analýza ani ta sémiotická nemůže odhalit celé spektrum významů, které by do textů mohli vložit čtenáři v různých kontextech jejich recepce. Sémiotická analýza se zaměřuje na strukturu textu, může jej rozebrat na jednotlivé stavební kameny a ukázat, jaké významy, v rámci dané kultury či kontextu tyto základní kameny většinou nesou. V zájmu sémiotické analýzy je tedy opět text,⁴⁹⁶ nikoli jeho tvůrce ani jeho čtenáři. Zjištění sémiotické analýzy nevypovídají o tom, co jím chtěl komunikovat jeho tvůrce ani jak jej čtou jeho příjemci. Jde opět o jednu (nebo několik) z možných variant interpretace daného sdělení. Z rozboru stavebních prvků textu a použitých pravidel jejich spojení můžeme usuzovat na významy, které chtěl tvůrce komunikovat a které pravděpodobně odhalí i část jeho příjemců,⁴⁹⁷ ale nemůžeme si být jisti. Nevypovídáme o tom, jak je text čten v reálných komunikačních situacích. Na takové otázky sémiotická analýza nemůže odpovědět. A pokud bychom odpověď chtěli znát, museli bychom se ptát tvůrců a čtenářů.

Výchozí sémiotické koncepty

Sémiotika se soustředí na tři základní kategorie:

- ▶ **znaky**, základní stavební jednotky různých symbolických systémů;
- ▶ **kódy**, do nichž jsou znaky organizovány;
- ▶ **kulturu**, ve které znaky a kódy fungují.⁴⁹⁸

495 Fiske (2000) navrhuje označovat sdělení textem až v momentu jeho setkání s příjemcem, ve chvíli jeho čtení, kdy dochází k aktivování některého z významů. Stejně sdělení může skrze svoji polysémičnost být základem mnoha různých textů.

496 Ve druhé polovině 20. století v rámci kritického paradigmatu mediálních studií vedle sebe působí dvě tradice. Zatímco výzkum recepce klade důraz na příjemce a prosazuje se v pracích kulturní Birminghamské školy, druhá linie zdůrazňuje pozici textu a do něj skrze preferované významy zakomponované dominantní ideologie. Ačkoli nepopírá polysémii textů a vidí je jako sémioticky víceznačné, nepřipouští neomezený pluralismus čtení. Text je nahlížen jako struktura s pevně uloženými preferovanými významy, jež si čtenáře podřizují a redukují kulturně alternativní dekodování ve prospěch sociálně zvýhodněných významů. Spíše než čtení textu je proto věnována pozornost postupům, jak se text před čtenářem uzavírá. Srov. např. Curran (1990).

497 Záměr, s kterým byl text sestaven, se může podstatně lišit od toho, jak je zvýznamněn v konkrétní situaci příjemcem. Hall (1973) navrhl minimálně tři varianty čtení jednoho textu (viz níže).

498 Analogicky americký sémiotik Charles William Morris (1970) rozděluje tři základní oblasti studia na „sémantiku“ (analýza významu znaků a jejich vztahu k objektům), „syntaktiku“ (analýza

Základní stavební jednotkou, s níž sémiotika pracuje, je **znak**. Jeho základní vlastností je zastupovat něco jiného. Stejně podstatné je ale to, že existuje sociální komunita příjemců, kteří jsou schopni jeho zástupnou funkci rozpoznat a sdílejí jeho význam.⁴⁹⁹ Zpravidla jsou zmiňována dvě pojetí znaku: (1) lingvisty Ferdinanda de Saussurea⁵⁰⁰ a (2) filozofa Charlese S. Peirce.⁵⁰¹

Ad 1. Podle Saussurea má každý znak v jazykovém systému dvě části: **označující** (*signifié*/signifikant), která se vztahuje k **označovanému** (*signifiant*/signifikát). Označující je nástroj vyjadřující znak (fyzická podoba znaku – např. zvuk nebo napsaná forma slova), označované znamená mentální koncept, který je jím vyvolán. Označující a označované se k sobě váží v procesu **označování** a dohromady vytvářejí znak. Přitom označované, tedy mentální koncept, je podle Saussurea společné všem členům daného jazykového univerza nebo kultury, i když zároveň podléhá individuálnímu pojetí.⁵⁰²

Ad 2. Peircovo pojetí znaku je označováno jako triadické. Nejenže zavádí třetí složku znaku, ale také používá jiná označení. Peircovský **znak** neboli **reprezentant** odkazuje k **referentu** (objektu) ve vnějším světě, který v myslí individua aktivuje **interpretant** (mentální

pravidel pro kombinování znaků a jejich vzájemných vztahů) a „pragmatiku“ (analýza vztahů mezi znaky a jejich uživateli).

499 Srov. s koncepcí gesta zakladatele symbolického interakcionismu George Herberta Meada (1975) z knihy *Mind, Self and Society*. Má-li gesto fungovat jako symbol, předpokládá to sdílení jeho významu mezi komunikujícími jedinci v rámci sociální pospolitosti. Gesto ani znak nemohou existovat mimo kulturu.

500 Ferdinand M. de Saussure působil na začátku 20. století na univerzitě v Ženevě. Protože za svého života příliš nepublikoval, spis, kterým se proslavil, *Course de linguistique générale* (Kurz obecné lingvistiky), byl vydán v roce 1916, tři roky po jeho smrti, na základě nalezených poznámek autora a zápisků studentů z jeho přednášek o jazyce.

501 Americký matematik a filosof pragmatismu Charlese Saunderce Peirce se na rozdíl od Saussurea, zaměřeného na zkoumání jazyka, soustředil na pochopení lidské zkušenosti s okolním světem, což částečně vysvětluje odlišnost jejich pojetí znaku, především to, proč Saussure vůbec nezohledňuje vztah znaku k vnějšímu světu.

502 Běžně přijímáme, že označující jsou produkty určité kultury a odrážejí se v odlišnosti různých jazyků. Stejně se vliv kultury promítá i do podoby označovaného. Naše myšlenkové koncepty jsou utvářeny označujícími, jež máme k dispozici v jazyce, kterým mluvíme; jejich sdílení je základem vzájemného porozumění. Přesto mentální koncepty vykazují individuální odlišnosti. Například není výjimkou, když různí jedinci označí barvu stejného objektu odlišným označujícím: rumělka, rudá, karmínová, cihlová, purpurová, nachová, lososová, šarlatová, korálová, magenta atd., zatímco se jedná o červenou barvu.

koncept) vytvořený pomocí znaku a osobní zkušenosti uživatele s objektem.⁵⁰³

Peirce (1997) rozpracoval složitou typologii znaků, z níž jsou standardně uváděny pouze tři typy: **symboly**, **indexy** a **ikony**. **Symboly** jsou zcela arbitrární a mezi znakem a jeho referentem neexistuje žádné spojení než zažitá konvence. Vztah mezi symbolem a jeho významem je silně kulturně podmíněn a člověk, který nezná vztah mezi označovaným a označujícím, nemůže význam symbolu interpretovat. Symbolem je například H_2SO_4 (pro označení kyseliny sírové). Obrazy, diagramy, metafory apod. patří mezi **ikony**. Jde o typ znaků, kde znak (reprezentant) připomíná referent,⁵⁰⁴ sdílí společně určité vlastnosti nebo fyzickou podobnost: symboly na dveřích toalet, mapy, značka zákazu kouření apod.⁵⁰⁵ Třetí typ znaků,⁵⁰⁶ **indexy**, charakterizuje přímé spojení, následný nebo příčinný vztah, s referentem (např. kouř je indexem ohně; určitá výslovnost indexem geografické lokality nebo příslušnosti k určité sociální skupině).

Při sémiotické analýze se častěji používá Saussurovo pojmenování označující a označované, také proto, že je v konceptu **mýtu** dále rozpracováno francouzským sémiotikem Rolandem Barthesem. Ačkoli primárním zájmem Saussurea byl jazyk, jako lingvistické znaky mohou být zkoumány i jiné symbolické systémy složené ze znaků nesoucích význam. To je východisko sémiotické analýzy, ke kterému se pojí snaha interpretovat znaky symbolických systémů, jež jsou součástí kultury

503 Tento triadický systém dále rozvíjeji Charles K. Ogden s Ivorem A. Richardsem a později Charles W. Morris. Podrobněji viz např. Palek (1997).

504 Eco (2004a) upozorňuje, že existence referentu není nezbytná, neboť jako ikony spolehlivě fungují i označení „drak“, „hobit“ či „elfka“ a považuje ikonické znaky za kulturně kódované, neboť jejich vztah k objektu musí být kulturou rozeznán a uznán; čímž obchází tvrzení, že jsou často stejně arbitrární jako symboly.

505 Dalším příkladem ikonu je fotografie, na které se zobrazené velmi podobá referentu, jenž fotograf zachytil. Filmová věda poloviny 20. století však o fotografii uvažovala také jako o indexu. Podobně např. Geoffrey Bachten (2004) mluví o hybridních fotografických formách (fotografie doplněné o další objekty, např. suvenýr z dovolené přilepený na rámečku), které mají charakter indexu, propojení s označovaným a vnímáme je i hmatem (fotografie jako součást šperků, obracení stran alba). Pro příjemce je nepochybně obtížnější u obrazových znaků odlišit, že symbol, referent a interpretant jsou tři odlišné entity. Na to upozorňuje v rozboru obrazu dýmky R. Magrittea Michel Foucault (1994b). Vliv televizního nebo filmového zobrazení čerpá právě z tohoto setření rozdílu mezi znakovým systémem a vnějším světem, které vytváří zdání jeho realističnosti.

506 Peirce kategorie znaků rozčlenil ještě podrobněji, např. u ikon stanovil tři podskupiny: obrazy, diagramy (zobrazují strukturu daného předmětu či jevu) a metafory (přenesená zobrazení podtrhující důležité vlastnosti jevů nebo událostí). Podrobněji viz Peirce (1972, 1997).

a jsou využívány médii. Nejprve musíme odhalit, jak tyto intersubjektívni symbolické systémy fungují, podle jakých pravidel – kódů.

Saussureovské pojetí jazyka můžeme označit jako konstruktivistické. Jazyk není nástroj pro reflexi či popis existujícího, ale naopak tvůrčí a třídící systém, skrze nějž je nám realita dostupná. Naše chápání vnější skutečnosti je konstruováno skrze znaky užívané v určitém sociálním kontextu. Dokládá to skutečnost, že nemůžeme mluvit nebo uvažovat o něčem, pro co v našem jazyce neexistuje pojmenování.⁵⁰⁷ Významy, které nesou jednotlivé znaky, nejsou předem dané (nejsou vlastnostmi objektů) ani fixní, ale vznikají a působí v rámci určité kultury, v níž jsou dohodnuté/arbitrární a společně sdílené. Znak se vztahuje k vnější realitě zprostředkovaně skrze mentální koncept, který sdílejí lidé, jež jej užívají. Jeho formální podoba nemá žádnou spojitost ani s tím, jak zní, je-li vysloven, ani s podobou označovaného.⁵⁰⁸ Význam je produktem procesu reprezentace, mimo nějž postrádá smysl. Znak nemůže fungovat mimo systém, v jehož rámci existuje mezi uživateli jazyka dohoda o jeho významu a pravidlech použití. Jednotlivé znaky jsou konvenční a jejich užití je výsledkem kolektivního učení. Opakem konvenčnosti je motivovanost znaku, která vypovídá o tom, do jaké míry je označované určeno podobností s označovaným.⁵⁰⁹

Význam znaku je relační,⁵¹⁰ neboť je určen pozicí v rámci celé struktury znakového systému a svým vztahem k jiným znakům, tedy tím, jak se od nich odlišuje, svojí **hodnotou**.⁵¹¹ Hodnota znaku je určována jeho jazykovým okolím a tím, co v rámci stejného jazyka

507 Viz Sapir-Whorfova hypotéza, kapitola 1.

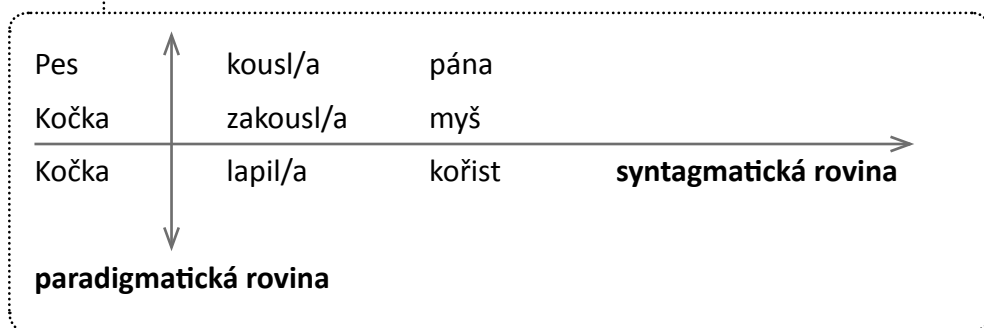
508 Různé jazyky používají pro označení téhož zvířete odlišný znak (*a cat, le chat, kouka, mao*), aby se jejich uživatelé domluvili, musí v daném společenství existovat souhlas s tím, k jakému živočichu odkazuje seskupení určitých fonémů („k“ „o“ „č“ „k“ „a“). Asociace znaku a toho, co reprezentuje, je výsledkem užití znaku ve společenské praxi.

509 Symboly jsou tedy více konvenční a ikony více motivované. Toto rozlišení dovoluje vidět jednotlivé typy znaků jako škálu přecházející od vysoce konvenčních symbolů k motivovaným ikonům. Podrobněji viz např. Fiske (2000).

510 Význam leží ve vztahu mezi znakem a konceptem, který je mu připsán skrze určitý kód. Tak lze například vysvětlit, jak funguje semafor a proč na něm v různých zemích mohou některé barvy svítit zároveň. Podrobněji viz Hall (1997).

511 Hodnota jazykových znaků je určována jejich vzájemnými vztahy. Zatímco francouzština pomocí označujícího *mouton* odkazuje jak ke zvířeti, tak k jeho masu, v češtině nebo angličtině vedle sebe fungují znaky dva (ovce a skopové, *sheep a mutton*). V konkrétním užití je význam označujícího „ovce“ stejný jako francouzské *mouton*, ale liší se hodnotou, neboť neodkazuje též ke „skopovému“. Proto, podle Saussurea, nelze signifikant z jednoho jazyka mechanicky přiřazovat k signifikátu jazyka jiného.

vyjadřují sousední znaky. Přitom stejně jako znaky i hranice mezi nimi jsou umělé a arbitrární. Znak *žena* znamená ne *zvíře*, ne *člověk*, ne *muž*, ne *dítě*, ne *dívka*, ne *stařena*, ne *manželka*, ne *matka*. Znaky obecně ale nemají pevně fixovaný význam, jsou **multiakcentuální**;⁵¹² mají potenciál nést různé významy. Ačkoli určitý z nich je preferovaný, existují i jiné, které mohou být aktivovány použitím v různých kontextech a diskurzích. Konkrétní význam je akcentován až ve chvíli jejich konkrétního užití v procesu komunikace mezi textem a čtenářem. Při komunikování vybíráme z možných znaků ten, jehož význam je dán jinými znaky, jež bychom v daném okamžiku mohli v rámci gramatických pravidel jazyka také použít. Jazyk jako systém, v psaném i v mluveném projevu, je závislý na čase. Jednotlivé znaky musejí následovat v řadě jeden za druhým.⁵¹³ Pravidla jejich řazení jsou zřejmá z *langue*.⁵¹⁴ Význam věty „Pes kousl pána“ se postupně rozvíjí zleva doprava,⁵¹⁵ jak postupně čteme jednotlivá slova v rovině **syntagmatu**. Každé sdělení je syntagmatem vybraných znaků, mezi kterými vytváří lineární vztahy. Význam jednotlivých znaků v syntagmatu je ovlivněn jejich vzájemnými vztahy. Pokud bychom jejich pořadí změnili, změnil by se i význam věty.



512 Pojem sovětského lingvisty Valentina N. Vološinova.

513 Na rozdíl od obrazů, které mohou být prezentovány vedle sebe v prostoru v jednom časovém okamžiku.

514 Saussure (1996) rozlišuje *langue* – systém všech obecně uznávaných a dodržovaných gramatických pravidel jazykového systému, a konkrétní sdělení (promluvu, psaný text) – *parole*. Aby sdělení bylo srozumitelné druhým, musí být formulováno podle pravidel jazykového systému. *Langue* se odráží v *parole*, jež nese význam jen tehdy, je-li vysloveno v souladu s *langue*. Dvojici *langue*–*parole* jsou blízké termíny kompetence–performance Noama Chomského.

515 Rozvíjení významu odleva doprava není univerzální; arabské texty jsou psány zprava doleva, čínské nebo japonské ve sloupcích shora dolů.

„Pes kousl pána.“ – podmět, přísudek a předmět jsou spojeny syntagmaticky. Každý znak v sekvenci syntagmatu může být nahrazen jiným znakem ze souboru příbuzných znaků, který by plnil stejnou gramatickou funkci. Soubor znaků, z nichž je možné vybírat, označujeme jako **paradigma**.⁵¹⁶ Všechny jednotky paradigmatu mezi sebou udržují vztahy podobnosti, mají nějaké společné vlastnosti, ale zároveň musí být vzájemně odlišitelné. Každý jazykový znak je obklopen paradigmatem příbuzných, v aktuální výpovědi nepoužitých znaků a jeho význam je ovlivňován právě těmito znaky. Každý výběr v rámci paradigmatu ovlivňuje význam syntagmatu.

Při konkrétní promluvě jsou znaky v jazykovém systému kombinovány syntagmaticky. Tato pravidla jejich možné kombinace označujeme jako **kódy**.⁵¹⁷ Jednotlivé kódy i pravidla jejich použití jsou kulturně podmíněné sociální konstrukty sdílené komunitou, jež je používá.⁵¹⁸ Kódy se ustavují postupným používáním znakového systému a jsou výsledkem zažitých konvencí jeho užití v rámci určité kultury; učíme se jim v socializaci (enkulturaci) nebo formálním vzdělávacím procesu (kód určitého směru v umění – impresionismu, kubismu – nebo v hudbě). Kódy jsou svými uživateli aplikovány více či méně nevědomě.⁵¹⁹ Význam znaku v konkrétní promluvě je určen i tím, k jakému náleží kódu.⁵²⁰ V principu jakýkoli samostatný znak může nést široké spektrum různých významů. Záleží právě na kódu, ve kterém je použit a interpretován. Příkladem mohou být vizuálně stejně vypadající gesta (pokyvování hlavou, mávání

516 Toto označení nesouvisí s vědeckým paradigmatem, o kterém jsme mluvili v kapitole 1.

517 V rámci mediálních studií, tak jak se inspiroji různými tradicemi humanitních oborů, je chápání kódu značně nejednotné a zahrnuje odlišná vymezení, než je to, které předkládám. Například vymezení kódu jako systému znaků, který zahrnuje prvky a jejich vztahy. Jiné přístupy mluví místo o kódech o konvencích atd.

518 Známé je rozlišení „omezeného“ (*restricted code*) a „rozvinutého“ (*elaborated code*) kódu sociolinguvistou Basilem Bernsteinem, vytvořené na základě výzkumu jazyka dětí a hypotézy, že sociální původ determinuje užití jazyka, se snahou identifikovat sociální příslušnost jejich rodiny. Rozvinutý kód je rozšířený ve středních a vyšších vrstvách, je více formální a neosobní. Obsahuje širší aktivní slovní zásobu a složitější větnou syntax. Jeho uživatelé jsou snadno schopni abstrakce. Omezený kód je osobnější a častěji vztahovaný k širšímu kolektivu, jehož je mluvčí členem, což posiluje sociální vazby. Je expresivnější, více emotivní, živější, často doplňován neverbálními kódy. Více konkrétní, popisný a vyprávěcí, méně abstraktní a používá méně složitou větnou stavbu. Podrobněji viz Leeds-Hurwitz (1993), Keller (1995).

519 Příkladem aplikace kódu může být používání postupů označovaných jako novinářské rutiny ve zpravodajství. Podrobněji viz Tuchmanová (1978), Shoemakerová, Reese (1996) nebo Trampota (2006).

520 Význam znaku „tráva“ bude výrazně odlišný v rámci časopisu pro zahrádkáře a v kódu mluvy náctileté mládeže. Podobně jako když bytový designér či architekt mluví o „tichomořském exotu“.

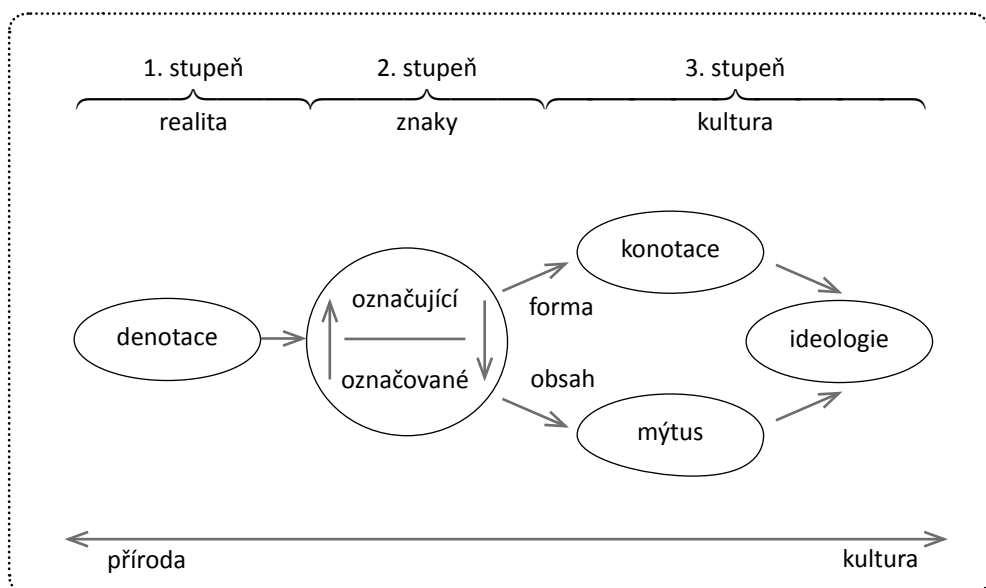
jako součást tzv. řeči těla atd.), jejichž význam se výrazně liší v různých kulturách. Například zachycení objektu v malířství podléhá kódům vztahujícím se nejen k celkové kompozici obrazu, kombinaci barev a světla, ale i k použití lineární perspektivy, která není ničím jiným než kódem (konvencí, návodem), jak západní společnost⁵²¹ zhruba od renesance zobrazuje třírozměrné objekty na dvourozměrné plátno. Podobně jako se liší kód společenského a sportovního oblečení, jež vyhovuje každé jiné situaci, je rozdíl v kódu komunikace s nadřazeným a pro zábavu s kamarády nebo kód milostného dopisu a zpravodajského pořadu. Svůj kód má i stravování a stolování, do kterého patří: v jakém pořadí se jedí jednotlivé chody⁵²² a jakým typem příboru, ale i jak kombinovat různé potraviny tak, aby mohly být součástí jednoho menu. Analogicky uvedenému fungují i jiné znakové (obecněji symbolické) systémy (např. dopravní značky, notový záznam, prstová abeceda nebo morseovka), a proto na ně lze aplikovat stejné analytické postupy.

Francouzský literární kritik Roland Barthes na začátku druhé poloviny 20. století v řadě esejů ukázal, jak se jednotlivé znaky sdělení podílejí na vytváření jeho významu. K nejnámějším patří analýza obalu časopisu *Paris Match*, reklamy na těstoviny a prací prostředky nebo populárního pokrmu – hranolek. Jeho klíčový přínos ale spočívá v rozpracování konceptu **druhého stupně označování** (*second order of signification*)⁵²³ v knize *Mytologie* (2004a). John Fiske a John Hartley (1978) k němu přidali ještě **třetí stupeň** – ideologii.

521 Např. ve starověkém Egyptě zobrazovali prostor na jiném principu.

522 Jak je kód stolování narušen, když jako první sníme dezert nebo když jíme např. hranolky rukama? A bude narušen ve všech kulturách?

523 I Barthes mluví o třetím mechanismu označování: symbolickém. Objekt se stává symbolem, když skrze konvenci a užívání nabývá významu, který mu umožňuje zastupovat něco jiného (např. modrá krev jako symbol šlechtické vrstvy, Rolls-Royce jako symbol vysokého statusu). Srov. Fiske (2000).



Obř. 11 Tři stupně označování podle Fiska a Hartleyho (1978)

První stupeň označování kopíruje saussureovské pojetí znaku. Barthes ale pro vztah mezi označovaným a označujícím používá označení **denotace**,⁵²⁴ ve smyslu běžně přijímaného základního významu daného znaku bez dalších vedlejších významů. Denotace znaku vychází z jednoduchého vztahu znaku k označovanému a tento vztah je považován za hodnotově neutrální. Například jazykový znak *golf* odkazuje k určitému druhu sportu, *Pražský hrad* denotuje kulturní památku. Znaky však mají schopnost být multiplikovány a nést více významů. Na **druhém stupni označování** jsou k popisné a identifikační funkci znaku připojeny další asociace a hodnoty – **konotace**. Ty mohou být jak individuální, tak intersubjektivně sdílené v rámci širší sociální skupiny či celé kultury. Význam znaku je doplněn o další rozměr. Barthes (1961) to ilustruje na fotografii, kterou považuje za sdělení bez kódu,⁵²⁵ neboť je přesvědčen,

524 Barthes navazuje na dánského lingvistu Louise Hjelmsleva (podle něhož denotace odkazuje ke konkrétnímu vyjádření myšlenky, k tomu, co chceme říci, a konotace k řetězu reprezentací, které myšlenka nebo grafické znázornění označují), ale koncept konotace a denotace použili již dříve John Stuart Mill a Gottlob Frege.

525 K jiným názorům viz např. Císař (2004). Přesvědčivost fotografie vysvětluje např. Flusser (1994) tím, že se jedná o technický obraz, který se staví jako symptom skutečnosti oproti obrazům předtechnickým, jež pro jejich nedokonalost snáze rozpoznáme jako symbolicky kódované. Čím více procesu vzniku stále složitějších technických obrazů přestáváme rozumět, tím více jim věříme a stávají se pro nás oknem k objektivnímu, skutečnosti; ačkoli jsou paradoxně snáze manipulovatelné.

že na rovině denotace může být čistým, mechanicky reprodukcujícím analogonem reality nesvázaným kódy zobrazování. Možnost manipulace podle něj přistupuje až na rovině konotace jako důsledek práce fotografa a zvolené kompozice. Může objekt fotografovat z různých úhlů, použít různé barevné filtry nebo světlo tak, aby záměrně vyvolal další významy. Zatímco denotace je mechanická reprodukce objektu na film, konotace je lidská část procesu tvorby významu, tvrdí Barthes. Denotace se týká toho, co je fotografováno, a konotace toho, jak je to fotografováno. Ale ani denotace, ačkoli význam znaku na této rovině je poměrně stabilní, není fixní (protože znaky jsou arbitrární). Denotace není přirozený význam znaku, ale význam naturalizovaný používáním v daném společenství. Podobně konotace jsou časově a kulturně podmíněné, to znamená, že neplatí fixně a ve všech společnostech. Označující *golf* může na úrovni konotace odkazovat k určitému společenskému postavení hráče; *Pražský hrad* k prezidentovi či vládě České republiky (nebo k České republice obecně např. v zahraničí). Určité konotace jsou však v kultuře natolik zažitě, že máme tendenci je považovat za denotace. V médiích jsou použité znaky často záměrně vybírány tak, aby kromě významu v rovině denotace také spouštěly řadu konotací.⁵²⁶ Americký teoretik médií John Fiske (2000) označuje za jeden z hlavních cílů sémiotické analýzy právě odhalování takových případů a jejich odlišné čtení.

Při systematickém opakování souboru znaků pro vyjádření určitého sdělení dochází ke zřetězení konotací a vytvoření **mýtu**.⁵²⁷ Také mýtus je postaven na multiplikaci významů. Uchopuje existující znak a vytváří z něj nový tím, že jej nutí fungovat jako označující na druhém stupni označování. Jestliže konotace je druhým stupněm významu označujícího, mýtus je druhým stupněm významu označovaného. To, co je na prvním stupni znakem (asociativním celkem označujícího a označovaného), se na druhém stupni označování stává označujícím (viz Barthes 1973: 115).⁵²⁸

Mýtus vzniká řetězením konceptů a jeho proměna je velmi pozvolná, tak jak mohou být postupně jednotlivé části upozaděny, opuštěny a vystří-

526 Schopnosti znaků asociovat konotace a aplikovat je jako dominantní významy znaků hojně využívají reklamní sdělení, viz níže.

527 Mýtus v Barthesově pojetí neodkazuje k tradičním mytologickým příběhům (např. o vzniku světa), jak jej konceptualizoval jiný ze strukturalistů, antropolog Claude Lévi-Strauss. Ale i v Barthesově pojetí je mýtus základním nástrojem vykládání společenského upořádání a historie, neboť „přeměňuje dějiny na přirozenost“ (Barthes 2004a: 128). Nemá smysl posuzovat, zda nebo nakolik je mýtus pravdivý nebo falešný, protože se jedná o formu reprezentace.

528 Barthes (1973) navrhuje, aby na úrovni mýtu bylo označující nazváno „forma“, označované „pojmem“ (*concept*) a znak „označení“.

dány jinými. Většina mýtů neplatí pro žádnou kulturu univerzálně a zároveň vedle sebe často fungují dva mýty jednoho jevu, které si vzájemně odporují. Vedle mýtu existuje ve stejné kultuře i **kontramýtus**.⁵²⁹ Mýtus se zmocňuje existujících znaků a jejich konotací a záměrně je uspořádává tak, aby plnily určitou sociální roli. Je to strukturovaný příběh, jímž se kultura vztahuje k realitě a vykládá ji. Tak zároveň potvrzuje sama sebe, udržuje vlastní významové kategorie a stvrzuje smysl vlastního bytí.⁵³⁰ Mýtus je často výtvořem dominantní sociální třídy, která jej využívá k šíření ideologie. Jeho hlavní funkcí je naturalizovat historii, prezentovat nesené významy jako přirozené, dané a správné; zastírat nejen jejich původ, ale hlavně jejich politickou a sociální dimenzi, a tak legitimizovat její dominanci.⁵³¹ Mýtus redukuje a zjednodušuje vztahy prvků v systému a ukazuje je jako přirozené, samozřejmé a věčné. Základním cílem mýtu je naturalizovat sociálně vytvářený preferovaný význam, převážet sociální znaky ve „fakta“. V mocenském boji o určení, připsání a udržení významu prosadit ten, jenž objektu přisuzují ti, kdo aktuálně společnost ovládají. Podstatnou součástí účinnosti fungování mýtu je však působení ve skrytu, neboť každý text maskuje mýty, s nimiž pracuje.

Cílem sémiotické analýzy by mělo být nejen odhalit skryté významy, s nimiž sdělení pracuje, ale proniknout až na rovinu ideologie v pozadí. To může být podstatné především u zpravodajských sdělení. Nejen audiovizuální média využívají řadu technologií (fotografie, autentický zvukový záznam, přímý přenos), které působí jako ikony a skrze svou podobnost s označovaným vytvářejí dojem přesné reprodukce, čímž zakrývají umělý charakter těchto sdělení a podíl novinářů na jeho vytvoření. Pracují přitom s různými kódy (např. zpravodajský kód, kód filmové řeči), jež jim pomáhají daná sdělení prezentovat jako autentická, přirozená a platná. Sémioticko-strukturální analýza pomáhá tyto strategie odhalit.

529 Fiske (2000) uvádí příklad mýtu vědy, jež ji ukazuje jako objektivní, pravdivou, přínosnou a zdůrazňuje její schopnost přizpůsobit přírodu našim potřebám, zvýšit bezpečnost a životní úroveň. Kontramýtus ji naopak považuje za důkaz úpadku soudobé společnosti, neschopnosti porozumět přírodě a příčinu hrozby celosvětové katastrofy. Zatímco ve zpravodajství je věda zpravidla prezentována prostřednictvím dominantního mýtu, naopak fikce častěji ukazují vědu optikou kontramýtu. Podobně v české kultuře existuje mýtus i kontramýtus policie.

530 Srov. Hawkes (1999), Bignel (1997).

531 Podrobněji viz např. mýtus ženy pečovatelky, jak jej rekonstruuje Fiske (2000).

Základní postupy sémioticko-strukturální analýzy

Sémiotické analýze můžeme podrobit téměř jakýkoli typ dokumentů, sdělení psaná či obrazová, tištěná i audiovizuální, jedno zda se jedná o sdělení žánru faktického, či fikce. Jen podle charakteru a rozsahu konkrétního textu musíme uzpůsobit kategorie, které budeme posuzovat, a vhodně zvolit aplikované techniky. Jiné postupy jsou vhodné pro jednotlivé samostatné obrazové texty (např. fotografie, tištěné reklamy) a jiné pro audiovizuální záznamy (zpravodajské příspěvky, filmy). Některé postupy lze aplikovat jak na psaná, tak na obrazová sdělení, jiné jsou specifické pro analýzu audiovizuálních materiálů. V této části budu průběžně odkazovat hlavně na analýzu zpravodajských, případně reklamních sdělení, která v mediálních studiích bývají analyzována nejčastěji. Jak zpravodajství, tak reklama nebo film jsou sociální instituce s vlastním specifickým diskurzem, jež získává význam ve vztahu k jiným diskurzům existujícím ve stejném čase. Abychom je mohli číst, musíme se je naučit dekodovat, osvojit si specifické znaky, s nimiž pracují, a kódy, podle nichž jsou organizovány (vybrané z nich představím níže). To platí obecně pro každého příjemce těchto sdělení, ale i pro jejich tvůrce. Oba musejí sdílet znalost symbolického systému a jeho pravidel (kódů a konvencí), podle kterých je sdělení vystaveno. V podstatě každé dílo dává smysl pouze v určitém rámci,⁵³² diskurzu, jehož pravidla musíme při jeho interpretaci zohlednit.⁵³³

Neexistuje přesný návod, podle něhož při analýze postupovat, spíše doporučení jednotlivých kroků.⁵³⁴ Níže uvedený výčet nástrojů, které při sémioticko-strukturální analýze máme k dispozici, je vodítkem, jaké kategorie můžeme zohlednit a jaké otázky si klást. Při realizaci analýzy pak používáme ty, jež jsou relevantní ke zkoumanému textu. Jednotlivé položky jsou přitom často natolik provázány, že je posuzujeme zároveň. Není výjimkou, když při analýze nepostupujeme lineárně, ale naopak se k různým kategoriím vracíme na základě vyjasnění jiných. Zkoumaný

532 Ano, jednotlivá díla lze v principu dekodovat i mimo tento rámec, ale takto připsaný význam bude značně specifický a nepředvídatelný.

533 Například se bude podstatně lišit význam, který znakům přisoudíme, při čtení díla usilujícího o realistické zobrazení (např. dokumentární fotografie, zpravodajství) a děl fiktivních, a to právě na základě znalosti jejich diskurzivní odlišnosti. I když např. Hartley (2001) upozorňuje na výraznou podobnost v zobrazování policejních zásahů ve zpravodajství a seriálech.

534 Viz např. Chandler (2007).

text přitom procházíme/sledujeme opakovaně.⁵³⁵ Cílem je odhalit, jaký význam komunikuje struktura znaků použitých ve sdělení. Význam je přitom výsledkem naší interpretace i toho, jaké znaky jsme schopni odhalit a v rámci jakých kódů a sociokulturního kontextu je budeme zvýznamňovat. Mělo by být zřejmé, že neexistuje pouze jeden význam a jedno čtení. Klíčovým a jediným nástrojem vědce, jak čelit odmítnutí vlastní interpretace a závěrů, je být si vědom tohoto rizika a závěry dostatečně podložit důkazy vyvozenými z dat, aby byly intersubjektivně přijaty. Nezbytným předpokladem úspěchu je analyzovat text z odstupe.

Při sémioticko-strukturální analýze vždy postupujeme od jednotlivých znaků textu a odhalení jejich struktury v rámci sdělení ke složitějším konceptům (mýtům). V principu kopírujeme analýzu prvního, druhého a třetího stupně označování, jak jsem je představila výše. Na začátku je ale vždy formulace cílů analýzy a výzkumných otázek, které má zodpovědět.

text

– identifikace textu;

→ 1. stupeň označování

analýza: – denotace sdělení,

- hlavních a vedlejších znaků a jejich vzájemných vztahů,
- použitých kódů;

→ 2. stupeň označování

analýza: – multiplikace významů prostřednictvím konotace znaků,

- rétorických trop,
- intertextuality,
- paradigmatické struktury textu – komutační test;
- syntagmatické struktury textu – analýza narace;
- binárních opozic,
- mýtů;

→ 3. stupeň označování

analýza: – ideologického rámce sdělení,
– preferovaného čtení (hegemonní praxe)
– ideologického uzavření textu.

Obr. 12 Návrh postupu sémioticko-strukturální analýzy

535 Pro analýzu filmu doporučují Hansen a kol. (1998) minimálně tři sledování, protože při prvním se i zkušební výzkumníci soustředí spíše na příběh. Až opakované zhlédnutí umožňuje zaměřit se na strukturu vyprávění, jednotlivé použité znaky a postupy.

Identifikace textu

Identifikace textu zahrnuje uvedení údajů o zkoumaném textu; o tom, co bude předmětem analýzy, kdy a kde byl text uveřejněn, v jakém formátu, v jakém rozsahu apod. Zda se jedná o samostatný text, nebo je součástí širšího celku, kupříkladu reklamní kampaně, jakým způsobem a proč byl pro analýzu vybrán, případně jak byl zakomponován do rámce daného média, například pokud jde o zpravodajský příspěvek, uvádíme pořadí, ve kterém byl do relace zařazen, jaká sdělení byla odvsílána před ním a jaká následovala; zda byla na příspěvek upoutávka v headlinu. Měli bychom také stručně charakterizovat širší kontext, charakter média, žánr apod., i to, jaký znakový systém text používá a v jakém diskurzu dává smysl. Podle použitých kódů určíme modalitu díla – způsob prezentace sdělení, například zda je subjektivní, či objektivní. Jedná se o text fiktivní, nebo faktický,⁵³⁶ aspirující na realistické zobrazení? V jakém vztahu je sdělení ke každodenní žité zkušenosti příjemce? Eventuálně můžeme zohlednit, zda je zkoumaný text originálem, nebo reprodukovanou kopií a jak tato skutečnost ovlivňuje jeho interpretaci, dekodování. Kupříkladu přetištěná fotografie tapety s obrazem Mony Lisy v časopisu o bydlení nese jiné významy než reprodukce téhož obrazu v publikaci o výtvarném umění a jiné než analogická reprodukce v reklamním letáčku pařížské galerie Louvre.

V případě, že chceme analyzovat audiovizuální sdělení, je nezbytné jej nejprve rozčlenit do kratších sekvencí, zpravidla se pracuje samostatně s jednotlivými záběry kamery. Za **záběr** je považován jeden úsek natočený kamerou najednou bez přerušení. Tento postup se používá jak u filmu (ať už hraného, nebo animovaného), tak při analýze zpravodajských sdělení. Při analýze zpravodajství zpravidla postupujeme po jednotlivých záběrech a analyzujeme je v návaznosti na k nim náležející komentáře. Pro takovou analýzu si zpravidla připravujeme podklady, které obsahují jednak malé snímky jednotlivých záběrů obrazové složky zprávy doplněné o přepis mluveného komentáře, tak jak jsou ve zprávě řazeny chronologicky za sebou. Součástí může být i údaj o stopáži zprávy. Do takto připraveného rastru si výzkumník může vpisovat své analytické poznámky.⁵³⁷

V neposlední řadě někteří autoři před započítím analýzy doporučují zohlednit autorská práva k vybranému textu, pokud jej budeme chtít jako součást analýzy následně reprodukovat například v závěrečné zprávě.








536 K posouzení často potřebujeme znát širší kontext sdělení. Například pokud budeme posuzovat jen samotnou obrazovou složku sdělení, může být o modalitě textu obtížné rozhodnout.

537 Viz např. Lapčík (2012).

Ukázka přípravy podkladů pro sémiotickou analýzu televizní zprávy

Česká televize: Události1/3/2012 30:55–32:59

Stopáž	Obráz	Přepis	Analytické poznámky
30:55		Moderátor: Třídenní nepohodlí cestujících na italské výletní lodi Costa Allegra šťastně skončilo.	
31:01		Další loď z flotily společnosti Costa Crociere, již patřila i Costa Concordia, která u toskánského pobřeží tragicky najela na útesy, byla po požáru ve strojně	
31:09 (animace)		neovladatelná a nefungovala na ní žádná zařízení. Francouzská rybářská loď ji dovekla do přístavu na seychelském ostrově Mahé. Všech 636 cestujících	
31:18		včetně čtyř Čechů je v pořádku a mají teď na výběr – buď zbytek dovolené strávit na Seychelách, nebo odletět domů.	
31:26		Pavel ŠIMEK, redaktor: Tři dny spali na palubě,	
31:28		před Sluncem se chránili, jak to šlo.	
31:30		Jedli jen to,	

Stopáž	Obraz	Přepis	Analytické poznámky
31:32		co jim shodily	
31:34		virtulníky.	
31:35		Vodu na mytí i splachování brali přímo z moře.	
31:38		Teď už stovky pasažérů	
31:40		Costa Allegry stojí bezpečně na pevné zemi,	
31:42		včetně obou českých párů.	
31:45		René Močuba, jednatel Orbis Link, generální zastoupení Costa Crociere v České republice: „Rozhodli se využít nabídky lodní společnosti Costa a zůstávají na Seychellech ještě dalších 14 dní.“	

Analýza prvního stupně označování

Analýza prvního stupně označování zpravidla začíná prostým popisem textu a jeho významu, jenž nese na rovině denotace. To má svá úskalí; je sporné, nakolik se nám podaří postihnout základní význam sdělení nezatížený dalšími interpretacemi.⁵³⁸ Jedná se vlastně o popis obsahu/děje v syntagmatické rovině. K tomu potřebujeme určit hlavní a vedlejší znak(y), se kterými sdělení pracuje; kódy, podle nichž jsou v textu uspořádány, a vztahy mezi jednotlivými znaky. Jednotlivé znaky autorovi sdělení slouží jako rekvizity. Pomocí vedlejších znaků vytváří atmosféru, prokresluje charaktery postav nebo zdůrazňuje určité významy a jiné naopak odmítá. Vedlejší znaky zpravidla úzce souvisejí s hlavními, dále je rozvíjejí a zasazují do širšího kontextu. U rozsáhlejšího díla použité znaky určujeme ve všech jeho částech/sekvencích. Hlavní znaky textu se budou pravděpodobně v různých sekvencích opakovat, vedlejší znaky budou obsaženy jen v některých a méně často.

Znaky lze určit jak v psaném, tak v mluveném či obrazovém textu. I když vizuální sdělení často zobrazují jednotlivé znaky vedle sebe, a nikoli za sebou, v rámci celého textu fungují syntagmaticky (jako slova ve větě). Příjemce je odhaluje postupně, ale aby strukturu sdělení porozuměl, musí je rozpoznat všechny, včetně jejich vzájemných vztahů, a to jak na rovině denotace, tak konotace. V případě, že chceme analyzovat rozsáhlý audiovizuální text, počet použitých znaků zpravidla neúměrně narůstá a je potřeba se omezit jen na některé z nich. Všimáme si toho, jak jsou znaky v textu strukturovány, které se na sebe váží, které se doplňují nebo umocňují. Zda se objevují jednorázově nebo opakovaně a s jakou periodicitou. Můžeme uvažovat i o tom, jaké znaky použity být mohly, ale v textu se nevyskytují, třeba proto, že neodpovídají optice podavatele nebo narušují to, co chtěl komunikovat. To může být podstatné u zpravodajských sdělení, která se vyloučením určitých znaků snaží text uzavírat, respektive omezovat mnohost jeho čtení.

V případě, že se jedná o audiovizuální příspěvek zpravodajské relace, soustředíme se na popis jeho struktury a forem prezentace, jež využívá. Podrobně je rozepisuje Hartley (2001). Televizní zpravodajská relace kombinuje tři základní nástroje: moderátora/ry, reportéry/korespondenty a reportáže. Úkolem moderátora/ů ve studiu je provést příjemce pořadem. Anglické označení *anchor* (kotva) vystihuje jeho/jejich hlavní funkci, ukotvit sdělení o jednotlivých událostech, zarámovat je a vztáhnout

538 Podle filmového analytika Jamese Monaca (2006) mezi denotací a konotací existuje kontinuum, a nikoli jasná hranice.

k obecnějším tématům. Moderátor/ři uvozují zprávu a od jejího začátku ji dávají do souvislosti s širším sociopolitickoekonomickokulturním kontextem a ostatními částmi relace. V některých případech je to opět on/i, kdo sdělení na konci uzavírá a připisuje mu preferovaný význam. Vlastní **reportáž** poskytuje informace z terénu, z místa konání události nebo od jejích účastníků. Tento aktuální vhléd je zprostředkován reportérem či korespondentem, který uvádí aktéry události, vysvětluje její průběh a tím jí postupně připisuje význam a omezuje významy alternativní či nežádoucí.

V rámci reportáže je událost vystavěna pomocí čtyř základních modů prezentace:

1. **Talking head**⁵³⁹ – odkazuje k moderátorovi ve studiu, který přímo na kameru popisuje událost (stále častěji však tuto roli plní až reportér v terénu, tzv. *stake-out*).
2. **Grafika** – zahrnuje různá doprovodná vyobrazení: grafy, schémata, mapy, animace, fotografie, záznam textu sloužící k doplnění informací od reportéra či moderátora, ať už na celé obrazovce, nebo jen v její části (např. grafická okna na pozadí, logo vytvořené pro určitou kauzu v části obrazovky v popředí apod.).
3. **Pojmenování** (nominace) – odkazuje jak ke slovnímu představení jednotlivých vystupujících osob (včetně reportérů, korespondentů nebo komentátorů), tak k využití titulků pro uvedení jmen osob vypovídajících o události, ať už jako jejích svědků, nebo expertů (účastník nehody, psycholog, mluvčí apod.). Nominace je mechanismus využívaný k posílení důvěryhodnosti a autority mluvčích a odůvodnění jejich výběru jako osob legitimních vyjadřovat se k události. Uvedení jména mluvčího zároveň posiluje důvěryhodnost jeho výpovědi.
4. **Reportáž** (aktualita) – základní stavební prvek televizního zpravodajství složený z obrazového záznamu s doprovodným komentářem nezobrazovaného reportéra a tzv. *stand-up*, kdy reportér mluví přímo na kameru. Kromě expertních mluvčích využívá i **hlas lidu** (*vox populi*) pro oživení reportáže a zvýšení její autentičnosti, ale hlavně jako podpoření názoru redakce skrze odkaz na zástupce z řad příjemců, s nimiž se diváci mohou identifikovat. Dotázaní zpravidla nejsou uvedeni jménem, ale pouze pod hlavičkou ankety, což závažnost jejich výpovědi relativizuje.

539 Překlad mluvící hlava se nepoužívá.

Událost je v reportáži rozvíjena postupně. Základní struktura většiny zpráv využívá čtyři kroky vytváření příběhu: zarámování, zacílení, realizace (*realising*) a uzavření (*closing*).

1. **Zarámování** (*framing*) provádí moderátor ve studiu. Jde o první uvedení události a zároveň její otevření i první zvýznamnění. Moderátor připravuje diváky na nadcházející reportáž, ale zároveň již na začátku naznačuje, jak by měli událost číst. Tím, že ji uvádí do širšího kontextu nebo propojuje se sdělením uveřejněným dříve a vztahuje k určitému tematickému rámci,⁵⁴⁰ zároveň vymezuje základní význam události.
2. **Zacílení/zaostření** (*focusing*) se odehrává ve vlastní reportáži, když reportér s uvedením více podrobností vysvětluje, co se stalo, a přináší záběry z místa činu. K tomu může využít některý z uvedených prezentačních modů, například grafiku.
3. **Realizace** (*realising*) je klíčovou částí reportáže, která v „terénu“ danou událost rekonstruuje a v tomto procesu jí připisuje význam, jenž je výrazně formován tím, jaké prostředky (znaky) byly použity. Standardním nástrojem je využívání mluvčích z vnějšího světa (mimo média, odborníků), kteří svými výpověďmi předloženou verzi události dotváří a zároveň stvrzují médiem předložený význam. Autor má k dispozici dva postupy vyjádření názoru – **institucionalizovaný** nebo **zprostředkovaný**. Zprostředkovaný názor je ten, který zaznívá přímo z úst identifikovaného mluvčího. Naopak institucionalizovaný názor reprodukuje reportér. Tím je názor nejen naturalizován a zvyšuje se jeho důraz, ale redakce si jej tímto způsobem přivlastňuje, takže přestává být zřejmé, že jde o názor určité osoby či instituce. Jeho autorství navíc nemusí být přiznáno.
4. Formálním **uzavřením** (*closing*) zprávy zpravidla bývá odhlášení reportéra.⁵⁴¹ Z hlediska sémiotické analýzy ale uzavření chápeme jako postup, kterým je události připsán preferovaný význam, jež má příjemce rozpoznat a zapamatovat si. Cílem uzavření je ome-

540 Termín *frame* (rámeček) je původně konceptem Ervinga Goffmana (1974), postupně byl však modifikován a výzkumy rám(c)ování se rozšířily do mnoha oblastí. Jde o způsob, jakým je událost/osoba uchopena a popisována, jaké aspekty jsou médiu při její reprezentaci vyzdvihnuty a které potlačeny. Jedná se o dominantní perspektivu, organizační princip, který vymezuje oblast, v jaké média a lidé o tématu uvažují. S pojmem pracuje i pozdější fáze výzkumu nastolování témat (*agenda setting*). Srov. McCombs (2009).

541 Mimochodem, všimněte si, jak nedokončeně působí jednotlivé zpravodajské příspěvky, když je tento formální prvek vynechán.

zit aberantní⁵⁴² čtení a vytvořit diskurzivní konec příběhu v myslí diváků.⁵⁴³ Jde o snahu redukovat různé interpretace události a zdůraznit preferovanou verzi, která je zpravidla v souladu se stávající dominantní ideologií. Připsáním významu dané události je zároveň vytvářen řád a stvrzován status quo. Na rozdíl od fikce či publicistiky, ve zpravodajství se pluralita otevřených konců vyskytuje zřídka. Případné alternativní významy ale nebývají odmítnuty explicitně, nýbrž jsou a priori redukovány tím, jak je celá zpráva vystavěna. Určité (potenciálně nesouhlasné) významy jsou odsunuty stranou již v okamžiku uvedení události v úvodu moderátorem. V jistém smyslu tak uzavření začíná už záramováním události a v průběhu příspěvku se završuje.⁵⁴⁴ Své fáze nemají pouze jednotlivé zprávy, ale celá relace. Nejenže jsou jednotlivé zprávy řazeny podle určité logiky do tematických celků rozdělených grafickými přechody, což celé relaci dodává určitou dynamiku a tempo, ale zpravidla se začíná nejdůležitější zprávou, následují zprávy z domácí politické scény, následně zprávy ze zahraničí, teprve potom témata sociální či kulturní, popřípadě zábavná a odlehčující událost v závěru relace. Střídají se nejen témata (v rámci jedné relace jen velmi výjimečně zaznějí dvě zprávy o podobné události) a moderátoři, kteří ve studiu jednotlivé zprávy uvádějí, ale i typy zpráv: obrazové, čtené, reportáže apod. Proto je při analýze důležité, i když se soustředíme jen na určitou zprávu nebo určité téma, zohlednit kontext, do něhož bylo sdělení zasazeno. O čem se mluvilo předtím a jaká zpráva následovala. Není výjimkou, když lze v rámci celé relace vysledovat obecnější strukturu a pomyslnou linku spojující jednotlivé události vybrané ten den

542 Termín „aberantní dekodování“ Umberta Eca (2004b) odkazuje ke spektru možností, jimiž může příjemce text zvyznamňovat. „Otevřené texty“ jsou různým alternativám čtení přístupnější než „texty uzavřené“.

543 Přitom nemusí dojít k ukončení příběhu z hlediska narativního; jde primárně o jeho uzavření diskurzivní.

544 Některé studie zpravodajství, respektive jejich autoři, se ohrazují proti tomu, aby bylo považováno za uzavřené. Naopak zdůrazňují jeho potřebu neustálé neukončenosti, která nechává možnost, kdykoli se k události vrátit, doplnit ji nebo na ni navázat. Televizní zpravodajství události spíše neustále aktualizuje a vykazuje tendenci k expanzi, popřípadě cykličnosti než linearitě. Tím přejímá charakter televizní fikce, která potřebuje udržet pozornost příjemce dlouhodobě a opakovaně a k tomu si pomáhá neuzavřenými narativy s otevřenými konci (např. typ stříhu označovaný jako cliffhanger, který ukončuje díl seriálu v nejnapínavějším okamžiku vzniku nové zápletky). Struktura televizního narativu, především určitého typu sérií, v níž se setkáváme se stejnými hlavními hrdiny, jež řeší v jednotlivých dílech odlišné případy, je proto cyklická a každá jeho epizoda často končí tam, kde začínala. Hartley (2001) tvrdí, že do značné míry lze stejným způsobem nahlížet i na zpravodajskou relaci. Srov. Ellis (1982).

k uveřejnění. Proto lze o televizním zpravodajství uvažovat také jako o nekončícím narativu o střetech dobra a zla.⁵⁴⁵

Abychom mohli analyzovat text, musíme znát příslušné kódy, podle nichž byl vystaven (např. filmovou řeč,⁵⁴⁶ pokud chceme zkoumat hraný nebo animovaný film). Autor užívá zavedených postupů známých i publiku, pomocí kterých vytváří význam sdělení. K dispozici má prostředky **technické** a **symbolické**. Mnohost jejich kombinací dává tvůrci široký výběr možností, jak svůj záměr zakódovat, a příjemcům, včetně výzkumníka, jak jej rozkódovat. Vybíráme jen některé z nástrojů, jež mají tvůrci k dispozici.⁵⁴⁷ Pro rozlišení některých z nich je však potřeba mít cvičené oko a praktickou znalost se záznamovou technikou. Základními kategoriemi, jejichž použití může výzkumník posuzovat na rovině technických kódů, jsou:

- ▶ **Kompozice záběru** – zohledňuje uspořádání objektů v záběru. Je záběr pořizován z pohledu klíčového objektu, nebo jej naopak zobrazuje?
- ▶ **Záběr kamery** – vzdálenost objektu od fotografa/kameramana nebo použití speciálního objektivu umožňuje zobrazení objektu v určitém rozsahu. Standardním záběrem je **polocelek** (*medium shot*) zachycující polovinu lidské postavy na pozadí, jež je zde druhotné. **Detail** (*close-up*) znamená v případě člověka zobrazení pouze nějaké části těla (hlavy, ruky); takovým záběrem autor přitahuje pozornost diváka a zvyšuje význam této části. Čím detailnější záběr, tím větší důraz klade na daný prvek. Pomocí detailních záběrů nebo záběrů vedených z pohledu určité postavy tvůrce usiluje o vytvoření empatie mezi divákem a postavou. Zobrazení rysů tváře (napětí, úsměv) se využívá ke komunikování pocitů. Naopak **celek** (*long shot*) slouží k zasazení postavy do určitého okolí a pomáhá vytvořit prostředí celého sdělení. Podrobnější dělení rozlišuje ještě polodetail a tzv. americký plán.
- ▶ **Úhel záběru** – zohledňuje, zda je objekt snímán ze standardní pozice ve výšce očí (ve zpravodajství kamerou umístěnou na rameni kameramana). Vzhledem k této pozici odlišujeme podhled a nadhled. Při **podhledu** (*low angle*) je kamera pod úrovní očí, obrácená směrem vzhůru, což vytváří dojem velikosti, vážnosti postavy nebo její moci. Objekt snímáný z **nadhledu** (*high angle*) působí naopak menší, méně významný, podřadný, případně zranitelný. Další možností jsou zá-

545 Srov. Hartley (2001).

546 Příkladem může být střídání záběru mluvčích při rozhovoru. Tímto způsobem je např. vystaven vnitřní rozhovor Gluma a Sméagola ve druhém a třetím dílu filmového zpracování *Pána prstenů*.

547 Podrobněji např. Monaco (2006), Hansen a kol. (1998), Selby a Cowdery (1995).

běry šikmé nebo nakloněné, v závislosti na míře pohybu kamery záběry dynamické a statické nebo záběry využívající zrychleného či zpomaleného pohybu. Úhel záběru, respektive postavení kamery či fotoaparátu v okamžiku snímání, jsou důležité pro čtení sdělení, neboť se stávají úhlem pohledu čtenáře, ze kterého se dívá a interpretuje.

- ▶ **Použitý objektiv** – ovlivňuje výsledné zobrazení objektu a jeho proměny. Pomocí objektivu autor koncipuje výřez záběru. Klíčovou vlastností objektivu je **ohnisková vzdálenost**, tedy jak široký úhel je schopen zachytit. Úhel záběru základního objektivu s ohniskovou vzdáleností 50 mm odpovídá vnímání lidského oka cca 45°. ⁵⁴⁸ Současné kamery využívají objektivy s proměnlivým ohniskem (zoom), které kameramanovi umožňují v jednom záběru přejít od celku až k detailu. Objektivy s dlouhou ohniskovou vzdáleností zobrazují nejen malý výsek scenerie, ale mají i výrazně menší **hloubku ostrosti**, to je oblast v určité vzdálenosti, v níž jsou objekty zobrazené jako ostré. Filmové záběry jsou zpravidla ostré ve středu a směrem k okraji jejich ostrost klesá. Zaostření na určitý bod k němu směřuje pozornost čtenáře (hlavní znaky jsou většinou ostré), v opačném případě je na příjemi, aby si v celém záběru sám zvolil body, na něž se zaměří. Pomocí přeostrění objektů stejného záběru tvůrce směřuje pozornost čtenáře. Zaostření tedy lze využít jako znak nesoucí význam. Výzkumník může posuzovat, které objekty jsou zobrazeny jako ostré a zda jsou v popředí či v pozadí, zda je nějaká část snímku rozostřená a proč, zda je před nebo za zobrazovaným objektem apod.
- ▶ **Délka záběru a střih** – vytváří **rytmus sdělení**. Čím větší význam je znaku přisuzován, tím déle nebo častěji bude zobrazen. Dlouhé záběry (pět sekund a více), především na detaily, zvyšují dramatickост nebo intimitu sdělení, ale také mohou být nudné. Čím více střihu a kratší záběry, tím má sdělení větší dynamiku. To je charakteristické pro hudební videoklipy nebo akční scény. Jak klesá délka záběrů a zvyšuje se rychlost střihu, zvyšuje se napětí a spád děje. Filmaři rozlišují řadu střihů a přechodů mezi jednotlivými záběry, například tzv. stmívačka, prostřih nebo prolínání záběrů apod. Význam jednoho záběru je vytvářen v širším kontextu a určován i tím, co mu předcházelo a jaký záběr bude následovat. Identifikace použití střihu může být podstatná při analýze zpravodajství nebo publicistiky, kupříkladu když není zobrazena celá výpověď mluvčího, ale jen její část. Je z použitého střihu zřejmé, že bylo něco vynecháno?

548 Podrobněji viz např. Monaco (2006).

- ▶ **Využití světla** – je nástrojem, jak k označujícímu přiřazovat konotace. Jedna a ta samá scéna působí odlišně, je-li snímána za měkkého přirozeného světla, nebo za umělého osvětlení. Výrazný rozdíl je v tom, zda je použito světlo ranní či podvečerní, nebo naopak kolmé polední sluneční paprsky.⁵⁴⁹ Odlišné světlo poskytuje žárovka a jiné zářivky, proto se snímací přístroje před samotným záznamem kalibrují na bílou. Úroveň osvětlení určuje míru kontrastu přechodu mezi osvětlenou částí a stínem a množství viditelných detailů. Je osvětlena celá scéna, nebo jen její část? Jakým směrem, k jakým znakům vede světlo v záběru pohled diváka? Jaké konotace má černobílý snímek oproti barevnému?

Mezi **symbolické** nástroje řadíme:

- ▶ **Barvy** – a to jak užití jen černobílého zobrazení, tak použití filtrů, které některou část barevného spektra redukují, nebo naopak zdůrazňují. Například užití tzv. sépiové úpravy fotografií (pracují s různými stupni hnědé) se používá pro vytvoření dojmu starých, zažloutlých fotografií. Pro zobrazení některých objektů je hnědobílé spektrum vhodnější, neboť je měkčí než černobílé. Digitální programy dnes poskytují širokou škálu možností, jak snímky kolorovat. Různé barvy spektra vzbuzují odlišné pocity, s tím nejčastěji pracuje právě reklamní odvětví. Kupříkladu vnímání vzájemného vztahu zobrazených osob ovlivní, zda jsou na pozadí barev teplých (žlutá, oranžová, zlatá, červená), nebo studených (fialová, modrá, tmavě zelená).⁵⁵⁰
- ▶ **Rekvizity** – naznačují čas a místo, k němuž se text vztahuje. Například kostýmy a různé objekty, které slouží jako vedlejší znaky, ale mohou mít i symbolickou hodnotu pro identifikaci klíčových postav nebo specifikaci jejich charakteru.⁵⁵¹
- ▶ **Scénu** – pro každý příběh je klíčové, v jakém prostředí se odehrává, a určité typy příběhů se odehrávají v určitém prostředí (jisté scény konotují jisté emoce: úzká tmavá ulička indikuje potenciální nebezpečí, případně strach; západ slunce na pobřeží naopak spíše pohodu, případně erotiku). Lokace a kulisy dokreslují prostředí, stejně jako rekvizity. Poskytují řadu vedlejších znaků pro dekodování sdělovaného příběhu.

549 V přímém světle jsou například natáčeny noční scény, které jsou v postprodukci uměle zatmaveny.

550 Podrobněji viz např. Vysekalová, Komárková (2002).

551 Za specifický typ rekvizity můžeme považovat obsazení určitého herce nebo celebrity, s níž jsou spojovány jisté hodnoty (např. Clint Eastwood jako ikona westernu). Další vedlejší znaky poskytuje samotné herectví, mimika, gestika a posturika postav.

- **Zvuk** – a to jak ty zvuky, které vychází z objektů zobrazených v záběru, tak zvuky doplňkové, dotvářející prostředí (zvuk projíždějícího vozu, výstřely) nebo doplněné dodatečně (např. hudba). Zvukové efekty mají dotvářet dojem realističnosti nebo autentičnosti záznamu (v rozhlasové reportáži zvuky události na pozadí: vítr, křik dětí, bubláni vody apod.). Určité zvuky jsou typické pro určité žánry a jsou používány záměrně pro dotvoření atmosféry a vyvolání pocitů (např. v hororových filmech). V tomto smyslu je zvukem i ticho, které také může nést význam. Klíčovým znakem je reprodukováná hudba, například ve filmech se často užívá spojení určitého tématu nebo postavy s jistým hudebním prvkem či melodií, jež se vždy objevují/zaznívají současně. Použitím určitého typu hudby nebo specifického nástroje lze nejen dokreslovat prostředí, ale především vyvolávat vzpomínky a vzbuzovat emoce. Kupříkladu vzestupná melodie vzbuzuje napětí, sestupná spíše smutek, durová odpovídá radostným pocitům, molová spíše neštěstí, staccato navozuje strach a zvuk varhan evokuje náboženskou víru apod.⁵⁵² Nástrojem vytváření významu jsou i dialogy, a to jak interpersonální, tak intrapersonální. O charakteru zobrazené postavy vypovídá to, jak mluví, jakou má barvu hlasu, dikci, jak rychle nebo hlasitě mluví, zda se zadržává, i to, jakou používá slovní zásobu nebo jak přesnou má výslovnost apod.

Uvedené postupy sice vycházejí primárně z řeči filmové fikce, ale řada z nich je využívána v dokumentaristice, publicistice i ve zpravodajství. Přitom platí, že jednotlivé použité znaky nenesou smysl samy o sobě, ale ve vzájemné kombinaci celého textu. Zatímco použité znaky se v jednotlivých částech textu liší, konvence (kódy), podle kterých jsou organizovány, platí pro celý text.

Výzkumník analyzuje: podle jakých kódů jsou organizovány znaky ve zkoumaném textu, jde o kód poezie, zpravodajství,⁵⁵³ filmu, reklamy nebo například odborného textu? Jsou použity kódy obecně známé širší

552 Rychlá a hlasitá hudba je spojována s energií a dynamikou a může vyvolávat radost, naopak pomalá evokuje důstojnost, klid či nostalgii, popřípadě smutek. Vyšší tóny působí živěji než nízké, které jsou spíše smutné či vzbuzují sílu či vážnost. Podrobněji viz Franěk (2006).

553 Jedním z kódů zpravodajství je postup při výběru událostí, které budou pokryty a uveřejněny. Podrobněji to specifikuje např. teorie zpravodajských hodnot, která zobecňuje představy editorů o tom, co je podstatné a co bude publikum zajímat, a stanoví kritéria pro třídění událostí vzhledem k tomu, nakolik jsou sděleníhodné (viz kapitola 8.1). Jiným kódem je grafická forma prezentace sdělení, například v televizním zpravodajství uvádí zpravodajskou relaci upravený/í moderátor/ři ve formálním oblečení, mluví spisovným jazykem (např. v BBC, nikoli v českých televizích), sedí u stolu, dívají se a mluví přímo do kamery. K dalším univerzálně používaným kódům patří chronologická rekonstrukce událostí.

skupině příjemců (např. kód westernového filmu), nebo naopak kód s krátkým dosahem (kupř. kód forenzní zprávy⁵⁵⁴)? Budou příjemcům použité kódy srozumitelné? Pro koho je sdělení určeno? Oslovuje text své čtenáře, obrací se na ně přímo?

Pracuje text s psaným sdělením nebo s obrazem či s kombinací různých typů textů? Pro texty, jež obsahují více než jeden sémiotický znakový systém, používáme označení **komplexní komunikát**. Naopak text založený na jednom kódu je **simplexní**. Ačkoli jeden z nich textu zpravidla dominuje, nesené významy jednotlivých použitých kódů se v komplexním komunikátu zpravidla vzájemně doplňují, a tak vytvářejí celek. V jakém vztahu jsou jednotlivé použité kódy, podporují se navzájem (jde o simultánní označování), nebo se naopak rozcházejí? Za **simultánní označování** považujeme sdělování, které používá kombinaci různých typů znaků/kódů. Tak zvyšuje redundanci⁵⁵⁵ sdělení, neboť redukuje polysémičnost znaků a omezuje jeho alternativní čtení. Použití více znaků ke sdělování toho samého již nepřináší další informaci ani nedoplňuje podrobnosti, ale může přispívat k větší srozumitelnosti textu. Standardně je používáno ve zpravodajství, jak v tištěném, tak audiovizuálním. Simultánní označování sděluje to samé více znaky zároveň, v novinách například fotografií, jejím popiskem a samotným článkem. Také televizní zpravodajství kombinuje komentář a obraz; součástí obrazu jsou často ještě další nominace, které událost rámuje, čímž omezují významy, jež jí mohou být připsány. Různé znaky jsou zpravidla užity tak, aby vzájemně podporovaly nesené významy, uzavíraly alternativní významy a směřovaly příjemce k preferovanému čtení. Simultánní označování je využíváno k předcházení nebo redukci případného komunikačního šumu, ale zároveň je potenciálním nástrojem manipulace.

V televizním zpravodajství ale není výjimkou zcela obrácená situace, kdy obrazové znaky komunikují jiné významy než znaky komentáře. Příčina spočívá v tom, že psaná a obrazová sdělení se řídí odlišnými kódy. Navíc tým novinářů zpravidla není přítomen události, o níž má referovat, ale dostává se na místo dění až s časovým odstupem. Musí

554 Příkladem mohou být seriály/filmy z profesního prostředí, které využívají pro zvýšení autentičnosti kódy specifické pro dané prostředí (kriminální vyšetřování, lékařská diagnóza), přístupné jen skupině zasvěcených.

555 Redundance je výsledkem vysoké předpověditelnosti sdělení, tedy nízké entropie (nejistoty/neuspořádanosti systému). Pojmy vycházejí z tzv. matematické teorie informace formulované Claudem Elwoodem Shannonem, jenž se inspiroval ve fyzice v termodynamice. Obtížně předpověditelné sdělení nese vysoké množství informace, je entropické. Naopak snadno předpověditelné sdělení přináší jen málo nového, je redundantní. Podrobněji viz např. DeFleur, Ballová-Rokeachová (1996).

proto využít záběry, které sice s tématem souvisejí, kupříkladu s místem konání, ale nejsou záznamem události. Obrazová složka televizního zpravodajství často poskytuje pouze ilustrační záběry, které se k události vztahují jen velmi volně,⁵⁵⁶ respektive jejich významová pluralita je omezována a propojována s událostí komentářem. Proto je potřeba analyzovat text jako celek a uvažovat o významu jednotlivých znaků ve vztahu k ostatním, které jsou jeho součástí. Naopak u typu zpravodajství rámovaného rubrikou *Bez komentáře* k tomuto uzavírání významů tak jednoduše nedochází.⁵⁵⁷

V každém sdělení bývá určitý kód dominantní. Ve zpravodajství je obrazový kód považován za sekundární, neboť je zvýznamňován na základě mluvené, případně psané složky textu.⁵⁵⁸ Někteří autoři⁵⁵⁹ tvrdí, že je v rozporu s logikou komplexního komunikátu, aby se v něm použité sémiotické kódy při vytváření významu vzájemně střetávaly nebo si odporovaly. Domnívám se, že je to přesně naopak. V praxi se setkáváme hlavně s takovými případy. Jak podrobně na řadě příkladů z českého zpravodajství ukazuje Lapčík (2012, 2014), významy simultánně vysílaných znaků nemusejí být simultánní ani komplementární, právě naopak. „... vztah mezi různými, byť simultánně využitými kanály je funkcí kulturní konvence...“ (Lapčík 2012: 68) a divák je pravděpodobně vnímá a interpretuje asynchronně. Je potřeba zdůraznit, že zde neřešíme otázku, jak sdělení dekoduje příjemce. V jeho případě můžeme uvažovat o tom, že předpokládá vzájemnou souvislost použitých kódů. Je ale možné, že některý z kódů upřednostní⁵⁶⁰ a dekoduje sdělení s důrazem kladeným na významy nesené touto částí textu, což by naznačovalo potencialitu alternativních či opozičních čtení. Analýza textu výzkumníkem se ale od dekodování řadovým příjemcem významně odlišuje. Výzkumník

556 Příkladem jsou záběry z úřadů práce ve zprávách o nezaměstnanosti. Rutinně používané ilustrační záběry mohou přispívat k vytváření a stvrzování stereotypů.

557 Jak upozorňuje Foret (2008), obrazové záznamy bez jakéhokoli ukotvení jsou sice transparentní, ale zároveň natolik polysémické, že jsou pro většinu příjemců jen obtížně z významitelné. Pro jejich dekodování potřebujeme alespoň údaj o tom, co se stalo, kde, případně kdy a kdo byli aktéři události, to už ale přestává být bez komentáře.

558 Podrobněji viz např. Lapčík (2012).

559 Srov. např. Šoltys (2004); je však třeba podotknout, že příčinou tohoto tvrzení je odlišné pojetí kódu u uvedeného autora.

560 Ačkoli někteří autoři tvrdí, že i při dekodování televizního sdělení je dominantním kódem přirozený jazyk, nikoli obraz, řada jiných zdůrazňuje rychlejší, instantní vnímání obrazu oproti psanému textu a proměnu charakteru vnímání v současné společnosti kladoucí stále větší důraz na vizuální sdělení (viz níže).

text prochází opakovaně, po částech, sleduje jeho strukturu, identifikuje jednotlivé použité znaky a jimi potenciálně nesené významy. Při této podrobné analýze může odhalit místa v textu, kde se významy znaků z různých paralelně použitých kódů rozcházejí.⁵⁶¹ Každý z použitých znaků může nést jiné konotace a spouštět odlišné mýty.⁵⁶²

Jak nebo proč byla tato kombinace znaků použita, z textu nelze odhalit. Výzkumník může pouze uvažovat, zda se tak stalo náhodně, víceméně bez vědomí tvůrce, který při své práci postupoval rutinně, nebo se objevila zcela záměrně. Právě s cílem narušit konzistenci celého sdělení, otevřít text alternativním významům nebo odkázat na jinou než dominantní interpretaci. Pokud připouštíme, že příjemci při dekódování textů využívají k jejich zvýznamnění různé kódy, a například podle Fiska (1989) je právě v tomto procesu skryt potenciál pro vyjádření odporu proti dominantnímu řádu, proč by se to samé nemohlo odehrávat při zakódování textů při jejich vytváření? To nás však odvádí od samotné analýzy sdělení. Pokud v komplexním komunikátu odhalíme paralelně použité kontradiktorní znaky, musíme jednak zdůvodnit, proč je interpretujeme jako rozporné, a dále se ptát, zda text prostřednictvím těchto znaků neotevívá nové významy, například další konotace či odkazy na určité kulturně sdílené stereotypy apod.

Další relevantní otázky například jsou: Jsou z textu zřejmé nějaké žánrové konvence nebo kódy specifické pro určité médium (např. komiks)? Jak či nakolik by autor musel text upravit, pokud by chtěl sdělení adaptovat na jiné médium? Existují kódy, které autor textu mohl použít, ale není tomu tak, kupříkladu mohla být využita hudba (moderní či klasická; reprodukováná jakými nástroji; v jaké tónině; jak hlasitá)?

561 Příkladem může být zpráva z analýzy hlavních televizních zpravodajských relací z roku 2000 (Sedláková 2007). Česká televize odvysílala 7. dubna v relaci *Události* zprávu o zavedení víz Kanadou pro občany České republiky. Ačkoli komentář reportéra uvádí: „*Rozhodnutí není podle zástupců české diplomacie v žádném případě spojeno s romskou problematikou,*“ v obrazové složce zprávy je současně záznam z letiště zachycující muže s romskými rysy.

562 Ve vztahu k mediální reprezentaci etnických a národnostních menšin nazývá Blažek takový styl informování měkký rasismus. Polysémie znaků audiovizuálních médií umožňuje, aby prezentované sdělení bylo významově rozpolcené a na neverbální rovině komunikovalo odlišné významy. „V komentáři není jediné rasistické slůvko, zato vyznění je jednoznačné,“ píše Blažek (1998: 270), protože obraz odkazuje ke kulturním stereotypům. Tento dvojnásobný způsob prezentace užívající jen náznaků alternativních významů podle Blažka příjemcům sdělení vyhovuje, protože se na ně obrací jako na spoluhráče, kteří zamýšlený význam umějí rozklíčovat.

Analýza druhého stupně označování

Jednotlivé mediální texty kombinují různé typy znaků (především jazykové a obrazové) tak, aby spouštěly řadu konotací, což vede k multiplikaci jejich významu. Snahou tvůrce je vytvořit multiakcentuální konotaci, která vypadá jako uniakcentuální denotace,⁵⁶³ tvrdí Hartley (2001). Využívají přitom toho, že konotace pracují s očekáváním čtenářů. Určité konotace jsou více preferované a význam, který nesou, bude vyvolán s větší pravděpodobností než jiný.⁵⁶⁴ Analýza druhého stupně označování začíná odhalením konotací jednotlivých znaků. Konotace je často vytvářena pomocí úpravy formální podoby označujícího, je tedy součástí kompozice textu (vzniká volbou umístění kamery při natáčení, použitím barevných filtrů, umístěním objektu v prostoru nebo až závěrečnou editací v rámci média / časopisecké stránky apod.). Jaké asociace a hodnoty jsou do sdělení vloženy skrze jeho formu?

Dalším posuzovaným prvkem jsou obrazná pojmenování. Rétorické figury – **metafora**, **metonymie** a **synekdocha** – pomáhají vysvětlit postupy, jimiž sdělení uskutečňují svou referenční funkci. Pracují na druhé rovině označování, na rovině konotace, neboť jsou způsobem zmnožení označovaných spojených s označujícím. Zatímco metafora a metonymie staví na analogii s jiným subjektem, synekdocha využívá asociaci mezi celkem a jeho částmi.⁵⁶⁵ **Metafora** nahrazuje slovo výrazem z jiné roviny reality (nebo jiného diskurzu) a staví přitom především na podobnosti vzhledu, funkce či vlastností. Metafora pracuje paradigmaticky a z paradigmatické roviny vybírá to označení, které je odlišné, ale jen do té míry, aby čtenář dokázal odhalit zamýšlený význam. Metafora pracují hlavně s obrazotvorností a vyžadují od čtenáře, aby hledal podobnost mezi odlišnými plány reality.⁵⁶⁶ Dovolují vyjádřit neznámé pomocí známého.

563 Naopak Barthes (1991) upozorňuje, že denotace jsou naturalizované konotace.

564 Například reklama často narušuje vztah mezi označujícím a označovaným a využívá toho, co český strukturalista Jan Mukařovský nebo Charles W. Morris považují za umělecký znak. Reklamní texty využívají mnohoznačnost znaků a jejich konotace, které zvyšují celkovou otevřenost textu.

565 Slovní spojení jako: „čas letí“ nebo „krajkový namrzlých větví“ i pojmenování „Procházka na mostě“ jsou metafora; „vypil tři sklenice“, „nejvíce zlatých si odvezla Kanada“ či zvolání „Houstone, máme problém“ jsou metonymie; „bolí mě celý člověk“, „žít pod jednou střechou“ jsou synekdochy. Podrobněji viz např. Valček (2006).

566 Proto jsou častější v uměleckých a publicistických textech. Mohou fungovat také jako expresivní synonyma (palice, makovice, řepa jako označení pro hlavu). V roce 2010 využila firma prodávající diamantové prsteny v billboardové reklamě dívku ukazující vztyčený prsteníček levé ruky sevřený v pěst. Metafora konotující hrubé gesto zde slouží jako upozornění snoubenci, aby s koupí prstenu neotálel. Stádo koní a skupina kovbojů v krajině typického amerického středozápadu je v reklamním kódu ustálenou metaforou pro značku cigaret Marlboro.

Metafora není jen literární ozdobou, její hlavní funkcí je uspořádat naši každodenní zkušenost.⁵⁶⁷ To ukazují metafory založené na prostorové diferenciaci „nahore“ a „dole“ (vyšší třída, nízká kultura apod.). K zvýznamnění sociálního jevu je zde využita fyzikální odlišnost. Analogie mezi stratifikací společnosti a příčkami pomyslného společenského žebříčku ale není neutrální. (Nejen) v západní kultuře jsou prostoru nahore připisovány kladné hodnoty, zatímco dole je spojováno se zápornými.⁵⁶⁸ Žádné z těchto spojení není přirozené; naopak zvýznamňuje sociální jevy pomocí metafory, jež odráží dominantní hodnoty dané kultury. A v tom je jejich záluždnost, neboť tento druh metafor nezdůrazňuje svoji metaforičnost a nenutí své příjemce k vědomému rozkódování. Sociální metafory jsou zpravidla brány jako dané a stávají se součástí příručního vědění zdravého rozumu. Ačkoli se jeví jako přirozené, jejich povaha je ideologická, slouží dominantní třídě a přispívají k udržování stávajícího statu quo.

Metonymie fungují na jiném principu, jsou syntagmatické. Metonymie vzniká přenesením pojmenování na skutečnost, která je s původní spjata nějakou prostorovou, časovou, příčinnou nebo jinou věcnou souvislostí. „Na rozdíl od metafory si metonymie v podstatě vždy uchovává primární význam přenášeného pojmenování, pouze ho zasouvá do pozadí,“ uvádí *Příruční mluvnice češtiny* (Karlík, Nekula, Rusínová 1995, 64). Jejím specifickým případem je **synekdocha**, ve které je celek zastoupen pouze svou částí. Metonymie a synekdocha pracují indexikálně; jsou součástí toho, k čemu odkazují. Ale přesto, že prezentují jen část, pracujeme s nimi, jako by to byl celek, a usuzujeme i na neznámý kus. Přehlízíme, že mohla být vybrána libovolná část celku, jež pro zbytek nemusí být příliš vypovídající. Metonymie působí jako přirozený index, a tak získává status reálného a nezpochybňovaného. Ačkoli si běžně uvědomujeme, že kouř ještě není oheň, při sledování televizního záznamu je složitější udržet na paměti, že obraz události není samotná událost a záběr na část demonstrantů v kuklách nevypovídá o celé demonstraci. Síla rétorických figur je právě ve schopnosti zakrývat arbitrárnost a sémiotická analýza přispívá k odkrývání takových postupů. Základní otázka výzkumníka proto zní: Jaké rétorické tropy byly použity a jak omezují nebo jakým směrem posunují významy textu?

567 Například když o čase mluvíme jako o penězích, což může souviset s protestantskou etikou a imperativem: čas, který není naplněn prací, je ztracen. Srov. Weber (1998d).

568 Proto kanceláře nejprestižnějších firem najdete až v nejvyšších patrech; bohové sídlí na nebi nebo v horách a peklo je pod zemí.

Podle Fiskeho a Hartleye (1978) je každé zpravodajství metonymií,⁵⁶⁹ neboť z každé události prezentuje vždy jen (libovolně) vybrané části. Jednotlivé zprávy se maskují jako indexy a snaží se nasimulovat svůj přirozený vztah k realitě. Stejným způsobem metonymie zakrývá libovolnost výběru použitých znaků a vede příjemce k tomu, aby si vybavil celek, jehož je částí. Stejným způsobem pracují mýty. Stačí jeden znak, který aktivuje zbývající z celého řetězce konceptů, jež jsou součástí mýtu. Jiné záběry (znaky) stejné události by pravděpodobně vyvolaly jiné mýty a vytvářely jiný obraz reality. Metonymie, mýty a indexy fungují stejným způsobem, neboť jejich znaky i referenty vychází ze stejného plánu reality a vzájemně spolu souvisejí. Nepracují pomocí přemístění významu z jedné roviny reality do jiné, jejich užívání není dáno ani konvenčně jako v případě metafor nebo symbolů. Metonymie, mýty a indexy pracují syntagmaticky. Necháávají na čtenáři, aby zbývající část syntagmatu dotvořil na základě informace o části dané znakem (Fiske 2000). Dochází zde ke generalizaci, jež je také dominantním principem fungování stereotypů.

Dalším bodem analýzy druhého stupně označování je **intertextualita**. Intertextualita zvýznamňuje daný text vzhledem k jiným textům, případně identifikuje přítomnost jiného textu v analyzovaném (intertextualita je např. podstatou parodie). Do jisté míry je každý text intertextuální.⁵⁷⁰ K posouzení intertextuality je potřeba vyjít za samotný text a zohlednit jeho širší dosah v rámci použitého znakového kódu, širšího diskurzu a kultury. V analýze jde o to, odhalit, na jaké jiné texty odkazuje, jak s těmito odkazy pracuje, zda tato intertextovost ovlivňuje význam zkoumaného textu a jak. V tomto směru je analýza intertextuality předstupněm analýzy diskurzu, které se věnuje další kapitola. Odhalení intertextuality předpokládá obeznámenost s obsahem jiných textů dané kultury. Pokud autor použije například citaci: „Tady je to všechno černé na bílém, samej debil nebo blbeček. Jenom támhle vzadu je výjimka, tam sedí dva blbečkové vedle sebe,“ nebo: „Kdo způsobil, že sám náčelník vydával tak zvrácené rozkazy?“, ale čtenář intertextuální odkaz na Cimrmanovy hry⁵⁷¹ nerozezná, text pro

569 V anglofonní tradici se někdy setkáte s tím, že synekdochy nejsou vymezovány samostatně a vztah části a celku je zahrnován pod metonymii.

570 Podle Barthes (1977) se literatura vyčerpala a jen opakuje sama sebe, takže již nelze vytvořit nový text. Autor proto ztrácí charakter tvůrce a degraduje na pouhého reorganizátora citátů, což Barthes vede k úvaze o smrti autora.

571 Citace z *Vyšetřování ztráty třídní knihy a Dobyetí severního pólu*. Nemluvě o fiktivním autorství těchto děl.

něj nabývá zcela odlišný význam.⁵⁷² Stejně tak mohou tyto významy zůstat skryty výzkumníkovi. Použití intertextuality zpravidla ovlivňuje pluralitu významů a možnosti alternativního čtení a zvyšuje sémantický potenciál textu.

Pokračovat můžeme na úrovni **analýzy paradigmatické roviny textu**. Zde si můžeme klást otázky typu: Do jakého paradigmatu patří text jako celek? Mohl by být použit v jiném médiu? Jak by změna média ovlivnila význam textu? Jak by se text musel změnit při převodu do kódu jiného média, mohl by pracovat se všemi znaky, které používá, nebo by musel nějaké upravit, vynechat nebo naopak doplnit? A do jaké skupiny paradigmat patří jednotlivé použité znaky? Jaké jiné mohly být ze stejného paradigmatu použity? Například pokud byl použit záběr z polocelku, mohl být použit i celek nebo detail? Jak by to změnilo význam sdělení?

Vhodným pomocným nástrojem analýzy paradigmatické struktury textu je **komutační test**⁵⁷³ (test záměny), který pomáhá odhalit roli znaků ve sdělení. Postupujeme tak, že pomyslně zkoušíme jednotlivé znaky nahradit jinými a všímáme si, jak by se změnil význam celého textu.⁵⁷⁴ To pomáhá odhalit význam, který znak nese v daném textu. Pro sdělení podstatné znaky vyměněny být nemohou, protože by tak došlo ke změně významu⁵⁷⁵ (i když jen v rovině konotace, srovnej: skonal × posel)⁵⁷⁶. Pokud byl aktér události ve zprávě označen jako „žadatel o azyl“, nikoli jako „imigrant“ nebo „utečenec“, k jakému diskurzu volba odkazuje a k jakým hodnotám? Jaké významy tato volba odmítá, uzavírá a jaké naopak nechává ve hře? Pokud bylo použito označení „ekologové“ a „ohrožený druh savce“, je pravděpodobnější použití znaku „zachránili“ než „zničili“ a naopak, pokud bylo použito „zničili“, aktéři nejspíše nebudou označeni jako „ekologové“. V některých případech takovou záměnu využije samotný tvůrce textu, když v zájmu zdůraznění vlastního preferovaného významu použije záběr z jiné časové roviny nebo lokace (především ve zpravodaj-

572 Představte si je např. jako součást politického komentáře.

573 Podrobněji viz např. Hjelmslev (1972).

574 Pro příklad viz Lapčík (2012).

575 Například když známý reklamní slogan upravíte na *Absolut Alcoholic*. Z pohledu čtenářovy práce s textem bychom tyto postupy mohli označit za hravé (*ludic*) čtení, jak je popsali v analýze recepce Dallasu Katz s Liebesovou (1993).

576 Jak ovlivní vnímání postavy příběhu, když bude označena jako Honza, Ivan, Richard III., James? Budou se lišit významy, jež čtenář bude očekávat od dívky označené jako Barbie, Bond girl, ošklivka, Kočanská, bohyně, puťka, čarodějnice?

ství), pak mluvíme o sémiotické krádeži. Tím se již posouváme na rovinu analýzy syntagmatické, zůstaňme však ještě na rovině paradigmatické.

Badatel si opět může klást řadu otázek, například: Napadají jej označení, která mohla být využita, ale text s nimi nepracuje? Dá se říci, že v textu chybějí? Proč? Je to tím, že tak blokují určité významy, uzavírají aberantní čtení?⁵⁷⁷ Využívá text označující, jež tvoří logické kontrastní dvojice, tzv. **binární opozice**? Koncept binárních opozic, jak je označil zakladatel strukturní antropologie Claud Lévi-Strauss, vychází z představy lidského myšlení strukturovaného v protikladech,⁵⁷⁸ jejichž prostřednictvím je vytvářen smysl a vyjadřováno uspořádání světa. Jeho jednotlivé entity jsou v rámci určité kultury vnímány jako náležející vždy do jedné ze dvou vzájemně propojených, avšak protikladných kategorií. Vařené získává význam v opozici k syrovému, studené k teplému a jedlé k nejedlému. Jak binární opozice strukturují naši každodennost a její vnímání, jsem ukázala výše v souvislosti se sociálními metaforami a znovu se k tomu vrátím v kapitole 9.2 o analýze diskurzu. V principu lze prvky libovolné dvojice opozit na základě významu, jež je jim přisuzován v dominantní diskurzu dané kultury, přiřadit na stranu dobra či zla, přírody či kultury, naší skupiny nebo cizí. Při analýze sdělení vyhledáváme významy, jež jsou připisovány jednotlivým aktérům, a ti jsou podle nich umisťováni do řádu univerza. K čemu lze takovou klasifikaci využít? Představte si animovaný film, ve kterém vystupují pouze nehumanoidní postavičky. Jak určíme, k jakému genderu tyto postavičky náležejí?⁵⁷⁹ Budeme zohledňovat znaky, jež je vytvářejí, a následně je posuzovat z hlediska míry maskulinity či femininity, již vyjadřují. Ačkoli lidská identita je mnohvrstevnatým konstruktem, pokud tvůrce vytváří postavu, musí zvolit znaky, které budou pro příjemce rozpoznatelné a z jejich kombinace vyčte, o jakou postavu se jedná.

577 Viz výše.

578 Tato strukturace myšlení je podle Lévi-Strausse (1996) univerzální a společná všem lidem. Proto i příslušníci přírodních národů jsou na jejím základě schopni klasifikovat objekty a uvažovat o světě stejně komplexně jako příslušníci moderní společnosti. K odhalení logiky myšlení je však potřeba prohlédnout za jedinečnost a rozmanitost jevů a zaměřit se na hlouběji skryté struktury.

579 Zamysleli jste se někdy nad tím, proč o postavě kresleného krtečka uvažujeme jako o muži, zatímco o myšce jako o ženě? Je to pouze na základě gramatického rodu těchto podstatných jmen? Protože ani jedna z postav nemá vlastní jméno, např. v angličtině bychom o obou mluvili ve středním rodě.

Postavička A	X	Postavička B
projevuje city, pláče		projevuje smích, vztek, ale ne pláč
pečuje o druhé		soutěží s druhými
podřizuje se		vede, organizuje
barevně sladěné oblečení		nepříliš barevné všední oblečení
doplňky (kabelka)		bez ozdob a doplňků
při rozhodnutí váhá, radí se s druhými		rozhoduje se rychle a samostatně
příjemný hlas		hrubý hlas
je skromná		je sebevědomá

Analýza binárních opozic je vodítkem, které nás posouvá směrem k odhalení ideologické roviny textu. Není výjimkou, když znaky, s nimiž sdělení pracuje, jsou stereotypní. Jednotlivé znaky se navíc často vyskytují v ustálených kombinacích, vytvářejí řetězce významů a tak odkazují k mýtům v Barthesově pojetí. Také „ideální ženu“ nebo „typického muže“ lze označit za mýtus. Žádné ze znaků, které jednotlivé kultury považují za maskulinní a femininní a připisují je mužům a ženám, nejsou vrozené ani přirozené.⁵⁸⁰ Naopak jedná se o normativní konstrukty, které se v různých kulturách liší a jsou v nich dlouhodobě reprodukovány. Zpravidla proto, že vyhovují ve společnosti dominantní mocenské skupině, zdůvodňují stávající status quo a pomáhají k jeho udržování. Uvedené genderové stereotypy jsou projevem dominantní ideologie patriarchální společnosti, která favorizuje ty vlastnosti, které zároveň označuje jako mužské. Každá společnost, respektive vládnoucí skupina, kulturní charakter rozdělení těchto vlastností maskuje. Mocensky odkazuje k dvoupohlavnosti lidských těl jako přirozenému důkazu mužské a ženské odlišnosti, již využívá jako podklad pro zdůvodnění rozdílné socializace jedinců, životních drah a podmínek mužů a žen. Skrze znaky použité v textu pro vykreslení jednotlivých postav tak z jeho pozadí promlouvá dominantní hodnotový systém dané kultury.

580 Srov. např. Oakleyová (2000), Renzetti, Curran (2005), Dines, Humez eds. (2002).

Femininní	X	Maskulinní
příroda		kultura
emocionalita		racionalita
immanentní		transcendentní
expresivní vlastnosti		instrumentální vlastnosti ⁵⁸¹
ovládaný		ovládající
jing		jang
tradice		pokrok
chaos		řád

Stejně můžeme postupovat při analýze reprezentace určité osoby či skupiny (ale také instituce či organizace)⁵⁸² i v jiných žánrech. Podle toho, jaká označující jsou pro její zobrazení použita, takové významy jsou jí připisovány a podle toho ji lze umístit, zařadit v rámci univerza. Jaká označující text využívá a odkazuje jejich prostřednictvím k obecnějším mýtům? S jakými mýty text pracuje? Použitá označující odkazují k hlubinným strukturám v naší mysli, v jejichž rámci jsme se při socializaci naučili uvažovat o okolním světě a jeho členech. Odkazují k dominantní ideologii společnosti, ve které jsme vyrostli. Tím jsme se posunuli přes zbývající kategorii analýzy mýtu k analýze ideologického pozadí textu. Zde výklad přeruším příkladem sémiotické analýzy reklamního sdělení.

Příklad aplikace sémiotické analýzy na reklamní sdělení

Práci sdělení s konotacemi znaků lze ukázat na téměř libovolné reklamě na parfém. Naprostá většina těchto reklam využívá spojení značky s ženskou/mužskou postavou, která má ztělesňovat typ člověka, jež je atraktivní pro cílovou skupinu, a to buď ve smyslu sexuální přitažlivosti – reklamy na dámské parfémy určené mužům jako potenciálním zákazníkům (a naopak), nebo ve smyslu aspiračním, kdy je zobrazená osoba reprezentantem referenční skupiny, do níž chce zákazník patřit. Navíc se často jedná o osobu známou (celebritu), která se stává základním znakem textu. Znakem, jenž už nezastupuje primárně danou osobnost, ale využívá charakteristiky s ní asociované a připisuje je inzerovanému produktu. Dochází tak k vyprázdňení celebrity ve prospěch výrobku. Do jisté míry ani nezáleží na tom, jakou celebrity pro reklamu zvolíte. Na jednotlivé osobnosti lze nahlížet jako na prvky paradig-

581 Mezi expresivní vlastnosti patří emocionalita a projevování emocí, empatie, altruismus a pomoc druhým, pasivita. Naopak za instrumentální jsou označovány racionalita, aktivita, soutěživost, ctížádostivost, nezávislost, asertivita, sebevědomí, vůdcovství, agresivita.

582 Např. feministická autorka Sandra Hardingová (1986) mluví o genderovaných institucích a prostorech či symbolech. Viz např. Šmausová (2002).

matu, z něhož reklamní tvůrce vybere tu, která je aktuálně dostatečně populární, a navíc spojená s tématem, jež chce značka/výrobek komunikovat (např. skrze postavu, již ztvárnila v posledním filmu Audrey Tautou jako tvář Chanel no. 5 poté, co hrála Coco Chanel ve stejnojmenném filmu apod.).

Níže uvedená reklama na pánský parfém cílí na ty zákazníky, které si myslí, že osloví lákadlem dobrodružství. K tomu volí kombinaci tří hlavních a několika vedlejších znaků. Za ty základní považují: název parfému, herce Ewana McGregora, hornatou krajinu, přední kolo motocyklu a zelenou barvu. Žádný z uvedených znaků nereprezentuje dobrodružství jako takové,⁵⁸³ ale jejich vzájemná kombinace, syntagma, které vytvořily, je má evokovat. Základní snahou reklamního textu je spojit parfém jako označující s dobrodružstvím jako označovaným. To se odehrává na druhé rovině označování. Znaky hornaté krajiny, samotný herec i přední kolo motocyklu v tomto textu nefungují v rovině denotace, ale mají být čteny jako indexy konotující dobrodružství. Použitá kombinace znaků má potenciálního zákazníka/ci přesvědčit o tom, že ten, kdo inzerovaný výrobek používá, je/bude dobrodruh, stejně jako zobrazená tvář parfému.

Reklamní text přitom staví na intertextualitě, neboť předpokládá povědomí čtenáře o tom, že vybraný herec objel svět na motocyklu a společnosti BBC a National Geographic z této dobrodružné cesty odvyšlaly sedmidílný cestopisný dokument. Uvedená tištěná reklama byla součástí širší reklamní kampaně (z roku 2007), která měla i audiovizuální variantu, jež pracovala s analogickými znaky. Herec navíc zůstal tváří značky také v dalších letech a i tištěná reklama na další variantu parfému (Adventure Eau Fraiche) využívala stále tytéž znaky.

Je otázkou, zda do syntagmatu zapadá zvolená zelená barva, která je zde spojována s přírodní hornatou krajinou a současně kopíruje barvu očí postavy. Zelená je však zároveň považovaná za uklidňující (což s dobrodružstvím nejde zcela dohromady), ale i uvolňující a navozující pocit pohody, případně možnost být sám sebou (a nemuset se holit), čelit nástrahám hor a překonávat překážky. Tomuto čtení nahrává i relaxovaná pozice postavy sedící v neobvyklé nadmořské výšce. Zelená na semaforu je příkazem „Jed!“ a také značky směřující k únikovým východům bývají zelené. V uvedeném syntagmatu tak zelená může být i spouštěčem pohody a výzvou k útěku do přírody za dobrodružstvím. Protože paradoxně čím odtrženější od přírody, civilizovanější a bezpečnější je každodenní život příslušníků současné západní společnosti, tím více touží po nebezpečí, vzrušení a nevšedních zážitcích – dobrodružství.

Interpretovatelným znakem je i barva samotného parfému, neboť (tmavě) žlutá konotuje žárlivost,⁵⁸⁴ kterou v tomto případě můžeme přecíst jako závist. Závist ostatních nad životním stylem dobrodruha, toho, kdo parfém používá. Přestože uživatel parfému zůstává mužem

583 A k navození atmosféry dobrodružství bylo možné použít i jiné znaky, např. jízdu na divoké vodě, pozorování volně žijících zvířat apod.

584 Anglické *yellow* má nápadně blízko k *jealous* (ve francouzštině *jaloux*). V psychodiagnostice obliba žluté barvy signalizuje nevědomou touhu po změně, i ta by šla do naznačené interpretace zakomponovat. Mimochodem barva byla v dalších sériích parfému změněna na světle zelenou, která bývá spojována s každoročním obnovením přírody na jaře, jejím růstem a svěžestí.

v tradičním pojetí, jezdí na motocyklu a sám čelí drsným podmínkám velehor, zároveň nere-
 zignuje na současné módní trendy a požadavky západní společnosti 21. století. Jeho ležérní
 elegance je zde naznačena bílou šálou,⁵⁸⁵ která nepatří do paradigmatu oblečení vhodného pro
 pobyt v horách, přesto zde nepůsobí zcela nepatříčně, ale naopak umocňuje dojem pohody
 a schopnosti překonat překážky (vyjet na motocyklu až nahoru a neumazat se), zvládnout
 situaci a získat nad ní kontrolu. Být v pohodě.⁵⁸⁶ I když použitý snímek spíše než dlouhodobý
 pobyt navozuje dojem volného odpoledne, kdy si můžete vyrazit. Aneb dobrodružství se
 dá zažít i během odpolední vyjížďky, po které se znovu vrátíte do denního rytmu, a proto
 musíte mít vhodné oblečení. Ale budete relaxovaní a nabití energií z přírody, což posílí vaše
 sebevědomí, a tedy i výkonnost a úspěšnost v tom, čeho chcete dosáhnout. Protože když jste
 zvládli vyjet do hor, zvládnete i jiné úkoly. A správně zvolený parfém je tím, co vám během
 všedního dne tento zážitek připomene a znovu vám dá přivonět k dobrodružství.

Další znak, který můžeme interpretovat, je pohled herce přímo do kamery, což simuluje
 pohled z očí do očí. Jedná se o znak, který má oslovit potenciálního zákazníka, na kterého se
 text obrací, zároveň konotující upřímnost a fér hru. Tvář parfému (ani jeho budoucí uživatel)
 nemá potřebu uhýbat, neboť to, co vám nabízí, není padělek, ale ryzí dobrodružství. Jeho
 nepatrně zamračený výraz neoholené tváře nese význam drsného chlápka, ale také sympa-
 táka, kterého by zákaznice chtěly mít doma a zákazníci by chtěli žít jako on.



Obr. 13 Reklamní sdělení (viz barevná příloha)

585 Ale také hodinkami a prstenem.

586 V knize *Na motorce kolem světa*, kterou o této cestě napsali McGregor s Boormanem (2012) se dočtete: „Ježdění na motorkách není jenom o tom, že tam prostě napálíš nejvyšší rychlost. Je to taky o tom, že si dáváš načas, pomalu polykáš kilometry, křížuješ silnice, necháváš se unést kamkoliv tě cesta zavede, neděláš si starosti s tím, kam máš dojet a užíváš si jízdu.“ Právě na tuto rovinu „chlapské zábavy“ parfém odkazuje.

Pokud bychom text vystavili komutačnímu testu a některý z uvedených znaků změnili nebo místo něj použili jiný, významy, jež sdělení nese, se změní. Například pokud by tvář parfému byla jiná osoba, model či méně známý herec, řada uvedených intertextuálních odkazů by přestala fungovat. Podobně, když bychom vynechali kolo motorky a nahradili je například kapotou automobilu, konotace dobrodružství by byla pravděpodobně oslabena. A zcela jiné sdělení by reklama komunikovala, pokud bychom do záběru přidali i ženskou postavu.

Analyzovaná kompozice sdělení přímo vybízí k sémiotické sabotáži, při které vyměníme pozici loga a lahvičky s parfémem. Zatímco logo značky umístíme dole a flakon žluté barvy posuneme do horní části obrazu (na místo, kde bývá na obloze slunce). Jeho paprsky tak nejen projasní krajinu, ale budou vám navíc i světlem na vaší dobrodružné cestě dnem, když parfém použijete. ;-)

Zastavím se ještě u znaku, se kterým pracuje řada reklamních sdělení a jenž lze využít při propagaci řady zcela odlišných výrobků, od potravin přes kosmetiku, různé recyklovatelné nebo biologicky odbouratelné produkty, oblečení až po automobily. Vrcholy hor v pozadí snímku dotváří atmosféru dobrodružství a zároveň jsou jeho důkazem. Hory, které v minulosti nebyly snadno dosažitelné, navíc známé zrádným rychle se měnícím počasím, jsou zde prostředím vhodným pro moderního muže, jenž je schopen vypořádat se s drsnými podmínkami bez pomoci dalších, ale zároveň prostředím romanticky idylickým a vhodným k dobrodružství, které si můžete připomenout vždy, když přivoníte k parfému. Horské hřebeny v pozadí do sdělení vnášejí i znak tichého prostředí věčných velikánů, kteří jsou stejně uzavření a obtížně dostupní jako ti „praví“ maskulinní muži.

Ačkoli je celý text statický, právě obraz hor v pozadí a kolo zaparkované motorky do něj vnášejí dynamiku, neboť naznačují výzvu, ale i potenciální nebezpečí. Relaxovaná poloha postavy zároveň vypráví příběh o jejich úspěšném zdolání a neopakovatelném zážitku. Reklama tak zapadá do ideologické představy člověka, jenž přírodu ovládá pro svoji zábavu a potěšení. Parfém, který by při reálném pobytu v horách i při jízdě na motocyklu byl spíše zátěží navíc, je zde spojen s fluktuujícími označujícími, aby si přivlastnil jejich významy a stal se klíčovým znakem označujícím dobrodružství. Nástrojem, jehož používáním můžete zažívat dobrodružství i ve všedním životě.

Příroda zpravidla v reklamních textech není inzerovanou komoditou, ale pozadím, pomocným znakem doplňujícím text. Inzerované zboží s přírodou zpravidla nemá žádnou přímou souvislost. Znak přírody je v textech zneužíván jako pomocník, který propůjčuje výrobku své vlastnosti a pomáhá jej prodat. Přitom neprodává samotná příroda, ale kulturní významy, jež jsou s jednotlivými znaky přírody spojené. Záběry přírody mohou konotovat nepřeborné spektrum vlastností: ideál, pohodu, radost, zábavu, nebezpečí, ohrožení apod. K jejich vyjádření bychom však mohli použít i jiné znaky. Příroda je hlavní referenční kategorií kultury. Není to ale příroda sama, která je reklamou využívána, je to status přírodního a přirozeného (v angličtině pouze *natural*), význam extrahovaný z přírody. Přírodní je sociálně určený vý-

znam připsaný přírodě kulturou. Kultura je sama sebou označována jako umělá, vzhledem k tomu, co je vytvořeno přírodou (přírodní).⁵⁸⁷

To, co bylo považováno za přirozené, prošlo v různých historických obdobích řadou proměn.⁵⁸⁸ Zatímco dnes jsou s přírodním spojovány hlavně pozitivní asociace, v historii tomu tak vždy nebylo a naopak umělé nebylo vnímáno negativně.⁵⁸⁹ V podstatě romantizující pojetí přírody je výsledkem myšlení až v 18. století a romantismu. V jistém smyslu se tak stalo až poté, co se člověk z přírody do značné míry, díky vědě a technologiím, vydělil. Do té doby byla příroda vnímána spíše jako plná nebezpečí, chaotická a nepředvídatelná, přinášející záplavy, hlad, nemoci a smrt. Čím více se v každodenním životě přírodě vzdalujeme, tím větší hodnota je jí připisována. To, co dříve bylo relativně dostupné (voda), si dnes musíme kupovat. Příroda se tak stává zbožím, získává směnnou hodnotu a přestává být dostupnou všem.⁵⁹⁰

Jak v knize *Decoding advertisements* ukazuje analytička vizuální kultury Judith Williamson (1993), ztotožnění přírody s dobrým a žádoucím je projevem ideologie skryté v pozadí, jež do přírody vtiskuje morální hodnoty. *Přirozenost* je kulturní reprezentace přírody, nikoli příroda sama. Proto je to, co daná společnost považuje za dobré a sociálně akceptovatelné, označováno jako (přírodní) přirozené a naopak nepřijatelné a špatné jako nepřirozené. To, co je přírodní, a tedy přirozené, je prezentováno jako dokonalé, celistvé, krásné, samozřejmé, správné a nezpochybňované. Cokoli, s čím je spojena příroda, se stává žádoucím a žádaným a ospravedlňuje naši touhu jej vlastnit. Nikdo už dnes nechce být protipřírodní, a proto používáme prostředky, které nám to umožní. V reklamě je přirozené připsáno produktům, po nichž máme toužit a jež jsme nuceni kupovat, abychom získali jejich kvality. Paradoxně dokonalosti přírody dosahujeme pomocí vědy a technologií (např. když přírodu vylepšujeme nebo jí pomáháme pracovat umělým krémem proti vráskám). Reklamou nabízený produkt tak symbolizuje zároveň přírodu i ne-přírodu, ztělesňuje vnitřní napětí společnosti, která přírodu drancuje a pustoší, ale současně hledá způsoby, jak svoje jednání ukázat jako přírodní, a proto oprávněné.

Reklama nevytváří nové referenční systémy, ale ty stávající využívá tak, že vytřepe jejich význam a naplní jej jiným. Ačkoli je umístění většiny inzerovaných výrobků do přírody bizarní (např. automobil stojící na mechu uprostřed lesa; vodopád v koupelně nebo divoká africká zvířata v evropském městě), takový text kombinuje znaky ze vzájemně nesouvisejících paradigmat, už se nad tím nepozastavujeme, protože v pozadí předpokládáme smysl sdělení. K jeho dekódování je však potřeba aplikovat více kódů, neboť reklama přesouvá význam z části reality do jiné,

.....
587 Tato dualita se odráží v binární opozici neupravené přírodní krajiny a krajiny kulturní, uměle vytvořené zásahem člověka. Srov. např. Cetl, Hubík, Šmajš (1990).

588 Například různé kultury považují za přirozené velmi rozmanité varianty sexuálního chování, třeba co do počtu, pohlaví či věku osob, které je praktikují.

589 Například vynález nylonového vlákna na konci třicátých let byl považován za klíčový objev a řada umělých tkanin byla mnohem populárnější než přírodní vlákna.

590 Např. prof. Hana Librová (2003) považuje přístup ke neznečištěné přírodě za jeden z klíčových luxusních statků. Prof. Jan Keller již v polovině devadesátých let tvrdil: „Bohatí pijí Aquilu.“

aniž by uvažovala, jestli dané objekty mohou být vůbec spojeny (žirafa, z které můžete nadojit duhu). Vzniká tak kontrastní juxtapozice, kterou je potřeba dekodovat a odhalit skrytý význam.

Reklama se znakem přírody pracuje nejen na rovině prvního stupně označování, ale využívá i konotace, jež vyvolávají různé typy krajiny (přímořské pobřeží s palmami a bílým pískem, smrkový les s mechovým podrostem, kvetoucí podhorská louka se zasněženým vysokohorským hřebenem apod.), a mýtus přírody. Příroda, která je na prvním stupni označování označovaným, je na druhém stupni vyprázdněna a využita jako označující pro produkt. Základním cílem textu je vytvořit zdání přímého spojení mezi přírodou a inzerovaným výrobkem, jež mu dodává přirozenosti. Reklamy často vytvářejí nová slovní spojení jako „koncentrovaná příroda“, „patentováno přírodou“, „optiminerál“ apod., která jsou označujícími bez referentu. Jejich vztahování k označované přírodě má podpořit zdání pravdivosti, platnosti a samozřejmosti sdělovaných informací. Sugeruje nám tak například, že když sníme tento výrobek, přejde do nás čistota přírody, ze které přichází a v souladu s níž byl vyroben, apod. Přitom široká kategorie přírody je zpravidla redukována na určité typy krajiny (např. idylická krajina českého venkova) nebo přírodní objekty, které nezdá se ve svém zobrazení nabývají idealizovaný a stereotypní ráz. Digitální technologie dnes umožňují snadno přenést objekty z jednoho syntagmatu do jiného a vytvořit nová spojení. Navíc v audiovizuálním sdělení lze kombinovat různé formy záběrů z různých míst, úhlů pohledu a částí dne, jež jsou složeny do syntagmatu a na rovině druhého stupně vytvářejí formu pro mýtus. Právě použití mýtu usnadňuje čtení uměle vytvořených propojení významů z různých rovin reality. Snahou tvůrce je, aby příjemce sdělení dekodoval jako fakt a uvedené spojení považoval za přirozené. Přírodní objekty odtržené z reálných vztahů k člověku i společnosti se stávají líbivými, ale prázdnými schránkami pro nové významy a ideologická sdělení. Na druhé úrovni označování získávají roli označujících pro označované, s nimiž nemají přímý vztah (např. spojuje výrobek s určitým pocitem – po použití tohoto parfému budete sexy; při jízdě tímto vozem jste v přímém kontaktu s přírodou kvůli množství velkých oken včetně panoramatického střešního apod.). Francouzský filozof Jean Baudrillard (1995) je nazývá **fluktuující označující**.⁵⁹¹ Pointa je v tom, vytvořit takové spojení, které příjemce „spolkně i s návnadou“, nebude o něm uvažovat, ale bude jej chtít.⁵⁹² Vyprázdněnému označujícímu přírody je vložen nový význam podle záměru tvůrce. Ten navíc využívá schopnosti mýtu naturalizovat kulturně připsané (ideologické) významy tak, že vypadají jako přirozené, přispívají k reprodukci statu quo a potvrzují jeho legitimitu. Klasickým marketingovým tahem je spojení samotné značky či loga s přírodními motivy nebo alespoň zelenou barvou (např. Metropole Zličín, slogan McDonald's pro Evropu: *Going green*), jež má asociovat aktivitu, svěžest či ekologičnost firmy.

Příroda je v reklamě často uváděna v neskutečných souvislostech, protože reklamní texty pracují s přírodou upravenou, nereálnou, mytickou, fantazijní a magickou, která existuje

591 Základem jejich fungování jsou nereálná spojení nahrazující realitu simulacemi. V tomto smyslu reklama vytváří svět, jenž je reálnější než ten reálný, vytváří hyperrealitu složenou ze simulaker, která jsou jen zkonstruovanými modely, označujícím bez referentu (Baudrillard 1995).

592 Reklama často neprodává výrobky, ale způsob života.

mimo běžný svět, neboť má schopnost transcendence. Například voda z horské bystřiny (již si můžete koupit v plastové lahvi) je stejně jako v přírodě čistá, zdravá a plná síly. Přejde do vás, pokud ji budete pít, a vy budete stejně svěží, radostní, plní čistě přírodní energie, chuti do života a odhodlání překonávat menší i větší překážky všedního dne, stejně jako voda přeskakuje přes kaménky v korytě a nic ji na její cestě nemůže zastavit.

Taková reklama pracuje s mýtem panenské přírody, která je idylická, nezničená, čistá, zdravá, silná, poklidná, příjemná, prosluněná, pravdivá, správně uspořádaná, univerzální a věčná. Proti tomu lze do opozice postavit kontramýtus divoké přírody, obtížně dostupné, plné nespoutaných nebezpečných živlů, které je potřeba ovládnout a kontrolovat (např. vědou nebo pomocí vlastností považovaných za tradičně maskulinní). Přírody vzbuzující strach založený na pradávce lidské zkušenosti ukazující přírodu jako nebezpečné prostředí fungující podle zákonů přírodního výběru, bez výdobytků moderní civilizace. Oba mýty lze využít k propagaci širokého spektra výrobků, a dokonce je v jednom textu vzájemně kombinovat.

To jsem však předběhla a posunula se až k analýze třetího stupně označování. Dříve, než k ní přikročíme, věnujme pozornost ještě syntaktické rovině zkoumaného sdělení.

Technika analýzy vyprávění

Na rovině analýzy syntagmatu si výzkumník klade kupříkladu otázky: Je v rámci daného média/žánru možné sestavit syntagma libovolně, nebo pravidla použitého média/žánru zahrnují nějaká omezení pro syntagmatickou strukturu textu? Například zpravodajství nebude prezentovat dvě události zároveň, i když se odehrály ve stejném čase. Syntagma poezie je méně přísné než prózy. Naopak syntagmatická pravidla angličtiny jsou více striktní než češtiny.

Pro analýzu syntagmatické roviny využíváme techniku **analýzy vyprávění** (*narrative analysis*).⁵⁹³ Její základní východisko spočívá v přesvědčení, že člověk má sklon uvažovat v souvislostech a propojováním jednotlivých událostí a jejich aktérů vytvářet příběhy.⁵⁹⁴ Příběh je považován za základní

593 Opět pozor na správné pojmenování (překlad), je třeba odlišit „narativní analýzu“ a „analýzu narativu“. Zatímco první se snaží rekonstruovat život jedince pomocí příběhu, který o něm (nebo on sám o sobě) vypráví a tak mu dává smysl, druhá se soustředí na strukturu (a obsah) vyprávění. Narativní analýza se zajímá o proces vyprávění, analýza narativu o to, co je vyprávěno a jak.

594 V tomto smyslu je největším příběhem výklad dějin neboli *his story*, proti které feministické autorky stavějí *her story*. Barthes přistoupil na konstruktivistické pojetí jazyka a v *Diskurzu historie* (2007) píše, že diskurz historie považuje mylně označované za referenta a brání se tím, že historii prezentuje jako reálné, i když se jedná o vytvořené chronologické vyprávění. Využívá narativ jako důkaz pro reálné.

nástroj porozumění sobě samému i okolnímu světu. Ačkoli v běžné komunikaci zpravidla považujeme příběh za fiktivní žánr, strukturu příběhu lze vysledovat i ve zpravodajských relacích. Postupy, které k vytvoření dějové linie používá, jsou shodné s těmi využívanými v pohádkách. Teorie vyprávění se snaží abstrahovat vyprávěcí postupy (kódy), jak je fabulován příběh, pomocí jakého typu postav, jaké jsou jejich vzájemné vztahy a zápletky. Výzkumník zkoumaný text nahlíží jako vyprávění/narativ a ptá se: Jaký příběh text komunikuje? Jaké v něm vystupují postavy a v jakých rolích? Jak je význam textu ovlivněn jeho uspořádáním (je příběh vyprávěn chronologicky, retrospektivně, nebo jde o více prolínajících se příběhů)? Mají všechny dějové linie stejný význam, nebo je některá z nich hlavní? Jsou v textu použity opakující se motivy? Jak význam textu podporují, které významy zdůrazňují? Kdo jsou hrdinové události a kdo nepřátelé? To nás opět přivádí k další úrovni analýzy, zaměřené na ideologii obsaženou v textu. Již identifikace jednotlivých postav naznačí, s jakými hodnotami a v rámci jakého sociálního uspořádání text pracuje. Pomocí analýzy narativu neodhaluje výzkumník pouze jeho strukturu, ale jedná se o nástroj, který pomáhá odkrýt jeho význam a interpretovat jej. Ukazuje, že i zdánlivě neproblematické sdělení má složitou vnitřní stavbu a často skrývá hlubší kulturně podmíněné významy a působí hegemonně.

Analýza narativu navazuje primárně na dvě tradice, ruský formalismus Vladimira J. Proppa a později Tzvetana Todorova a francouzskou strukturalistickou naratologii, rozvíjenou Rolandem Barthesem (2002) či Gérardem Genettem (1983), což vede k určitým pojmovým neshodám. **Narativ** nelze chápat intuitivně jako sdělování příběhu, ale jde o „posloupnost a různé vztahy zřetězení, protikladnosti, opakování atd. mezi skutečnými nebo fiktivními událostmi, které jsou předmětem promluvy“ (Genette 2002, 305). Samotné vyprávění příběhu je výsledkem konvence,⁵⁹⁵ usilující o to, aby sdělení bylo srozumitelné. Předmětem zájmu zkoumání strukturalismu jsou vlastnosti určité specifické promluvy, která je projevem obecnější abstraktní struktury zhmotněné v díle. Podle strukturalistů jsou příběhy přenosné, neboť narativy jsou nezávislé na jednom médiu a mohou být realizovány v mnoha podobách. Při analýze narativu je proto potřeba odlišit, co je vyjádřeno – **příběh** (řetězec událostí) –, a jak je to vyjádřeno – **diskurz**. Literární věda navazující na formalismus analogicky tomuto rozdělení odlišuje **fabuli** a **syžet** díla (odpovídá anglickému *story* a *plot*). Fabule, v terminologii české literární

595 „Příběh je abstrakce, neboť vždy je někým vnímán a vyprávěn, neexistuje ‚sám o sobě‘,“ píše Todorov (2002: 143).

vědy dějová linie epického díla, označuje to, o čem se vypráví, základní strukturu příběhu, realizující určitý námět prostřednictvím syžetu. Syžet odkazuje ke zpracování fabule v konkrétním díle, k jeho kompozici – použité kombinaci jednotlivých složek námětu (děje, postav, prostředí, vypravěče), způsobu vystavění fabule (v časové následnosti, retrospektivně, paralelně atd.) a důrazu kladeným na děj, postavy, prostředí apod. Zatímco čtenář si na základě syžetu abstrahuje fabuli, tvůrce postupuje obráceně a kombinací jednotlivých prvků díla ztvárňuje fabuli v syžetu.⁵⁹⁶

Součástí rozboru narativu je analýza hlavního mluvčího. Podle Barthese jde o to, popsat kód, jehož prostřednictvím jsou vypravěč a čtenář v průběhu celého vyprávění označováni. Tomu výzkumníkovi pomáhá kladení si otázek, jako například – kdo příběh vypráví: (neosobní) vševědoucí vypravěč (film *Evita*, muzikál *Pokrevní bratři*, moderátor zpravodajské relace), nebo některá z postav (seriály *Dexter*, *Sex ve městě*). Z pohledu koho je příběh vyprávěn, jde o hlavní, nebo vedlejší postavu, je nositelem děje, nebo spíše jeho pozorovatelem. Promítá se do optiky této postavy osobnost autora, je text autobiografií? Co naznačuje, když o sobě vypravěč mluví ve třetí osobě jednotného čísla (modus, který používají např. někteří uživatelé Facebooku pro své zápisky)? Ovlivňuje narativ právě to, že je vyprávěn optikou této postavy? Má postava nějaké specifické vědění (přístup do určitého prostoru; možnost využít speciální nahrávací techniku apod.), nebo naopak některým popisovaným dějům nerozumí (kupř. při vyprávění z pohledu dítěte)?

Analýza narativu přistupuje ke zkoumanému textu jako ke strukturovanému celku. To znamená, že jeho jednotlivé části nebyly složeny náhodně, ale jsou výsledkem záměrného kódování a editace textu podle potřeby vypravěče, jenž tak manipuluje sdělením, v němž se odráží jeho sociální role. Podle Proppa (1999) odráží pohádky, které analyzoval, uspořádání rodových společností a jejich představy o světě. Proto je lze v jistém smyslu srovnávat s mýty, ale protože pohádky nebyly vázány na náboženství, neplnily pro společnost stejné funkce. Na roli mýtů ve společnosti se ve druhé polovině 20. století soustředil Lévi-Strauss (2006), který zkoumal hlavně mýty jihoamerických indiánů. Podobně jako Propp pohádky, popsal mytologické příběhy jako různé variace jen několika

596 Určitý námět, například osud sirotka, kterému se podařilo se uchytit a zaopatřit, je podrobněji převeden do fabule: dívka ze sociálně nízké vrstvy vychovávaná nevlastními rodiči nebo v ústavu svojí vlastní snahou a pilí dosáhne lepšího sociálního postavení. Poté je realizován v syžetu konkrétního díla: *Podnikavá dívka* (*Working Girl*), *Pretty Woman* nebo *Tři oříšky pro Popelku*.

témat (viz níže). Tvrdil, že všechny mýty mají univerzální strukturu, jež je tvořena základními prvky – **mytémy**,⁵⁹⁷ na které je lze redukovat.

Analýza narativu vychází z předpokladu kauzální výstavby díla, ve kterém jednotlivé motivy na sebe logicky navazují a vytvářejí řetězec událostí, mezi nimiž je příčinná souvislost.⁵⁹⁸ Podle Todorova je základem většiny příběhů lineární linie začínající ve stavu rovnováhy, který je narušen, a postupným řešením opět dospívá do nového rovnovážného stavu.⁵⁹⁹ Základem dobrého příběhu je osnova, jež prochází třemi fázemi: od **výchozí situace** (úvod) přes **zápletku/konflikt** k jejímu **rozuzlení/vyvrcholení** (závěr).⁶⁰⁰ Tyto fáze lze identifikovat v jakémkoli epickém díle, nejen ve filmu či románu, ale i v reklamě nebo zpravodajském sdělení. Základem strukturální analýzy je identifikovat jednotlivé z nich a text rozčlenit na analytické jednotky menšího rozsahu. Můžeme si přitom pomoci schématem, které zpřehlední strukturu celého příběhu a identifikuje jednotlivé prvky, s nimiž pracuje. Speciálně filmové texty mohou být mnohem komplikovanější, než aby se skládaly pouze ze tří hlavních částí. Především ve střední části se konflikt a jeho řešení může opakovat⁶⁰¹ v několika sledech (kupř. v pohádkách je potřeba splnit tři úkoly, zodpovědět tři hádanky apod.), což dějovou linii zesložituje. Další komplikací pro analýzu může být, když je příběh vyprávěn retrospektivně nebo například kombinuje více dějových linií.⁶⁰² Tomu je nutné základní

597 Mytémy jsou hlubinné struktury mýtu, které nesou závažná sdělení pro členy daného společenství. Samotný mýtus vzniká vhodnou kombinací mytémů spojovaných podle určitých pravidel (gramatiky), jež formují i lidské myšlení. Mytémy nemají význam samy o sobě, ale získávají jej skrze organizaci do binárních opozic. Podrobněji viz Lévi-Strauss (2006). Podobně pracují i mýty barthesovského typu, i ty jsou strukturovány podle kontradiktorních dvojic, jež strukturují uvažování o vnějším světě.

598 Taková skladba není univerzální, například pro poezii nebo neepickou prózu není typická. Stejně jako existují tzv. atektonická díla, jež nemají pevnou stavbu a jejich jednotlivé části spolu v podstatě nesouvisejí (např. díla popisující plynutí vědomí).

599 Ne nutně musí být novým rovnovážným stavem happy end, ale příběhy s otevřeným koncem nebývají u příjemců tak oblíbené.

600 Toto dělení vychází v zásadě z Aristotelova popisu částí tragédie (začátek, střed, závěr), rozpracovaného později do schématu: expozice (výchozí situace), kolize (první náznak konfliktu), krize (prohloubení konfliktu), peripetie (obrat ve vývoji konfliktu) a katastrofa (zánik konfliktu, katarze).

601 To je např. obvyklé pro žánr soap opery (a do jisté míry i telenovely), ve kterém se často objevují nové konflikty, ještě než byly vyřešeny předchozí nebo záhy po tom, což vede k odkládání katarze a závěrečného nastolení rovnováhy a tak i k opakovanému emocionálnímu neuspokojení diváků/divaček, jež je jedním z bodů kritiky tohoto žánru feministickými autorkami. Srov. např. van Zoonenová (1994), Brunsdonová (2000).

602 K odlišení jednotlivých vývojových fází příběhu můžeme použít abecední označení a k odlišení dějových rovin číselná. Podrobněji viz Genette (2002), který při analýze narativu hodnotí pět

schéma rozboru díla adekvátně přizpůsobit. Ve zredukované podobě lze příběh rozčlenit pouze do několika fází, které ukazuje tabulka 5.

Tab. 5 Základní struktura narativu na příkladu různých žánrů

Obecně	V detektivním díle	V pohádce	V reklamě
úvod (hlavní postavy: hrdina/padouch)	detektiv/vrah	Honza/drak	rodina očekává návštěvu
rovnovážný stav		spokojené království	čistý památečný ubrus
začátek konfliktu, narušení pořádku → nerovnováha	oznámení činu detektivovi	zlá sudba	pád čokolády
zápletka vystupňování problému	detektiv nebo jiná postava (svědek) v ohrožení	princezna jako svačina pro draka	skvrna na ubrusu
snaha o řešení	detektiv pátrá po pachateli	princové nemohou draka přemoci	unikátní nové extra super silně bělicí kapsle i při nízkých teplotách a krátkém programu vysoce účinné
střet padoucha s obhájci řádu / hrdinou	odhalení vraha	Honza bojuje s drakem	
závěr	usvědčení vraha	Honza vítězí	(zřejmě peroucí za sucha a také žehličí)
vítězství/smír	vyřešení problému	svatba	prostřeno
změněná situace → nový stav rovnováhy	detektiv nebo jiná postava prochází proměnou	Honza se stává králem	rodina očekává návštěvu

Součástí analýzy narativu je rozbor časového sledu, v němž je příběh předkládán. Ačkoli vyprávění jako proces je vždy lineární, nemusí odhalovat příběh v souladu s tím, jak se vyvíjel. Genette (2002) mluví o nesouladu mezi těmito dvěma časy vyprávění a nazývá jej **anachronií**. Rozlišuje přitom **analepsi**, návrat k události, která se odehrála dříve než v momentě vyprávění, a **prolepsi**, přeskočení k něčemu, co se teprve odehraje v budoucnosti. Filmová řeč používá pro označení téhož pojmy flashback a flashforward. V obou případech jejich použití narušuje chronologické vyprávění příběhu. Čtenář dekóduje sdělení postupně, jak je rozvíjeno, a na základě předchozí zkušenosti předpokládá, že jednotlivé události jsou výsledkem jiných nebo dané charakterem postavy a celkové narativní logiky. Konkrétní zpracování ale může tyto předpokládané

kategorii: způsob vyprávění (posloupnost), rychlost vyprávění, frekvenci výskytu události, formu vyprávění, typ a perspektivu vypravěče.

kauzální vztahy oslabit, například tím, že klíčový znak je odhalen až v závěru narativu, nebo je naopak posílit zdůrazněním použitých znaků. Pokud jsou některé motivy nebo části z vyprávění zcela vynechány (např. postava ztratí paměť; zemře dříve, než mohla vypovídat), mluvíme o časovém výpustku.

Následuje rozbor jednotlivých postav a funkce, jež v příběhu plní. Zde využívám typologii sestavenou Proppem, který při studiu ruských tzv. kouzelných pohádek v jejich struktuře identifikoval určité typy postav a jejich dějové funkce.⁶⁰³ Jednotlivé motivy pohádky jsou vzájemně provázány vztahy funkce, jež jsou klíčové pro další směřování děje. Propp vyjmenovává sedm základních jednajících postav: škůdce, dárcce, dcera panovníka, odesílatel, pomocník, hrdina a falešný hrdina, přitom každá z nich může plnit jen některé z 31 různých funkcí.⁶⁰⁴ Pro určení postavy nejsou důležité její vlastnosti, záměry či motivy jednání, ale pouze jednání samotné.⁶⁰⁵ V určitém příběhu se nemusí vyskytovat všechny funkce, ale jen některé z nich. Jednou z nich je poskytnutí daru hrdinovi, například kouzelného předmětu, který mu pomůže vyřešit svěřený úkol, a tak i celý konflikt.⁶⁰⁶ Na rozdíl od postav a způsobů jednání, jež jsou variabilní, funkce jsou pevně dané a mají v rámci narativu místo určené logickou posloupností děje. Nemohou být libovolně kombinovány a přesouvány, musí respektovat specifická omezující pravidla. Právě to dává všem pohádkám vzájemně podobnou strukturu a vnitřní řád.⁶⁰⁷

Podobnou, avšak abstraktnější typologii základních elementů narativu navrhl další francouzský sémiotik, Algirdas J. Greimas, který pracuje se šesti prvky, jež označuje jako aktanty (*actants*). Ty ale neodpovídají přesně ani postavám, ani jejich funkcím v příběhu. Jsou však klíčovými hybateli příběhu, jenž je výsledkem jejich vzájemných vztahů. Greimas kombinuje typy postav s optikou binárních opozic a uspořádává aktanty do vzájemných

603 Kniha *Morfologie pohádky* vyšla poprvé již v roce 1928. Podle Proppa (1999) jsou všechny kouzelné pohádky variací fabule o záchraně princezny unesené drakem.

604 Podrobněji viz Propp (1999).

605 Z hlediska analýzy narativní struktury je jedno, zda hrdina odchází z domova proto, že je vyhnán, nebo protože tzv. jde na zkušenou.

606 Například v *Pánovi prstenů* před odchodem z Lothlórienu dostává Frodo od paní elfů Galadriel lahvičku se světlem hvězdy Éarendil, která mu v závěru pomůže v tunelech Mordoru ubránit se Odle.

607 To se odráží i v jejich konkrétních zpracováních, pohádky, ať už v psané, nebo filmové podobě, jen výjimečně nejsou vypravovány chronologicky.

protikladů: odesílatel × příjemce, objekt × subjekt a pomocník x protivník.⁶⁰⁸ Barthes (2002) navrhuje přístupy uvedených autorů kombinovat a rozčlenit analýzu vyprávění do tří úrovní, na analýzu funkcí, akcí aktantů a narace.

Klíčová otázka, která výzkumníka posouvá na další rovinu analýzy, je: Jak je vyřešen konflikt, pomocí jakých prostředků a jak je sdělení diskurzivně uzavřeno? Je nový stav rovnováhy nastolen obnovením původního řádu, nebo došlo k vývoji a posunu k nové rovnováze? Jaké prostředky jsou využity k nastolení nové rovnováhy, pomocí jaké instituce (svatby, uvěznění, násilné potlačení opozice, uzdravení/léčby smrtelného viru)? Z jaké pozice, vzhledem k dominantnímu řádu, je příběh vyprávěn? Jaké dominantní hodnoty jsou tímto ukončením prosazovány? Jakou ideologii lze odhalit na pozadí?

Příklad analýzy narativu

Uvedené schéma lze použít i na analýzu rozsáhlejších textů. Pro odlehčení to naznačím na velmi zjednodušeném syžetu filmové série *Hvězdné války*.⁶⁰⁹ Ačkoli jednotlivé filmy mají svůj děj a mohou být uvažovány i jako samostatné narativy (navíc nebyly natočeny a uvedeny chronologicky), sledují společnou linii hlavního příběhu, souboje dobra a zla, řádu rytířů Jedi a temných Sithů. Vývoj celkového narativu, na který se soustředím, a jeho jednotlivé fáze avizují již samotné názvy jednotlivých dílů:

Hlavní postavy:

škůdce – Sithský Lord / Darth Sidious / Palpatin

hrdina – Luke Skywalker

falešný hrdina – Anakin Skywalker / Darth Vader

dcera panovníka – senátorka Padmé Amidala (díl I–III), její dcera princezna Leia (díl IV–VI)

dárce – mistr Yoda

pomocník – Obi-Wan Kenobi, Han Sol, Žvejek, 3PO, R2-D2, a další

odesílatel – Qui-Gonn

Výchozí nerovnovážný stav: *Epizoda IV: Nová naděje* – povstalci z Aliance se nechtějí podvolit Galaktickému impériu a vládě škůdce; kladný hrdina (Luke) s pomocníky (Obi-Wan Kenobi, Han Sol, Žvejek, 3PO, R2-D2) zachrání dceru panovníka (princezna Leia) a zničí zbraň škůdce Lorda

608 Později poslední dvojici ještě zredukoval. Podrobněji viz např. Chandler (2007), Herman, Vervaeck (2005).

609 Tento příklad bude pro fanoušky *Star Wars* nepochybně příliš zjednodušený, ale při strukturální analýze jde právě o typy postav a jejich funkce v rámci děje a směřování jeho vývoje. Dějové nuance, charakter, příčiny a motivy jednání postav jsou zde vedlejší. Přitom pochopení provázanosti světlé a temné strany Síly, kdy si jednající předem nemusí být vědom, ke kterému pólu jeho rozhodnutí povedou, je pro samotný příběh zásadní.

Sithů; z hlediska celkového narativu ale konflikt nekončí, válka mezi Galaktickým impériem a povstalci pokračuje, nedošlo k vyrovnání nerovnovážného stavu.

Řešení konfliktu: *Epizoda V: Impérium vrací úder* – *Dárce* poslední rytíř Jedi Yoda zaučuje hrdinu (Luke), který od něj průběžně dostává *dar* (umění rytířů Jedi používat Sílu), je vystaven zkoušce ze strany škůdce (Darth Sidious) a bojuje s jeho služebníkem (Darth Vader), zachraňuje své pomocníky.

Vyřešení konfliktu a nastolení nové rovnováhy: *Epizoda VI: Návrat Jediů* – výcvik hrdiny je ukončen (dostává *dar*), bojuje se služebníkem škůdce a vítězí morálně, neboť odolá temné straně Síly a přesvědčí o tom i služebníka škůdce (Darth Vadera, svého otce), který škůdce usmrtí; za přispění pomocníků je zničena i válečná hvězda Impéria, v Síle je nastolen řád,⁶¹⁰ demokracie v galaxii může být obnovena.

Je možné vrátit se před začátek a retrospektivně vyprávět, co vedlo ke vzniku nerovnovážného stavu:

Úvod – výchozí stav: *Epizoda I: Skrytá hrozba* – v nespecifikované galaxii sdružuje obyvatele různých ras Galaktická republika, k jejíž ochraně slouží řád rytířů Jedi; falešný hrdina (Anakin) odchází z domova, aby se učil umění řádu Jedi pod vedením odesilatele (Qui-Gonn), který věří, že Anakin je dítě z proroctví, jež má nastolit rovnováhu Síly; vzniká konflikt vedoucí k vychýlení rovnováhy. Dcera panovníka (princezna Amidala) žádá Jodie o pomoc proti škůdci – Sithskému Lordu usilujícímu o moc v galaxii prostřednictvím nejvyššího kancléře Galaktické republiky Palpatina.

Prohloubení konfliktu: *Epizoda II: Klony útočí* – vypuká válka mezi Galaktickou republikou a Sithskou armádou droidů; demokracie je poničena, falešný hrdina dál získává výcvik od protivníka a navazuje vztah s princeznou, řád Jediů je v ohrožení.

Náznak vyřešení konfliktu: *Epizoda III: Pomsta Sithů* – falešný hrdina porušuje pravidla rytířů Jedi, bojuje se svým pomocníkem a je téměř přemožen, přechází ke škůdci, temné straně Síly (Palpatinovi), přijímá jméno Darth Vader a je odmítnut princeznou; vzniká nový konflikt: zbývající rytíři Jedi jsou téměř zničeni, škůdce (Sithský Lord / Palpatin) se prohlašuje císařem Galaktického impéria, počáteční nerovnováha Síly je umocněna.

Analýza třetího stupně označování

Analýza třetího stupně označování spočívá v odhalení ideologického pozadí sdělení. Klíčová otázka, kterou by si na této rovině analýzy měl badatel klást, zní: Jakou ideologii text šíří? K jejímu odhalení mu napomáhá již zodpovězení otázek, jež zazněly v souvislosti s rozбором druhého stupně označování, identifikací kódů textu, použitých rétoric-

610 Někteří fanoušci to zpochybňují, neboť k rovnováze Síly je potřeba jak temného, tak světlého lorda. Současný stav proto považují opět za nerovnovážný, vychýlený ke světlé straně.

kých tropů, konotovaných významů a mýtů. K ideologickému uzavírání textu dochází pomocí použití znaků, jež čtenáře při interpretaci směřují k preferovanému významu, který má odhalit. Jde o jednu z možností, jak text interpretovat, ovšem o variantu upřednostňovanou jeho tvůrcem. Uzavřený text se snaží omezit polysémičnost použitých znaků a usiluje o jejich uniakcentualitu. Činí tak zpravidla v zájmu toho, kdo ovládá současný diskurz. Hallem (1973) vymezené **dominantní čtení** je taková interpretace textu čtenářem, která je v souladu s (tradičními) hodnotami prosazovanými ve společnosti dominantní mocenskou skupinou. Přispívá k udržování stávajícího statu quo a nepomáhá přehlížet jeho nedostatky nebo mocenské či sociální nerovnosti. Do textu je zabudovaný návod, který vede čtenáře k tomu, aby jej dekodoval tvůrci preferovaným způsobem v souladu s převládajícími kulturními hodnotami či platnou legislativou nebo v zájmu mocenských elit. Skrze zakomponování preferovaného čtení do svých obsahů média vykonávají symbolickou moc a stávají se nástrojem nebo hráčem na poli politického uspořádání společnosti, v níž působí. Proto je analýza ideologického pozadí textů důležitá například při studiu zpravodajství, neboť dovoluje odhalit nenásilné hegemonné praktiky. Naznačila jsem to již v části věnované fázím zpravodajského příspěvku, především jeho rámování a uzavírání (viz výše). To jsou kroky, v nichž dochází k omezování multiakcentuality použitých znaků a k uzavírání alternativních významů ve prospěch významu dominantního.

Další klíčovou otázkou, která tyto postupy může odhalit, je: Jaké subjekty/objekty jsou v textu zdůrazněny a jaké naopak potlačeny nebo se s nimi vůbec nepracuje? Zahrnuje sdělení nějaké kódované významy, pro jejichž dekodování je nezbytná znalost určité kultury (specifických kódů)? Lze v textu identifikovat explicitní odkazy na mainstreamové hodnoty společnosti, nebo jsou zdůrazněny nějaké hodnoty alternativní? Do jaké míry text odráží stávající dominantní společenské uspořádání a do jaké míry s ním souhlasí? Jaké postupy text používá ve snaze naturalizovat vlastní perspektivu? Z pohledu koho je text vystaven, kdo je jeho tvůrce a komu slouží? K jakým čtenářům se obrací? Které použité znaky a jejich zakódování odkazují k preferovanému čtení? Které použité znaky uzavírají alternativní čtení textu? Do jaké míry je text ideologicky uzavřený, nebo dovoluje alternativní interpretace – jiné typy čtení (dominantní, opoziční, dohodnuté)⁶¹¹? Kterí příjemci by mohli s textem takto

611 Tři typy čtení vyznačil v textu *Class Inequality and Political Order* Frank Parkin. Zpravidla jsou ale připisovány Stuartu Hallovi, který je rozpracoval v rámci svého modelu kódování a dekodování (1973) jako tři možné způsoby dekodování textu čtenářem. Dominantní čtení odhaluje a přijímá

pracovat? A můžete reflektovat, z jaké pozice vychází vámi provedená analýza? Jedná se o preferovaný význam?

Nabídla jsem širokou škálu možností, jak za pomoci sémiotiky a strukturálního přístupu analyzovat mediální sdělení jako texty složené ze znaků. Stejně jako jednotlivé znaky v textu je potřeba i tyto nastíněné postupy uvažovat v kontextu jiných. Využít jejich potenciálu a doplnit je zjištěními získanými jinými technikami. Zařadit je do větších, rozsáhlejších šetření, kombinovat s jinými a využít pro triangulaci zjištění. Při analýze ideologické funkce znaků v textu je nezbytné uvažovat o něm jako o celku v rámci širšího kontextu jiných textů, diskurzu daného tématu nebo celé kultury. Tím se v podstatě dostáváme na rovinu analýzy diskurzivní (viz kapitola 9.2). Dříve než tak učiníme, věnujme se ještě jednomu příkladu sémioticko-strukturální analýzy, přesněji rozboru mýtu obsaženého v reklamním sdělení.

Příklad analýzy použití mýtu v reklamním sdělení

Příklad, jemuž chci věnovat pozornost, je reklamní sdělení, které označuji jako sociálně necitlivé. Vycházím přitom z vymezení zákona č. 40/1995 Sb., o regulaci reklamy, v němž se uvádí: „Reklama nesmí být v rozporu s dobrými mravy, zejména nesmí obsahovat jakoukoliv diskriminaci z důvodů rasy, pohlaví nebo národnosti nebo napadat náboženské nebo národnostní cítění, ohrožovat obecně nepřijatelným způsobem mravnost, snižovat lidskou důstojnost, obsahovat prvky pornografie, násilí nebo prvky využívající motivu strachu.“ Etický kodex reklamy uvádí: „Reklama musí být slušná, čestná a pravdivá. Musí být vytvářena s vědomím odpovědnosti vůči spotřebiteli i společnosti.“ Za sociálně necitlivou reklamu považuji takovou, která je v rozporu s těmito ustanoveními. Tento rozpor zpravidla není u konkrétního reklamního textu na první pohled zřejmý, protože například diskriminace není vyjádřena explicitně, ale je v textu přítomná na latentní rovině, skrze konotace a mýty, s nimiž reklama pracuje. Je tedy odhalitelná za pomoci sémiotické analýzy.

Reklama, na kterou chci upozornit, byla v roce 2009 součástí multimediální kampaně finančního ústavu (Komerční banky). Finanční produkt (konkrétně termínovaný účet) byl propagován jak v audiovizuální,⁶¹² tak v tištěné podobě. Zjednodušená tištěná verze inter-

významy vložené tvůrcem, včetně obsažených mýtů a ideologických sdělení. Opoziční čtení je založeno na použití odlišného kódu, než jaký použil tvůrce sdělení, a proto v textu při dekódování nachází jiné významy. Čtenář aplikující dohodnuté (*negotiated*) čtení rozpoznává kód sdělení a do něj vložené významy a ideologie, ale staví se k nim odmítavě nebo je zpochybňuje.

612 Spot Komerční banky *Svatba* viz http://www.youtube.com/watch?v=8bcsmjy_MDw. Tisková verze reklamy viz barevná příloha obr. 17.

textuálně odkazovala k audiovizuálnímu televiznímu spotu, jemuž se budu věnovat. Nebudu rozebírat celý text, ale zaměřím se na odhalení mýtu v pozadí.

Velmi zjednodušeně vyjádřeno byla hlavním obsahem, denotací spotu svatba. Základními použitými dvěma znaky: **snoubenci** (ženich a nevěsta) a **jejich věk**. Ostatní znaky doplňují základní syntagma a dokreslují předloženou situaci. Mladá nevěsta přichází před oddávající, příbuzní slzí, bere za ruku ženicha, který zatím nebyl zobrazen. Oddávající se táže ženicha, zda vstupuje do svazku z upřímné lásky, a ten přikyvuje. Až nyní je zřejmé, že se jedná o muže vyššího věku. Na stejnou otázku se nevěsta začne smát a odpoví: „*Z jaké lásky, pro peníze si ho беру.*“ Vzápětí je svazek stvrzen oddávající: „*Pak je vše v naprostém pořádku.*“ A oba snoubenci vypadají spokojeně. Zatímco nevěsta přijímá gratulace, ženich poodstoupí a odhalí svoji identitu: „*Všichni si mě berou jenom pro peníze. Jsem komerční spoření od Komerčky.*“

Protože ženich v závěru vystupuje jako ztělesnění nabízeného finančního produktu, pracuje reklama metaforicky. Nahrazuje obtížně zobrazitelný produkt pomocí označujícího v podobě seriózního movitého muže vyššího věku. Vedlejší znaky, které ikonu muže doplňují (padnoucí žaket s cylindrem a hůlkou se stříbrnou rukojetí, kapesní hodinky na zlatém řetízku, prsten na malíku levé ruky; červený motýlek⁶¹³ a kapesníček, korsáž), naznačují nejen, že je dobře situován, ale zároveň i jistou eleganci (i přes svůj vyšší věk je stále fešák). Muže jako znak produktu využívala i tištěná verze sdělení. Preferovaný význam tak sděluje, že finanční společnost je dobře zabezpečená, stabilní a tím, že si nabízený produkt vezmete, můžete jen získat. Široký upřímný úsměv seniora s otevřenou náručí pak lze interpretovat jako znak příjemného a vřelého zacházení s klienty ve finančním ústavu.

Tato reklama byla ve webových diskusích komentujícími příjemci považována za vtipnou a zdařilou. Klíčovým znakem, na kterém je text vystaven, je věk snoubenců. Dělí je od sebe dvě generace (nevěsta je mladá, ženich výrazně starší, mohl by být jejím dědečkem a na rovině konotace tak také působí). Komutační test nám pomůže posoudit, jak by se význam textu změnil, pokud bychom zvolili jiné reprezentanty pro hlavní dva aktéry, tedy například mladšího ženicha nebo starší nevěstu.⁶¹⁴ Pokud bychom změnili věk aktérů, mohla by být reklama vnímána jako méně vtipná, sdělení, které nese, by se tím však výrazně nezměnilo. Ale právě tato kombinace použitých znaků odkazuje k mýtu přítomnému v české kultuře, k **mýtu sňatku/vztahu pro peníze**,⁶¹⁵ nikoli kvůli vzájemnému citu. Přestože i mezi výrazně

613 Zde je porušena etiketa, protože do žaketu správně nepatří motýlek, ale šitá kravata nebo šátek. Podobně korsáž – květina – bývá umístěna v levé klopě, nikoli pravé. Červená barva je pravděpodobně použita proto, že koresponduje s barvou loga inzerující společnosti (nebo proto, že konotuje lásku či vášeň, a zapadá tedy do daného paradigmatu).

614 Další reklamní sdělení této kampaně pracovalo s placeným poměrem mezi zajištěnou starší ženou a mladším mužem (žadatelem o půjčku).

615 Asi stojí za to připomenout, že primárně ekonomicky motivované a domluvené sňatky byly v západní kultuře běžné až do druhé světové války a v řadě zemí probíhají běžně i dnes. V kontextu společnosti, která si zakládá na romantické lásce dvou spřízněných duší, jsou však považovány za nepatřičný přežitek. Na druhé straně, jak uvádí např. sociolog rodiny I. Možný (2006), sňatek je

věkově odlišnými partnery existuje upřímný vztah, česká kultura je a priori k podobným spojením skeptická a zpravidla hledáme, co je za tím. Přestože sňatek je základním nástrojem, jak stoupat po společenském žebříčku, ženy (ale i muži), jež se vdávají pro peníze, jsou často ostatními považovány za vypočítavé zlatokopy a muži, které si berou, za zamilované hlupáky, jimž pravděpodobně budou, jak se říká, rychle nasazeny parohy. To je úsměvná rovina, již příběh tohoto textu využívá. Pravděpodobně je to i význam příběhu preferovaný tvůrcem.

Proč jej považují za sociálně necitlivý? V analýze je potřeba jít ještě o krok hlouběji, k dalším významům, na které mýtus využívající znak staršího štramáka, jenž by chtěl mladou ženu, odkazuje. Řekněme, že nabízím alternativní variantu dekodování, dohodnuté, či dokonce opoziční čtení. Z reklamy vystupují stereotypy spojené se stářím a daná situace ženicha dehonostuje a zesměšňuje. Věta, která se stala populárním sloganem: „*Pro peníze si ho беру,*“ zcela otevřeně stvrzuje implicitní očekávání, že mladší partnerka si staršího muže bere jen ze zistných důvodů. Zatímco muž se chová upřímně, vystupuje hrdě a k nevěstě oddaně vzhlíží, ona svou mimikou dává najevo, že vztah nebere nijak vážně, nezáleží jí na partnerovi (vysměje se mu), ale na jeho finančním zabezpečení, a samotným ženichem spíše pohrdá (ohrnuje nad ním nos). Na latentní rovině tak text sděluje, že starší lidé už si nezaslouží opravdový nezištný vřelý cit. Je proto zcela legitimní si od nich za náklonnost nechat zaplatit a oni by za to ještě měli být vděční. Dále, že je možné je materiálně využít, protože jsou upřímní a důvěřiví a nedá zvláštní úsilí je napálit. Spokojený výraz ženicha po uzavření svazku dovoluje spekulovat, že léčku ve své zamilovanosti neprohlédl. Takové jednání je navíc prezentováno jako zcela legitimní, stvrzené oddávající, úřední osobou zastupující stát (má na krku odznak se stáním znakem zavěšený na trikoloře ve státních barvách), nikoli zástupcem finančního ústavu.

Bez ohledu na záměry tvůrců, kteří si těchto významů nemuseli být vědomi, považují tuto reklamu za sociálně necitlivou, neboť poškozují a zesměšňují celou skupinu seniorů. Zde je namísto osobní kritická reflexe. Uvedené čtení daného textu je nepochybně ovlivněno mojí profesní specializací, v níž se věnuji i analýze mediální reprezentace seniorů. Proto je pro mě automatické odhalit i latentní významy odkazující k mýtům a stereotypům spojeným se stářím, které jiným čtenářům mohou zůstat skryté. Ačkoli tyto stereotypy (např. stáří znamená nemoc a staří lidé už jen dožívají; jsou neaktivní, pomalí, bezbranní, slabí, důvěřiví, neschopní, nemoderní, nemajetní či asexuální a nevyznají se v nových technologiích apod.)⁶¹⁶ jsou součástí společně sdílené české kultury, z uvedeného je zřejmé, že čtení textu a obrazových sdělení podléhá také individuálnímu dekodování.

Ale mohu pokračovat a navrhnout i zcela opoziční čtení. Co když je klíčovým znakem finančního ústavu nevěsta a obrat „pro peníze si ho беру“ výrazem toho, jak se finanční ústav

základním prostředkem ženy k vzestupné mobilitě. A nelze zcela opomenout ani rovinu placených sexuálních vztahů, k níž odkazoval jiný spot téhož bankovního domu.

616 Podrobněji viz např. Sedláková, Vidovičová (2005).

obrací ke svým klientům? Stejně jako ji ani inzerenta nezajímá nic jiného kromě obnosu, jenž k němu vložíte.

Další nástroje pro analýzu audiovizuálních sdělení

Znovu připomínám, že uvedený výčet je spíše přehledem analytických nástrojů, které lze na poli sémioticko-strukturální analýzy použít, než jednotným postupem. Při analýze konkrétního textu je vždy potřeba vybírat a zvážit, které postupy jsou vhodné a na co se u daného textu zaměřit (co je cílem analýzy). Jiné kategorie lze aplikovat na psaný text, jiné na fotografie a jiné jsou vhodné pro film. Následující postup navrhuji pro studium audiovizuálních textů, především reklamních, Keith Selby a Ron Cowdery (1995) v knize *How to Study Television*. Jejich analýza vychází z analýzy pěti složek mediálního textu, kombinuje tak některé z výše uvedených nástrojů:

1. **Kompozice** – jak je text vytvořen, jakých využívá znaků a kódů (technických i kulturních) a jak je vzájemně kombinuje.
2. **Publikum** – komu je text určen (analýza příjemce), kdo je cílovou skupinou, podle jakých znaků ji můžeme určit (odkazy na různé sociodemografické ukazatele⁶¹⁷), předpokládáme u této skupiny spíše preferované, nebo opoziční čtení? Jak se text na příjemce obrací, jak jej oslovuje? To je zřejmé například v reklamách, které příjemci kladou otázky či příkazy „nemyslíš – zaplatíš“, apelují na jeho emoce nebo hodnoty, případně jej poučují či vzdělávají.
3. **Příběh** – jak je editováno sdělení, které se text snaží komunikovat, pomocí jakého příběhu; jaké významy jsou vyjádřeny explicitně a jaké jsou akcentovány na latentní rovině (pomocí jakých konotací a mýtů); jde o to vyhledat a určit implicitní významy, které jsou zpravidla kulturně podmíněné, identifikovat hlavní sdělení textu a ta vztáhnout k hodnotám a normám společnosti/kultury, z níž sdělení vychází. Jak jsou tyto hodnoty prezentovány, jsou v souladu s dominantními hodnotami společnosti? Jsou prezentovány jako univerzální a přirozené?
4. **Klasifikace mediálního produktu** – jaké médium využívá, v jakém médiu se vyskytuje (billboard, rozhlasový pořad, televizní zpravo-

617 Jaké je předpokládané vzdělání příjemců, jejich věk, pohlaví, ekonomický status, politické a hodnotové preference, záliby, sociální status, způsob bydlení, životní styl atd.

dajství), kdy a kde se text objevuje (časopis pro zahrádkáře, prime-timové televizní vysílání, billboard u dálnice), v jakém formátu, žánru (jaké konvence platí pro tento formát); jak charakter daného média ovlivňuje formu textu?

5. **Mediální agentura** – kdo je tvůrcem textu, kdo jej produkuje a distribuuje (jaká mohou být s tvorbou textu spojená úskalí, náklady, omezení).

V praxi můžete využít rozdělení analýzy do kroků podle jednotlivých složek sdělení. Níže uvádím výčet otázek, na které je v souvislosti s daným okruhem možné hledat odpovědi. Dobře je postup aplikovatelný opět na reklamní texty (ale nejen na ně).

- ▶ **Obsah:** Co je obsahem textu na rovině denotace? Jaké další významy (konotace) text spouští? Jaké používá argumenty? Co vše je o události (produktu, osobě) uvedeno a co se naopak nedozvídáme? Pracuje text s kulturně zakotvenými/sdílenými hodnotami? Je potřeba k jeho dekodování specifické znalosti? Odkazuje text na nějaké stereotypy (sociální, genderové, etnické)? Komu (jaké cílové skupině) je sdělení určeno? Pro koho by mohlo být obtížné text dekodovat? Obrací se text na příjemce adresně?
- ▶ **Jazyk:** S jakým znakovým systémem sdělení pracuje? Jedná se o spisovnou, nebo hovorovou češtinu, je někde narušena jazyková norma? Využívá text cizí slova, termíny, hovorové, slangové či vulgární výrazy? Proč a jaká je jejich funkce v rámci celého sdělení? Jsou některá použitá označení citově zabarvená? Jsou použita nějaká klišé nebo fráze? Jaká jiná označení mohla být použita, proč autor zvolil právě tato a jaký významový rozdíl tím vzniká? Pracuje text s rétorickými figurami nebo jinými slovními hříčkami (např. homofonie apod.), dvojsmyslnými výrazy? V jakém modu je sdělení: oznamovacím, tázacím či rozkazovacím?

Jestliže byl text přeložen z cizího jazyka, jsou přítomny nějaké nedostatky, špatný překlad, posunutí významu? Odpovídá text kultuře, ve které vznikl, nebo je převeditelný i do jiných kultur?

Pokud se jedná o audiální sdělení: Jaké je tempo řeči a barva hlasu mluvčího? Je tato volba nějak funkční z hlediska sdělovaného významu (např. pisklavý hlas v hororovém snímku by rušil atmosféru)? V případě tištěného sdělení: Jaký je použit font, velikost a barva písma, jak je v dokumentu rozloženo, je v těchto prvcích nějaký záměr?

- ▶ **Obraz:** Jak je propojena jazyková a obrazová složka sdělení? Jak je sdělované téma vizualizováno? Co je dominantním prvkem vizuální roviny sdělení? Jaké jiné znaky mohly být použity? V jakém prostředí

se text odehrává? Jak podrobně je prostředí vykresleno? Jaké využívá sdělení barvy? Z pohledu koho je text vystaven (dívá se příjemce očima kamery, nebo je něco, co ze svého úhlu nevidí)?

V případě, že jsou součástí textu postavy, jaká je jejich mimika? Jaká používají gesta? Jsou tato gesta obecně známá, nebo jejich dekodování vyžaduje specifickou znalost, popřípadě předpokládá příslušnost k určité kultuře či sociální skupině? Bylo by sdělení srozumitelné pro příslušníky jiné kultury, než je ta, ve které vzniklo?

- ▶ **Zvuk:** Jaké zvukové znaky jsou použity? Jedná se o přirozené zvuky (činnosti aktérů, zobrazených zvířat apod.), nebo o zvuky dodatečně doplněné (hudební motivy)? Jaké emoce tyto zvuky vzbuzují? Jaká je funkce jednotlivých použitých zvuků v textu? Pracuje sdělení s hudbou? Jakými nástroji je produkována? Jsou využívány nástroje zdomácnělé v dané kultuře, nebo spíše exotické?

Ještě trochu teorie

Výše jsem se věnovala rozboru reklamních sdělení, teď se krátce zaměřím na vizuální texty a vrátím se na teoretickou rovinu rámuující analýzu mediálních sdělení. Ve druhé polovině 20. století se postupně prosazuje názor,⁶¹⁸ že v západní civilizaci stále více nad jazykem a písmem nabývá na dominanci jako hlavní médium obraz. V informační společnosti pozdní modernity je řada významů komunikována nejen slovně, ale zároveň i pomocí obrazů, protože jejich vnímání je zpravidla snazší a rychlejší. Podle Douglase Harpera (2002), zastávce vizuální sociologie, jsou oblasti mozku zodpovědné za zpracování vizuálních sdělení vývojově starší než ty, které dekodují informace verbalizované. Proto obrazy evokují hlouběji uložené části lidského vědomí než slova.⁶¹⁹ Podobně Barthes uvádí, že obraz a písmo na úrovni vnímání nevyvolává stejný typ vědomí a „obraz působí naléhavěji než písmo“ (2004b: 108). Podle americké teoretičky Susan Sontagové spustil vynález a rozšíření fotografie zásadní změnu ve vnímání obrazových sdělení, uvedl novou gramatiku a estetiku vidění. Fotografie nás „vyučují novému vizuálnímu kódu, proměňují a rozšiřují naše představy o tom, co je hodno pozornosti a co jsme oprávněni pozorovat,“ píše Sontagová (2002: 9). Jak už jsem naznačila výše, ze sémiotického hlediska je fotografie jako text stejně

618 Srov. např. Benjamin (1979), Sontagová (2002), Flusser (1994).

619 I v každodenní komunikaci vnímáme podstatnou část informace vizuálně na základě mimiky a barvy hlasu komunikujícího.

arbitrární jako jiné znaky. Barthes považuje fotografie obecně za vysoce ambivalentní, neboť jsou obecně považované za realistická zobrazení denotátu (jsou důkazem jeho existence a ta jediná je umožňuje), ale současně jsou nositelkami subjektivní interpretace této reality, která se do nich vkrádá při procesu jejich vzniku.⁶²⁰ Ačkoli vznikají jako přesný detailní záznam fotografovaného, jejich význam není jednoznačně určen. Fotografie je silně motivovaný, ikonický znak, který staví na podobnosti mezi označujícím a vnější skutečností, to ale neznamená, že je nemusíme číst, že k odhalení jejich významu není potřeba je dekodovat. Jak ukazuje filozof Vilém Flusser (1994), recepce vizuálních sdělení vyžaduje analytický rozklad jednotlivých prvků, znaků, s nimiž pracuje a které čtenáře k významu směřují.

K omezení polysémie a ambivalence významového potenciálu fotografie je potřeba využít kombinaci s dalšími doplňujícími znaky. V souvislosti s novinovou fotografií Barthes zdůrazňuje roli titulku a popisku, které sdělení ukotvují a redukuje mnohost nesených významů. „... ukotvení (*anchoring*) může být ideologické, jeho hlavní funkcí je bezpochyby událost; text vede čtenáře mezi různými označovanými image, nutí jej některých se vyvarovat a jiné naopak přijmout, a ačkoli často jemně, vede jej k předem zvolenému významu. Ve všech takových případech zakotvení má jazyk objasňující funkci, ale objasňování je výběrové; je to záležitost metajazyka použitého ne na celé ikonické sdělení, ale jen na určité znaky; text je opravdu právem tvůrce (a společnosti) dohlížet nad imagem: zakotvení je prostředkem kontroly, nese odpovědnost, porovnává zobrazovací moc figur jako prostředků zprávy; ve vztahu k volnosti obrazových označovaných má text reprezentativní hodnotu a my můžeme vidět, že společenská ideologie a morálka jsou to nejdůležitější, co lze na této úrovni odhalit,“ píše Barthes (1991: 29). Znaky použité v titulku upřesňují, proč byla fotografie otištěna, proč je podle tvůrců důležitá, a zároveň obsahují návod, jak ji číst.

Teorie mediální konstrukce reality ukazují na výběrové postupy aplikované ve zpravodajství. Netýkají se jen selekce událostí, ale i obrazové části sdělení (v tištěných médiích jde o to, zda bude text doplněn fotografií, v audiovizuálních jaké obrazové záběry a odkud budou použity). Při analýze obrazových materiálů je potřeba zohlednit, že jednotlivé fotografie / filmové záběry zařazené do určitého souboru (syntagmatu

620 Bachten ale upozorňuje, že ani fotografie jako znak nikdy nebyla objektivní, ale manipulovala zobrazovaným, vždy byla simulací. Její digitální forma tuto skutečnost pouze více zviditelňuje. Srov. Šimůnek (2006).

textu) navzájem ovlivňují svůj význam. Celkové vyznění textu proto může být zcela odlišné než význam jednotlivých použitých znaků, neboť význam jednoho je omezen či usměrňován významem zbývajících.⁶²¹ Preferovaný význam zde vzniká právě záměrnou kombinací jednotlivých použitých obrazů a znaků, které nesou. Na tomto principu fungují i filmová a televizní sdělení. Ačkoli při jejich analýze, zvláště při výzkumu zpravodajských sdělení, pracujeme s jednotlivými záběry kamery samostatně, musíme je následně vždy znovu spojit a posoudit i v rámci celého textu.

Teoretik kulturních studií Stuart Hall zdůrazňuje, že významy nejsou stabilně fixované, ale pouze dočasné, a proto je při jejich dekodování potřeba zohlednit, jaké významy jsou právě aktuální, a propojit je se strukturami moci, jež jsou významem a souvisejícím věděním udržovány. Význam je plovoucí a znaky s sebou nesou množství konotací, ale mnohost potenciálních významů sdělení je tvůrcem omezována s cílem učinit jeden z nich privilegovaným – dominantním. „Je třeba zdůraznit, že neexistuje jediná správná odpověď na otázku ‚Co daný image znamená?‘ Neexistuje totiž žádná garance toho, že by věci měly určitý význam, který by se nemohl v průběhu času měnit. Význam není ani přímý, ani transparentní a nepřežívá průchod reprezentací v nečinnosti. Je to kluzký zákazník, měnící a posunující se s kontextem, užíváním a historickými okolnostmi. Proto nikdy není finálně ukotven. Vždy je znovu ustavován a vychylován tak, aby korespondoval s novými situacemi“ (Hall 1997: 10). Proto bychom se při analýze neměli ptát, zda jsme význam dekodovali správně, ale či je to význam (Hall 1997: 228). Jakému uspořádání společnosti nebo komu dané sdělení vyhovuje? Jaké významy zdůrazňuje a jaké odmítá nebo od nich odvádí pozornost? Právě zde se skrývá kritický potenciál analýzy a to nás opět přivádí k širšímu pojetí analýzy dokumentů, k analýze diskurzu (viz kapitola 9.2).

Dříve, než se k ní dostaneme, nastiňme si ale ještě další postupy analýzy dokumentů, protože nástroje vhodné pro jejich studium, které můžeme v mediálních, kulturních a komunikačních studiích použít, se nevyčerpávají pouze obsahovou a sémiotickou analýzou. Proto zařadím ještě stručnou informaci o dvou výzkumných postupech, historicko-srovnávací metodě a interpretativním čtení. Ani v jednom z těchto

621 Představte si tři obrazy: na první fotografii je smějící se dítě, na druhé polonahé černošské dítě s vystouplým břichem a na posledním snímku jsou peníze. Třetí obraz ovlivňuje zvýznamňování dvou předcházejících, omezuje a posunuje jejich význam, vzhledem k významu, jež by nesly samostatně nebo ve dvojici.

dvou případů nemá smysl mluvit pouze o metodě analýzy mediálních obsahů, protože je možné je využít i k analýze jiných typů dat. Jedná se o svébytné kvalitativní přístupy s vlastním teoretickým ukotvením.

8.2.2 Alternativní postupy analýzy dokumentů

Historicko-srovnávací metoda

Historicko-srovnávací metoda patří do tradice klasického humanitního oboru, historie. Metoda **komparace** však náleží ke standardní výbavě (nejen moderní) vědy. Výraznou tradici využívající tento postup najdeme také ve srovnávací lingvistice, která ji uplatňuje při studiu příbuznosti jazyků. V posledním půl století je dále používána v rámci komparativní politologie⁶²² při zkoumání politických jevů a systémů na pozadí jejich společného původu či dějinné souvislosti a také v právní vědě. Její základ je však v mnohaleté historické tradici.

Výzkum historických aspektů fungování médií i sdělovaných obsahů je od počátku nedílnou součástí zájmu historicky orientované části mediálních studií. Tato linie zkoumání je v historické vědě ukotvena nejen používanými preferovanými výzkumnými postupy, ale i stylem práce a důrazem na širší znalost světových i národních dějin, jež je předpokladem kladení si a zodpovídání historizujících otázek. Současně ji charakterizuje i důraz na znalost jazyků, ve kterých jsou nejčastěji psány historické prameny, tedy na latinu, řečtinu a němčinu.

Právě historické prameny jsou klíčovým zdrojem údajů pro práce tohoto typu. Za historické prameny lze označit veškeré výsledky lidské činnosti, jež napomáhají k rekonstrukci historických procesů či ověřování historických faktů.⁶²³ Historie nejčastěji pracuje s prameny písemnými,⁶²⁴ které rozděluje do tří skupin na: (1) literární (narativní) prameny; (2) prameny institucionální povahy a (3) prameny osobní povahy. Mezi literární jsou vedle odborné literatury a beletrie řazeny prameny historické (anály, kroniky) i publicistické (noviny, časopisy). Písemnosti osobní (subjektivní) povahy zahrnují především osobní i veřejnou korespondenci, paměti a deníky významných osob a veřejných činitelů. Nejobsáhlejší skupinu tvoří prameny institucionální povahy; řadí se mezi ně oficiální

622 Srov. Říchová (2007).

623 Srov. Hroch (1985).

624 Vedle nich stojí prameny nepsané (hmotné, obrazové, audiovizuální) a ústní.

aktový materiál,⁶²⁵ listiny, spisy, pamětní knihy, evidenční a správní knihy (zemské desky, pozemkové knihy a jiné soupisy majetku, urbáře, účetní knihy), záznamy ze sčítání lidu, matriční knihy atd.⁶²⁶ V principu lze většinu těchto pramenů, pokud jsou k tomu dostupné, využít i v rámci mediálních studií.

Předpokladem aplikace historicko-srovnávací metody je ale i studium již publikovaných poznatků o tématu a identifikace souboru pramenů, které se k němu vztahují, zhodnocení jejich dostupnosti⁶²⁷ a následně jejich shromáždění. V některých případech může být obtížné předem stanovit zkoumaný vzorek, protože některý z dokumentů (výzkumných jednotek) může vést k objevení jiného, o jehož existenci výzkumník předem nevěděl, například lze takový odkaz najít v korespondenci. Historikové zpravidla usilují o získání všech dostupných informací a pramenů ke zkoumanému tématu. Následuje jejich kritický rozbor a zhodnocení z hlediska historické výpovědní hodnoty, ověření pravosti,⁶²⁸ věrohodnosti a pravdivosti. Tento přístup předpokládá, že dané prameny jako přímí svědci či aktéři popisované minulosti o ní bezprostředně vypovídají a ona je skrze ně rekonstruovatelná. Proto je klíčová právě jejich věrohodnost a autentičnost; slovníkem metodologie reliabilita. Teprve potom nastupuje výklad pramenů a snaha o rekonstrukci historických jevů, o nichž vypovídají. Kritický přístup spočívá i v nutnosti nahlížet materiály z odstupu, neboť i původní záznamy mohou nést stopy záměrného působení, například politické propagandy z období před rokem 1989 nebo v průběhu válek apod. Údaje uvedené v pramenech je proto potřeba konfrontovat s dalšími zdroji. Badatel přitom může čerpat i z mimopramenných zdrojů, jako jsou jeho osobní zkušenosti nebo poznatky jiných věd. Analýza pramenných materiálů je proto často doplňována analýzou sekundárních zdrojů. Neúplné či chybějící materiály vedou k obtížím s popisem zkoumané události. V takovém případě může výzkumník využít inferenční postupy, kdy ze známých údajů (např. vlastností jednající osoby) usuzuje na konkrétní jednání nebo vývoj události, kterou nemá pramenně doloženo.⁶²⁹ Zároveň je zde prostor pro využití komparace a rekonstruování průběhu události na

625 Za aktový materiál jsou považovány písemné dokumenty o úředním jednání nebo ekonomických opatřeních.

626 Podrobněji viz např. Rameš (2005).

627 Zpravidla jsou uloženy v archivech; v případě médií (např. novin) v knihovnách.

628 Posuzuje se jednak pravost datace a autora pramenu, a dále pravost obsahu.

629 Srov. Hroch (1985).

základě podobnosti s jinými.⁶³⁰ Práce je ukončena syntézou všech zjištění a zpracováním závěrečné publikace. Přitom je zohledňován poměr mezi převzatými poznatky a vlastními nově formulovanými závěry.

V mediálních studiích se ani při aplikaci historicko-srovnávací metody neobracíme hluboko do minulosti, ale řádově pouze dvě stě až tři sta let. Jedná se tedy o období, z něhož se dochovalo značné množství archivních pramenů a které je již historiky poměrně dobře zmapováno. Nejčastěji přitom pracujeme s prameny v podobě novin a časopisů, u nichž je většinou známa přesná datace, doba a místo vzniku, vydání i autor nebo nakladatel. Někdy obsahují i úřední ověření či kolky, a proto je lze považovat nejen za autentické, ale i za důvěryhodné zdroje dat. V rámci mediálních studií se však zpravidla nepokoušíme o rekonstrukci v pramenech zachycených událostí, ale spíše zkoumáme tiskoviny jako takové nebo jejich obsahy jako příklady tvorby novinářů či vydavatelů.

Nicméně i v těchto písemnostech se objevují nepřesnosti, ať už faktické chyby v uvedených údajích, nebo méně závažné gramatické či stylistické nedostatky. Mohou to být například chyby v uvedených jménech či místních názvech nebo překlady. Některé informace mohou být záměrně a systematicky komoleny či uváděny nepřesně nebo zcela vynechány, především pokud se jedná o prameny publikované v nedemokratických obdobích či totalitních politických systémech apod. I v případě práce s tiskovinami je proto na místě revize údajů a jejich srovnání se sekundárními zdroji. Zároveň je nezbytné pamatovat, že se liší nejen jazyk a stylistika, kterými jsou zkoumané materiály psány, ale také že od doby jejich publikace mohlo dojít k významovému posunu jednotlivých slov nebo že v dané době byla spojena se zcela odlišnými konotacemi apod.

Při aplikaci historicko-srovnávací metody volíme mezi dvěma základními postupy: (1) **synchronním** a (2) **diachronním**. V prvním případě provádíme paralelní studium více objektů zkoumání ze stejného časového období, například obraz pohřbu Tomáše Gariggua Masaryka v dobových českých denících. Ve druhém se soustředíme pouze na jeden objekt, například týdeník *Květy*, a sledujeme jeho vývoj a proměny od 1. ledna 1834, kdy jej s podtitulem *Národní zábavník pro Čechy, Moravany a Slováky* začal vydávat královéhradecký podnikatel Jan Hostivít Pospíšil. Diachronní analýza umožňuje zachycení vývoje a zpravidla postupuje chronologicky podle pomyslné časové osy od založení do současnosti nebo do zániku média, případně od narození do smrti novináře. Oproti tomu synchronní přístup se soustředí jen na určité poměrně úzce

630 Srov. Zwetler, Vaculík, Čapka (1996).

stanovené časové období, a proto mu někdy bývá vytýkáno, že je příliš statický. Není proto výjimkou, když jsou ve větších projektech přítomné obě optiky a jejich poznatky se v závěru doplňují.

Metodu komparace však nelze redukovat na jakékoli porovnání.⁶³¹ Paradoxně sice metoda anoncuje snahu odhalování rozdílů, ale nejdůležitější podmínkou její aplikace je shoda porovnávaných entit v základních parametrech. Nelze totiž komparovat dva objekty, které vykazují zásadně odlišné základní vlastnosti. V případě médií může jít například o odlišnou periodicitu⁶³² nebo tematické zaměření. Nemá smysl srovnávat údaje v deníku a měsíčníku nebo v politickosatirickém a lifestylovém časopise ani například v *MfDnes* a *Blesku*. Podobně problematický je záměr komparovat propagandu v období od 1. října 1938 do 8. května 1945 v nacistickém Německu a v období tzv. druhé republiky a protektorátu Čechy a Morava.⁶³³ Při přípravě výzkumu, který má být veden historicko-srovnávací metodou je proto předem potřeba dobře promyslet, s jakými materiály chce výzkumník pracovat a jaké má k dispozici.

Základní kroky pro přípravu komparativní metody tvoří:

1. vymezení objektu komparace a časového období zkoumání (výběr souboru zkoumaných médií/titulů/článků);
2. stanovení cíle komparace včetně rozhodnutí o volbě synchronního či diachronního přístupu;
3. určení kritérií komparace (stanovení proměnných a sledovaných vztahů mezi nimi).

Všechny uvedené volby musejí být provedeny před započítím analýzy. Především je potřeba věnovat pozornost volbě kritérií komparace, která musejí být uplatnitelná na všechny objekty zahrnuté do výzkumu. Zpravidla posuzujeme vlastnosti zkoumaných objektů. Výstupem pak může být například jejich typologie vytvořená na základě rozboru jejich shodných rysů a odlišností. Podle obsažených shodných znaků sdružujeme jednotlivé zkoumané objekty do širších kategorií, typů. Podobně postupujeme při snaze o periodizaci delšího zkoumaného časového období. Vymezujeme kratší časové úseky, jež mají společný charakter,

631 Dochází zde tak k určitému jazykovému nesouladu, kdy oficiální české označení historicko-srovnávací metoda evokuje právě srovnávání, vůči kterému se metodikové oboru ohrazují.

632 Každé periodikum obsahuje odlišný prostor, a tedy i různé množství pramenného materiálu, který mohl být věnován zkoumanému tématu. Do určité míry lze tuto odlišnost tzv. obejít, pokud budeme srovnávat relativní četnosti výskytů, ale není to příliš obvyklé. Pozor tedy například při srovnávání deníku *Hospodářské noviny*, který vychází jen pětkrát v týdnu, s ostatními celostátními tituly.

633 Vysvětlení viz např. Končelík, Orság, Večeřa (2010).

který vystihuje dění v daném období. V diachronní analýze si naopak všímáme, jak se zkoumané jevy proměňují v těchto časových periodách. Při kombinaci synchronní i diachronní optiky lze sledovat změny vývoje určitého jevu v širším kontextu a porovnávat odlišnosti v rámci různých států či mediálních systémů. Například proměny fungování cenzury v českých zemích před a po roce 1848 a po vzniku Rakousko-Uherska v roce 1867.⁶³⁴

Stejně jako jiné přístupy má při studiu médií historicko-srovnávací metoda své místo a svojí niku výzkumných problémů, k jejichž řešení je vhodná. A stejně jako jiné má její uplatnění svá rizika. To hlavní, kterému při aplikaci historicko-srovnávací metody musíme čelit, je dvojitý a současně jednou stránkou téže mince. Znamená to nezdůrazňovat či naopak nepřehlížet rysy, jež mají komparované objekty společné nebo obráceně, kterými se odlišují. Paradoxně vznikají studie, jež se soustřeďují právě jen na společné či jen na rozdílné rysy určité skupiny objektů. Použití pouze jedné optiky je však nedostatečné a měli bychom zohlednit obě.

Zásadní odlišností tohoto přístupu vzhledem k jiným postupům analýzy dokumentů, o kterých jsme mluvili, je způsob práce s daty a nahlížení na zkoumané jevy. Historii je do značné míry vlastní pozitivistický přístup ke zkoumání, jenž dovoluje z analyzovaných pramenů rekonstruovat průběh historických událostí, ke kterým se vztahují. V mediálních studiích se však v současnosti stále více prosazuje spíše optika konstruktivistická. Závěry takto vedených studií se tedy omezují na to, jak zkoumané zdroje o události vypovídaly, nikoli jaká byla událost sama o sobě a jak probíhala, s čímž se setkáváme v historii. Proto je použití historicko-srovnávací metody na poli mediálních studií zcela legitimní. Je však potřeba ukotvit ji do vhodného širšího epistemologického rámce a přizpůsobit výzkumné otázky. Jinými slovy, využít technický postup aplikace metody a nesnažit se o rekonstrukci zachycené minulosti, nýbrž vypovídat o jejím mediálním obrazu.

Interpretativní čtení

Jako další postup analýzy dokumentů představím kvalitativní techniku **interpretativního čtení**. Tento postup navrhla Jane. C. Kronicková (1997) jako možnost zpracování rozsáhlých textových souborů kvalitativními analytickými postupy.⁶³⁵ Ačkoli Kronicková mluví primárně o postupu

634 Podrobněji viz např. Bednařík, Jirák, Köplová (2011).

635 Pole analýzy dokumentů vymezuje na jedné straně obsahovou analýzou a na druhé hermeneutikou.

analýzy dokumentů, spíše než za specifickou techniku bych ji označila za přístup ke kvalitativním datům. V tomto smyslu se tedy jedná o analytický postup, který je nakročením k tématu, jemuž bude věnována následující kapitola. Při stanovení tohoto postupu analýzy se autorka inspirovala v humanitních, hlavně literárněvědných oborech, především **hermeneutikou**.⁶³⁶ Hermeneutická interpretace klade důraz na detailní porozumění textu. O výklad textu usiluje především postupem hledání významu uvnitř jeho samotného, avšak s ohledem na kontext, v němž vznikl. Do interpretačního procesu přitom výzkumník vnáší i vlastní předporozumění (*Vorverständnis*), které vzniká při prvotním seznámení se s analyzovaným materiálem. Tuto představu následně koriguje dalším čtením textu a postupně ji zpřesňuje, jak v průběhu procesu interpretace dochází ke zlepšování porozumění textu. Protože se jedná o značně časově náročný analytický postup, soustředí se většinou pouze na jeden text zásadní důležitosti (nebo dokonce jen na jeho část). To je však pro analýzy mediálních sdělení většinou příliš omezující.

Dříve než se zaměřím na metodu interpretativního čtení, musím zdůraznit (a zopakovat), že interpretace textu neznamená jeho převyprávění z pohledu čtenáře ani výzkumníka. Interpretace není výkladem názoru badatele o smyslu textu,⁶³⁷ ale „cestou za“ text k obecněji platnému a kulturně sdílenému významu.

Kronicková (1997) upozorňuje na dvě základní specifika dat zpracovávaných v sociálních vědách: (1) častou absencí autora, a proto i nesignifikanost pátrání po tom, co bylo jeho záměrem sdělit; (2) sníženou či nejasnou integritu zkoumaného textu. Obě kategorie jsou zpravidla základními vodítky pro interpretaci literárních textů, Kronicková proto hledá a navrhuje jiná.

636 Historicky je hermeneutika spojována s dovedností správně vyložit smysl biblických textů, ale v posledním století se stále více prosazuje jako vědecká metoda hledající porozumění textům různého rázu; rozvíjená Friedrichem D. E. Schleiermacherem, Martinem Heideggerem, Hansem Georgem Gadamerem a dalšími. Podrobněji viz např. Pokorný (2006). Současnou hermeneutiku charakterizuje pluralita teorií, přístupů a metod, jedná se o specifický postup interpretace lidského jednání (existuje ale i přístup označený jako objektivní hermeneutika, vyvinutý Ulrichem Oevermannem). Nezbytnou součástí úspěšné hermeneutické interpretace je znalost historických okolností vzniku textu i jeho autora, neboť pro odhalení významu textu je potřeba zohlednit jeho kulturní, historický i literární kontext a do jisté míry i porozumět psychologii autora. Zároveň ale v každé historické epoše je dílo rozuměno specifickým způsobem, proto jsou veškeré interpretace jen prozatímní a nelze vytvořit obecně platnou interpretaci. Ne nepodstatná je i role čtenáře, který k textu přistupuje s určitým předporozuměním, jež si musí uvědomit, neboť není pouhou reprodukcí významu, ale jeho spoluvytvářením. Podrobněji viz např. Hendl (2005).

637 Srov. Fay (2002).

Protože většinou není možné analyzovat všechna dostupná data vztahující se ke zkoumanému problému, je prvním zásadním krokem výzkumu právě výběr textů k interpretaci. Voleny jsou záměrně na základě jejich důležitosti pro zkoumané téma, nikoli v závislosti na požadavcích reprezentativity jako u pozitivisticky vedených výzkumů. Významnost zvoleného textu je buď historická, kodifikační či profesní (např. Etický kodex reklamních agentur), nebo je vhodným reprezentantem širší skupiny textů. Volba vhodného textu je velmi důležitá, protože (časově náročný) rozbor vedoucí k porozumění jeho významu má současně přispět k obecnému prohloubení vědění v daném oboru. Ale to, že k interpretaci vybíráme jen určité texty, neznamená, že výzkumník není seznámen s obsahem ostatních. I zde platí obecný předpoklad hermeneutiky, že správně porozumět určité části textu je možné pouze ve vztahu k celku a naopak; celek získává smysl až na základě porozumění jeho částem. Interpretovat bychom tedy neměli začít dříve, než se seznámíme s celým textem, okolnostmi jeho vzniku i jeho kontextem. Text je potřeba analyzovat holisticky a porozumět mu jako celku. Základním imperativem je pochopit text z jeho vlastního kontextu (doby vzniku a působení) či diskurzu, ve kterém byl pořízen. To od výzkumníka předpokládá nutnost opřít se od vlastního pohledu a současného kontextu analýzy nebo aktuálního výkladu. Pozornost by měl věnovat otázkám: Jak text vznikl? Za jakých podmínek? S jakým účelem? Jaký byl vztah mezi mluvčími? Případně i: Jaké pokyny dostal tazatel pro vedení rozhovoru? Ale jak už jsem naznačila výše, často tyto údaje k dispozici nemáme.

Samotnou interpretaci zahajuje formulace nástinu významu o čem text je, kterou je následně korigována tím, jak se výzkumník s materiálem seznamuje podrobněji. Postupuje od výkladu jednotlivých slov a kratších pasáží k větším celkům a zpětně se znovu vrací k dílčím částem.⁶³⁸ Kopíruje tedy postup hermeneutickým kruhem. Při každém dalším procházení většího celku textu ale přibírá i část kontextu, a tak rozšiřuje sféru, ve které je interpretace ukotvena. Jedná se spíše o interpretační spirálu než kruh, protože se nevrací do stejného bodu, ale naopak postupně zvětšuje perspektivu, z níž na text nahlíží, a vytváří význam jeho částí i celku. Pojistkou adekvátnosti výsledné interpretace je širší optika a zároveň výzkumníkova odborná erudice. Na rozdíl od postupu zakotvené teorie, která odsouvá stranou dosavadní teoretické koncepty a čeká, co se z dat vynoří, při interpretativním čtení jsou hlubší

638 Případně si celý delší text můžeme rozdělit na menší celky, provést analýzy nejprve v těchto částech a následně je opět interpretačně spojit. Žádná část textu ale z analýzy nemůže být vynechána.

vědecké zakotvení a příprava badatele nezbytné.⁶³⁹ Interpretující musí být schopen vymezit odpovídající teoretický rámec interpretace a klást si otázky, jež napomohou její validizaci.

Při analytické práci je důležitý smysl pro detail a správné pochopení jádra komunikace a významu jednotlivých slov. Opět platí, že žádnou interpretaci nelze předem považovat za evidentní, ale je třeba ji testovat a ověřit její správnost. Pozornost je potřeba zaměřit především na identifikaci a vysvětlení neurčitých obrátů či zájmen. Například co znamená tvrzení: „To je jasné?“ K čemu odkazuje (co je „to“?), ke komu se vztahuje („komu“ je jasné?) a v čem spočívá „být jasným“? Podobně prohlášení: „Byli to naši“. Koho má na mysli mluvčí odkazem na skupinu, s níž se identifikuje? Jsou to rodiče, Češi, spolužáci, kamarádi scházející se v určité restauraci, členové redakce, vojáci nebo fotbalisté mezinárodního týmu? Kronicková (1997) uvádí příklad: „Události loňského roku ukazují“ a ptá se: Jaké „loňské události“? Při interpretaci se výzkumník neobejde bez znalosti širšího výkladového rámce (diskurzu), protože část sdělované informace může být v textu obsažena jen implicitně a záleží na čtenáři, zda ji odhalí.⁶⁴⁰ Zde je zřejmá podstatná role, již hraje kontext textu, i to, komu byl určen. Zda mezi tvůrcem a čtenářem mohlo existovat nějaké nevyjádřené společně sdílené vědění (sdílené sociální reprezentace), na které text odkazuje, apod. A jsou tu i další úskalí: Jak interpretovat vtip nebo jak v textu odhalit ironii? Podobně při použití specifických jazykových obrátů, ať už odborných, nebo slangových, či z profesní mluvy, nářečí apod., stejně jako při interpretaci použitých rétorických figur (metafor apod.) či klišé, které odkazují ke kulturně sdíleným významům, i v takových případech je nutná znalost kontextu.

Badatel v datech hledá a vyzdvihuje znaky, jež nejlépe vystihují celý datový soubor. Odpovídá si na otázky vztahující se k dílčím částem textu a následně posuzuje adekvátnost odpovědí v širším rámci celého textu. Současně formuluje alternativní výklady a argumenty, proč některé z nich zamítá jako nesprávné. Odpověď na otázku, proč jsou některé interpretace

639 „I tak volná metodologie, jakou je interpretativní přístup, vyžaduje hluboké vědecké poznatky, neboť se spoléhá na adekvátní porozumění kontextu a na zdůvodněné odmítání jiných, alternativních vysvětlení.“ (Kronicková, 1997: 60)

640 Kronicková (1997) cituje Gadamerův důraz na odhalování vztahů, jež jsou v textu skryty. Gadamer připouští variabilitu interpretace jednoho a téhož textu různými interprety. Příčinou je tzv. historicky ovlivněné vědomí, které jedince ukotvuje v určité historické a kulturní situaci. Proto je nutné interpretovat části i celé texty v odpovídajících souvislostech, neboť jejich významy jsou proměnlivé. Gadamer nepředpokládá souznění mezi čtenářem a autorem textu a nezdůrazňuje nutnost odhalit záměr autora. Naopak primární je otevřenost čtenáře při rozhovoru s textem a výkladu toho, co je důležité právě pro něj. Podrobněji viz např. Gadamer (1999).

nesprávné, je opět potřeba najít v datech. Při argumentaci využívá i méně pravděpodobných či protikladných interpretací k prokázání validity té preferované. Různé v datech nalezené důkazy a zdůvodnění mají odlišnou váhu a vysvětlovací schopnost. Například opakovaný výskyt použití určité metafory v mediálním sdělení může mít pro význam textu větší důležitost než ojedinělé expresivní označení apod. Interpretačním vodítkem může být také zdánlivá (ne)logičnost textu, jeho stavby a argumentace.

Nezbytné je opakované procházení textu a neustálá reflexe sebereprojevtování se do navrhované interpretace výzkumníkem, aby v datech nenacházel to, co jí odpovídá, a nepřehlížel nekorespondující rysy. Stejně tak je potřeba být otevřený kritice druhých, jež může upozornit na vlastní profesní slepotu či nedostatečně zdůvodněnou interpretaci. Kronicová navrhuje prověřit validitu závěrečné interpretace pomocí čtyř kritérií:

1. **konzistence interpretace** jednotlivých částí s interpretací celku a tím, co víme o okolnostech, ve kterých vznikl;
2. **celistvost interpretace**, zda byly zohledněny všechny důkazy;
3. **přesvědčivost interpretace**, zda je možné výroky v textu zvýznamnit i jiným způsobem a
4. **smysluplnost interpretace**, zda přispívá k celkovému porozumění a rozšiřuje vědění oboru.

V neposlední řadě autorka zdůrazňuje nezbytnost neustálého zapisování si dílčích i obecnějších interpretací, včetně zpětné revize již vypracovaného. Přitom není výjimkou, když je výsledná interpretace textu výrazně delší než samotný analyzovaný text. Je však potřeba udržet pro čtenáře přijatelnou délku a interpretaci i její argumentaci pečlivě formulovat.

Postup interpretativního čtení⁶⁴¹ dává na jedné straně výzkumníkovi velký prostor, ale zároveň vyžaduje jeho vysokou ukázněnost a sebereflexi. Přitom předpokládá dobrou znalost zkoumaného problému i diskurzu, jehož je text součástí, a zároveň orientaci v odpovídajícím teoretickém rámci. Jedná se o metodu na aplikaci poměrně pracnou a časově náročnou, která si příliš nezadá s ještě obsáhlejší analýzou diskurzu, o které více v kapitole 9.2.

641 Podrobněji viz např. Denzin, Lincoln (2000).

Kvalitativní analýza dat

9.

„Co odlišuje silnou interpretaci od slabé, je její obsáhlost (hutnost) a elegance, společně se schopností vysvětlit celou řadu relevantních dat a zahrnout případy tak výstižně, jak je jen možné.“
(Hansen a kol. 1998: 9)

Zatímco v šesté kapitole jsme se věnovali sběru dat, v předchozí jsme se přehoupli k jejich analýze a také zde se zaměříme na postupy zpracování dat. Zatímco při realizaci kvantitativního šetření má badatel výzkumnou cestu vytyčenou hypotézami, které formuloval a jež ukazují, jaké statistické procedury a testy musí udělat, aby mohl posoudit jejich platnost, na poli kvalitativním je takřka ponechán svému osudu a je jen na něm, jak se s průběžně získávanými daty a jejich zpracováním vypořádá. Kvalitativní výzkum vyžaduje značnou erudici, zkušenost, přehled v oboru, ale i talent, intuici či imaginaci.⁶⁴² Jeho výsledky přitom nelze předem odhadnout, neboť jsou zásadně závislé na datech, která se podaří získat v terénu.⁶⁴³ Návody, jak postupovat a jak v kvalitativních datech hledat podstatné údaje a dospět k podstatným zjištěním, jsou značně obecné. Samotná práce s daty spočívá především v opakovaném procházení, pročítání, třídění, seskupování, kategorizování, promýšlení a přeuspořádávání dat, s cílem odhalit skryté významy a struktury a formulovat nové poznatky. Rozhodně bychom se při kvalitativní analýze neměli spokojit pouze s uspořádáním dat vzhledem k jednotlivým zkoumaným

642 Nesouhlasím ale s těmi, kteří realizaci kvalitativního výzkumu označují za umění, např. Denzin, Lincoln (2000).

643 Srov. Loučková (2010).

podtématům a jejich deskripcí.⁶⁴⁴ Ta je součástí každé analýzy a zároveň jejím výchozím bodem. Podstatou práce s kvalitativními daty je jejich interpretace, odhalování a specifikace jejich významu. Základní technikou spojenou se snahou o porozumění a výklad významu je **hermeneutika**⁶⁴⁵, ne nadarmo Wilhelm Ch. L. Dilthey usiloval o to, aby byla obecnou metodou veškerých duchovních věd.⁶⁴⁶ Hermeneutická tradice stojí v základu kvalitativního přístupu zkoumání. Je součástí kritiky pozitivistických přístupů a vychází z názoru, že sociální realitu je možné poznat pouze pomocí porozumění.

Nejjednodušší vymezení kvalitativního výzkumu tvrdí, že pracuje s daty kvalitativním způsobem,⁶⁴⁷ ale platí i tvrzení, že pracuje s měkkými daty. Na druhé straně je pravda, že kvalitativní data v podobě textů lze zpracovávat i kvantitativními (statistickými) postupy (např. obsahovou analýzou)⁶⁴⁸. Není to ale obvyklé, a hlavně se standardizovanými strukturovanými daty se takto pracuje lépe, snáze a rychleji. Kvalitativní data jsou tedy určena primárně pro kvalitativní postupy analýzy.

Kvalitativní postupy jsou vhodné v případech zkoumání nových fenoménů, o nichž zatím ještě mnoho nevíme. Teorie, které na jejich základě budou formulovány, mohou být následně testovány kvantitativně. Z dlouhodobého pohledu se ukazuje, že existují témata, jež je obtížné zkoumat standardizovaně a pomocí kvantifikovaných dat. Jde především o výzkumy, kdy chceme porozumět zkušenosti jedinců (se

644 Na analýzu kvalitativních dat a na výstupy z takových šetření existují značně odlišné pohledy. Zásadní neshoda spočívá v názoru, nakolik data interpretovat. Nejradikálnější postoj se domnívá, že data je možné pouze shromažďovat, ale dále by měla být prezentována přesně v té podobě, jako věrný přepis, bez jakékoli úpravy a zásahů výzkumníka. Zdůrazněna je zde optika vypovídajících individuí a jejich porozumění tématu. Jakékoli uspořádávání materiálů je již jejich interpretací a redukcí provedenou zvolenou optikou badatele.

Naproti nim stojí zastánci tvorby nových teorií induktivně vyvozených z dat. Nejen ti se domnívají, že jakákoli data sama o sobě nemají velký význam, ten je potřeba z nich vyabstrahovat, respektive jim připsat. Výpovědi jedinců jsou vždy subjektivní, a proto jsou analyzovány, zobecňovány a interpretovány výzkumníkem, který by měl respektovat požadavky intersubjektivnosti. Klíčové je vytváření daty podložených teorií, jež pomáhají porozumět světu, v němž žijeme, a mohou být východisky dalšího jednání. Jednotlivá data jsou zde používána pouze jako ilustrační příklady zobecněných tezí. Zatímco výsledné teorie jsou vysvětlující, postupy, které neaspírují na jejich vytvoření, zůstávají na rovině popisné.

645 Podrobněji viz podkapitulu 8.2.2.

646 Podrobněji viz kapitola 1.

647 Srov. Konopásek (1997).

648 V principu i v bohatých datech získaných např. technikou hloubkových rozhovorů lze pouze vyhledávat kvantifikovatelné údaje a zpracovávat je statisticky (viz kapitola 8.1), což naopak není možné.

ztrátou blízkého, se vztahem s osobou žijící v jiné zemi, s náboženskou konverzí, s životem v undergroundové komunitě, se zaměstnáním válečného reportéra, se závislostí na hraní on-line her nebo na sociálních sítích apod.), která je velmi obtížně zachytitelná tvrdými daty. I v oblasti mediálních a kulturních studií je značné množství témat, jež jsou výrazně vhodnější pro kvalitativní výzkum.

Zpracování kvalitativních dat spočívá ve dvou následných krocích, jejich analýze a interpretaci. **Analýzou** rozumíme postupy třídění dat, při nichž soubory dat (např. přepsané rozhovory) strukturujeme a rozčleňujeme na dílčí úseky, jež se stávají základními podklady následné interpretace. Role výzkumníka spočívá především v nalezení a stanovení adekvátních kritérií k rozdělení dat (podle obsahu, jazyka či formy), specifikaci vlastností vzniklých podskupin dat a odhalení jejich výpovědní hodnoty pro výzkum. Následně se badatel v procesu **interpretace** snaží rekonstruovat a vysvětlit smysl dat, a to s ohledem na kontext jejich vzniku, případně osobnost informanta. Interpretace neznamená spekulovat či domýšlet si, co chtěl informant říci, ale nevyjádřil to dostatečně přesně (nebo vůbec). Nemá smysl ani převyprávět to, co řekl, jinými slovy.⁶⁴⁹ Zde se skrývá zásadní úskalí práce s kvalitativními daty, a to jak tzv. přeinterpretace,⁶⁵⁰ tak vnášení či podsouvání vlastních soudů či očekávání výzkumníka. V ideálním případě by se na zpracování dat měl podílet výzkumný tým, tak aby interpretační tendence jednotlivých členů byly usměrňovány ostatními. Postupovat lze i tím způsobem, že výzkumníci s daty pracují nezávisle a teprve následně srovnávají své analytické postupy a výsledky interpretací. Jejich spolupráce by neměla vést k dosažení vzájemné shody, ale k nalezení příčin odlišností v interpretacích jednotlivých členů týmu a k reanalýze dat. Určité přístupy by jako závěrečný výstup akceptovaly i pluralitu zdůvodněných interpretací, doplněných kritickou reflexí výkladových postupů jednotlivých badatelů. Především pro konstruktivistické a interpretativní směry je různost možných interpretací inherentní součástí jejich vidění sociální reality a může odrážet různost pohledů odlišných aktérů apod. Podobně respektující je k alternativním výkladům i orální historie⁶⁵¹.

649 Toto riziko se často dostavuje při analýze mediálních sdělení, kdy výzkumníci, místo aby je analyzovali podle stanovených kategorií, sklouzávají k převyprávění toho, o čem média informovala.

650 Riziko přeinterpretování hrozí v případě zaujetí výzkumníka tématem, kdy v datech nachází významy a na jejich základě formuluje tvrzení, která ostatním odborníkům přijdou neadekvátní.

651 Viz kapitola 6.2.

Interpretace je to zásadní a také to nejsložitější, s čím máme ve výzkumu tu čest. Do jisté míry jde o to, nahlížet dostupná data novým, pro daný obor relevantním a pro širší vědeckou komunitu přesvědčivým způsobem. Není jednoduché tento proces popsat a specifikovat, jak postupovat, už vůbec ne. Do značné míry jde o výsledek přípravy, cviku, citu a odborné (sociologické) imaginace⁶⁵². Pokusím se uvést alespoň základní kroky, které je nezbytné při analýze kvalitativních dat uskutečnit. Pomohu si přitom tzv. **zakotvenou teorií**, přístupem, jenž bývá mylně s kvalitativním výzkumem ztotožňován, i když se jedná pouze o jeden z možných postupů. Například Miovský (2006) jako kvalitativní postupy analýzy využívané v psychologickém výzkumu, kromě zakotvené teorie, uvádí metody:

- ▶ **srovnávání a odhalování kontrastů** – výzkumník pracuje s daty o dvou nebo více jednotkách a všímá si jejich podobností a odlišností v předem stanovených kritériích;⁶⁵³
- ▶ **vytváření trsů** – spočívá v uspořádávání částí dat do kategorií na základě jejich podobnosti, například podle společného tématu nebo místa či času, ke kterému se váží;
- ▶ **zachycení vzorců** – navazuje na předchozí postup a soustředí se v datech na vyhledávání opakujících se struktur (vzorců);
- ▶ **faktorování** – usiluje o nalezení faktorů, jež ovlivňují zkoumaný jev, ale mají většinou charakter latentních proměnných, které nejsou přímo pozorovatelné a v datech obsažené explicitně;
- ▶ **narativní rekonstrukce** – slouží k rekonstrukci jevů nebo procesů na základě kvalitativních dat, příkladem je analýza biografických dat a vytváření životního příběhu (kazuistiky).

Mezi další metody kvalitativní analýzy dat bývají řazeny: fenomenologická analýza, etnografie nebo případová studie.⁶⁵⁴

Odlišná pojetí výstupů z kvalitativní analýzy dat

Různé přístupy se neliší pouze tím, jak při analýze postupují, ale i tím, v jaké podobě prezentují své závěry. Například podle některých etnografických tradic, mají získaná data sloužit jako podklady ke zprostředkování **vyprávění z terénu**. Autor tohoto pojmu a zastávce kritické antropologie

652 Tak, jak o ní psal Ch. W. Mills (2002), viz níže.

653 Podrobněji o pravidlech srovnávání v podkapitole 8.2.2 o historicko-srovnávací metodě.

654 Srov. Hendl (2005), Denzin, Lincoln (2000).

John Van Maanen⁶⁵⁵ (1988) rozlišuje tři formy výstupů etnografické práce: **realistické** (*realist*), **impresionistické** (*impressionists*) a **svědecké** či **zpovědní** (*confessional*). Základní dualita mezi těmito přístupy kopíruje odlišnost tradice pozitivistické na jedné a fenomenologické či interpretativní na druhé straně. V **realistickém vyprávění** není přítomna postava výzkumníka či vypravěče, respektive ten je zde vševědoucím objektivním guru, jenž sděluje poznané. Pozorované je předkládáno jako fakta o poznatelném vnějším světě a dokládáno citáty z materiálů získaných při terénní práci. Prezentovaná data jednoznačně podporují daný výklad, alternativní interpretace zde nejsou na místě a v principu ani nejsou možné. **Svědecké vyprávění** je rozšířenou variantou realistického a má sloužit k jeho doplnění, přiblížení širšího kontextu a ukázat použité výzkumné postupy etnografa a jeho interpretační práci. V tomto typu prezentace autor dostává značný prostor pro vyjádření svých předpokladů. Svědecké vyprávění připouští i alternativní vysvětlení, ale nikoli na úkor výsledného dojmu adekvátně provedené etnografické práce a autorovy sebereflexe.⁶⁵⁶ Naopak **impresionistické** vyprávění neaspiruje na objektivní popis zkoumané kultury ani nedává výrazný prostor pro osobní vyjádření autora, ale usiluje o vtažení čtenáře a zprostředkování mu úhlu pohledu pracovníka v terénu. Zprostředkované vědění je často fragmentarizované, což má odrážet neuzavřenost, složitost a nejednoznačnost zkoumané reality. Narativní rovina takového vyprávění je často umocněna personalizací či pojmenováním vystupujících postav a použitím uměleckých, literárních jazykových postupů, které mají přesvědčit čtenáře o autentičnosti prezentovaného. Důležitější než objektivita sdělení je, nakolik tzv. drží pohromadě, zda je přesvědčivé a dokáže čtenáře udržet. Jde o citové vtažení publika do líčených událostí, které mu má umožnit získat bezprostřední dojem o událostech.

Ačkoli jsem předběhla a přeskočila do zcela jiného paradigmatu, ukazují tím na relevantní otázku, která se týká i prezentace výsledků zakotvené teorie (viz níže) a je na místě i v rámci výzkumů mediálních a kulturních studií. A ta zní, do jaké míry či zda vůbec má v závěrečné zprávě vystupovat postava výzkumníka. Jak ukazuje varianta svědeckého vyprávění, jsou vědecké tradice, patří k nim například některé přístupy feministické kritiky, které dávají autorovi/ce značný prostor pro vylíčení

655 Obecně Van Maanen (1988) klade důraz na kritickou rovinu analýzy, jež se snaží zasadit pozorované do širších společenských a mocenských vztahů a upozornit na špatné poměry v určité situaci.

656 Za specifickou variantu odpovídající tomuto postupu lze považovat tzv. antropologii antropologie, ve které dochází k vnitřní reflexi antropologie samotné. Viz např. Sangren (2007).

osobního zaujetí na výzkumném procesu. Většina přístupů se však staví na stranu opačnou. Pro rozvoj vědních oborů jsou klíčová zjištění, nikoli subjektivní prožitky badatele v průběhu jejich formulování. To ovšem neznamená, že se z výzkumníka stane neviditelné individuum bez vlastností. Výzkumník (pozorovatel, tazatel) je součástí zkoumané situace (interakce s informanty) a svou přítomností ji ovlivňuje, což je potřeba při prezentaci závěrů výzkumu zohlednit. Stejně tak text nemůže být prost reflexe jeho osobní angažovanosti, zaujetí tématem či výčtem oblastí, v nichž z těchto důvodů hrozí riziko nepřesné interpretace.

9.1 Zakotvená teorie

„V sociologii jde primárně o rekonstrukci a interpretaci cizí promluvy, která nám zprostředkovává sociální realitu.“

(Alan 1994:11)

Přístupem, který se pokusil formalizovat proces kvalitativní práce s daty a přitom kladl důraz na validitu a reprezentativitu těchto šetření (podobně jako kvantitativní paradigma), je právě **zakotvená teorie** (*grounded theory*, dále GT). Již samotné označení je terminologicky nestandardní a nepřesné, neboť pojmenovává jak samotný postup zkoumání, tak jeho výsledek. Nejedná se o teorii, ale o souhrnný přístup či strategii pro sběr i analýzu dat kvalitativního rázu. Odkaz na teorii v názvu má vystihovat základní snahu takto pracujícího výzkumníka dospět postupnou abstrakcí (induktivně) k formulaci nové, z dat vyvozené teorie.⁶⁵⁷ Autoři Barney G. Glaser a Anselm L. Strauss tento přístup rozvíjejí od šedesátých let 20. století. Teoreticky přitom vycházejí ze symbolického interakcionismu George H. Meada (1975) a sociální psychologie Herberta Blumera; byli ovlivněni tradicí výzkumů Chicagské školy,⁶⁵⁸ ale i výzkumy Lazarsfeldovými.⁶⁵⁹ Navržený postup výzkumu proto odráží jak důraz na konstruování významu jednání a jevů samotnými jedinci v každodenním

657 Právě odvození z empirických dat je její silnou stránkou, která jí má pomoci prosadit se vedle konkurenčních laických i odborných interpretací.

658 Podrobněji viz kapitola 6.3.

659 Podrobněji viz kapitola 8.1 nebo např. Jeřábek (1997).

životě, tak v podstatě pozitivistické požadavky na vědeckost,⁶⁶⁰ například na intersubjektivitu, kontrolovatelnost či širší zobecnitelnost⁶⁶¹ výstupů. Zároveň ale kladou důraz na to, aby výsledná teorie byla srozumitelná těm, o nichž vypovídá a jejichž jednání vysvětluje. Ačkoli je GT standardně spojována s analýzou výpovědí informantů, lze tento postup využít i při zpracovávání dokumentů, tedy pro práci s texty, které nevznikly přepisem rozhovorů. Postup jejich zpracování zůstává stejný, liší se však otázky, jež si výzkumník klade.

Historicky lze odlišit dvě linie zakotvené teorie, starší objektivistickou⁶⁶² a novější konstruktivistickou. Odlišuje se i původní postup formulovaný společně Glasserem a Straussem od linie, kterou dále rozvíjel Strauss s Corbinovou (viz níže).⁶⁶³ Postup, který je aplikován dnes, je spojen s tzv. druhou vlnou zájmu o tuto metodu z přelomu tisíciletí, jež je ovlivněna sociálním konstruktivismem a na data nahlíží jako na vytvářená ve sdíleném zážitku výzkumníka s participanty.⁶⁶⁴ Práce s daty je konstrukcí, ve které jsou umisťována do kontextu (lokálního, časového či sociokulturního), ale také odráží výzkumníkův proces uvažování. Inherentně je zde obsažen předpoklad: „a) existence více realit; b) data odrážejí výzkumníkovy a vzájemné badatelsko-participantské konstrukce a c) výzkumník vstupuje do a je ovlivněn světem participantů“ (Charmazová 2003: 314). To vysvětluje důraz kladený na jazyk a pojmenování použité pro označení jevů a ukazuje, že tento přístup poskytuje interpretaci zkoumaného světa, nikoli jeho exaktní obraz.

660 „Zakotvená teorie je vědecká metoda. Její postupy jsou navrženy tak, že pokud jsou pečlivě dodržovány, zcela splňují všechny požadavky kladené na ‚dobrou‘ vědu: validita, soulad mezi teorií a pozorováním, zobecnitelnost, reprodukovatelnost, přesnost, kritičnost a ověřitelnost.“ (Strauss, Corbinová 1999: 17)

661 Vzhledem k proměnlivému charakteru sociální reality a její komplexitě však nelze požadavku reprodukovatelnosti a zobecnitelnosti výzkumu vyhovět zcela, lze ale dodržovat základní zásady, jež přispívají k intersubjektivitě výsledků dosažených tímto postupem. Zakotvená teorie má být přístupem, který spojuje výhody flexibility kvalitativní práce, ale práce s daty a generování teorie současně podléhají kontrole a stanoveným pravidlům postupu.

662 Tento přístup nahlíží na data jako na reálná objektivní fakta reprezentující poznatelný vnější svět. Ve výzkumu pak nezaujatý badatel z nadhledu odhaluje význam inherentně obsažený v datech (Charmazová 2000).

663 Srov. Heathová, Cowleyová (2004).

664 Záměrně se mluví o participantech (případně o komunikačních partnerech), aby se zdůraznil jejich podíl na výzkumu. A záměrně se mluví o vytváření výzkumu, nikoli o jeho vedení, což podtrhuje jeho konstruktivistický charakter.

S popularitou tohoto přístupu na konci 20. století došlo zároveň k jeho rozředění a vytvoření různých modifikací;⁶⁶⁵ někteří proto mluví o erozi zakotvené teorie.⁶⁶⁶ V českém kontextu je užíván postup navazující na knihu Anselma Strausse a Julii Corbinovou (1990), která byla přeložena do češtiny (1999) a přibližuje základní body tohoto přístupu. Samotné označení vystihuje základní požadavek přístupu, a sice ukotvenost teorie v pozorovaných datech z vnější reality. To má dvě významové roviny: jednak zdůrazňuje, že pro rozvoj oboru jsou důležité teorie odvozené z dat (nikoli tzv. velká vyprávění, často spekulativní povahy), a jednak, že závěrečné poznatky by měly vyplynout z dat a nebyt ovlivněny předchozími znalostmi, očekáváními či předsudky výzkumníka. V tomto smyslu je zakotvená teorie induktivní, což bylo v době jejího zrodu ojedinělé, neboť v sociologických i mediálněvědních výzkumech dominovaly deduktivní postupy. Snahou Gläsera a Strausse ale bylo formulovat z kvalitativních dat teorie středního dosahu.⁶⁶⁷

Na rozdíl od kvantitativních výzkumů GT nezačíná teorií, ale kladením si otázek a systematickým sběrem dat, který je propojen s jejich analýzou, dalším sběrem a opětovnou analýzou směřující k formulování obecnějších tezí jako základu teorie. Zatímco v kvantitativním šetření má výzkumník k dispozici veškerá data dříve, než začne s jejich analýzou, při kvalitativních výzkumech často sbírá další i v průběhu analytické fáze výzkumu. Má k tomu především dva důvody:

1. průběžná analýza získaných dat generuje další otázky a výzkumník zjišťuje, že k jejich zodpovězení nemá dostatek údajů; některým jevům zatím nerozumí a pro vysvětlení jejich vlastností či průběhu nemá dost informací a potřebuje je doplnit;
2. našel v datech základní struktury a potřebuje si ověřit, zda je jejich platnost obecnější a budou odpovídat i dalším datům.

Výzkumníkem odhalované struktury dat generují nové otázky, jež určují pokračování výzkumu a další sběr dat, po kterém následuje další kolo analýzy, posouzení nově získaných údajů optikou dosavadních zjištění a opětovná reinterpretace všech dat až do saturace vzorku⁶⁶⁸ a formulace nové teorie. V jistém smyslu zde probleskuje i dedukce, neboť

665 I samotní tvůrci Gläser a Strauss následně rozvíjeli metodu odlišně.

666 Podrobněji viz Wilson a Hutchinsonová (1996).

667 Na nutnost formulovat teorie středního dosahu upozornil funkcionalista R. K. Merton. Snažil se tak propojit teorii a výsledky empirických výzkumů. Zároveň zdůrazňoval, že sociologové zatím nemají usilovat o formulace všeobíhající teorií velkého dosahu, ale naopak postupovat po částech a co nejvíce se blížit realitě. Podrobněji např. Keller (1995).

668 Podrobněji viz kapitola 6.2.

při sběru doplňujících dat zkoumáme, do jaké míry odpovídají s tezemi odvozenými z původních dat, zda jsou s nimi v souladu a podporují jejich platnost, nebo je zpochybňují. Analýza a interpretace zde nefigurují jako oddělené fáze výzkumu, ale vzájemně se prostupují, a to dokonce i se sběrem dat a s kladením si výzkumných otázek.

Klíčovým pomocníkem v procesu vytváření GT je podle Strausse s Corbinovou (1999) tvořivost badatele a otevřenost novým nápadům. Jde o schopnost vhledu, umění rozpoznat v datech podstatné údaje a skryté struktury, přisoudit datům význam a být dostatečně citlivý k jejich významovým nuancím. V tomto bodě se projevuje důležitost širší znalosti oboru a profesních i osobních zkušeností badatele, jehož citlivost k variantám zkoumaného jevu by měla i vzrůstat s obeznameností s tématem a tím, jak do něj proniká. Ti, kteří se na výzkum předem dobře připravili, zmapovali si dosavadní vědění oboru⁶⁶⁹ a osahali si zkoumaný terén, jsou ve výhodě. Na druhé straně se však nesmí nechat odbornými znalostmi svázat a omezit vlastní interpretační kreativitu. Nemá smysl na získaná data aplikovat již známá, předem připravená nebo převzatá výkladová schémata, protože v takovém případě neumožní, aby se z dat vynořilo to, co je pro zkoumané téma podstatné. Jejich napasování do předem připravených proměnných brání objevení nového a ve zjednodušené podobně odpovídá spíše obrácenému postupu kvantitativních analýz obsahu. V takovém případě badatel v datech hledá a objevuje to, co najít chtěl, a to je v přímém rozporu s myšlenkou přístupu zakotvené teorie, která se řídí imperativem nevnašet do dat odborné ani osobní zkušenosti. To však vyžaduje schopnost odstupu a abstrahování od dosavadních profesních znalostí. Ty je potřeba před začátkem výzkumu pečlivě revidovat, abychom při analytické práci s daty nepodléhali vlivu našich postojů (kladných i záporných) ke zkoumanému tématu, předsudkům či vlastnímu předporozumění nebo představě. Na druhé straně ale Strauss a Corbinová připouštějí, že předchozí znalost jiných teorií daného jevu nemusí být nutně překážkou formulování zakotvené teorie.⁶⁷⁰ V procesu interpretace může širší znalost výzkumníka upozornit na skutečnosti,

669 Bez ohledu na to, že si o kvalitativním výzkumu začínající výzkumníci zpravidla myslí pravý opak.

670 Podle Heathové a Cowleyové (2004) se v tomto bodě Strauss s Corbinovou odchyľují od původního Glaserova konceptu, který více zdůrazňuje odpoutání se od předchozího vědění výzkumníka a použití doplňkových zdrojů informací včetně osobní zkušenosti. Čtení související literatury a následnou selekci dat pod vlivem předem formulovaných nápadů považuje Glaser za předpojaté a pokrývající proces formulace nové teorie čistě na základě dat. Především začínající výzkumníky může vést spíše k potvrzování již existujícího vědění než k objevení nového.

kterým by jinak nevěnoval pozornost, protože v jeho datech nejsou výrazné. Neměla by však být primárním vodítkem analytického postupu.

Výsledná zakotvená teorie má obsahovat pouze výroky o vztazích mezi kategoriemi, které jsou přítomné v našich datech.⁶⁷¹ Zároveň platí, že musí být dostatečně abstraktní, aby ji bylo možné aplikovat i na další podobné varianty zkoumaného jevu. Při jejím generování je potřeba zohlednit, že zkoumaná skutečnost, lidské jednání i zkušenosti jedinců nejsou statické, ale neustále se vyvíjejí a proměňují a nově formulovaná teorie by měla postihovat jejich různé stavy. Kromě toho by měla teorie splňovat obecně platná metodologická kritéria.⁶⁷² Především teorie má být složena z výroků o vztazích mezi již vymezenými pojmy,⁶⁷³ které uspořádává tak, aby poskytovala vhled do zkoumaného problému a přispívala k jeho porozumění. Na teorii posuzujeme: zda je sestavena logicky správně, formulována jasně a popsána úsporně, nakolik odpovídá dostupným datům a je empiricky testovatelná, případně zda již byla testována a s jakým výsledkem. Vyjadřuje zkoumané vztahy mezi jevy lépe než předchozí, konkurenční teorie? Nakolik je obecná, lze ji aplikovat na různé situace, nebo se vztahuje pouze k určitému případu? Lze na základě této teorie předvídat vývoj jevu?

Strauss a Corbinová (1999) odlišují dva typy výsledných teorií: **substantivní** a **formální**. Liší se primárně ve své obecnosti, v tom, na jak široké spektrum situací se vztahují. Substantivní teorie vypovídají o zkoumaných případech a o jim podobných situacích. Záběr formálních teorií je širší, protože jsou formulovány na základě zkoumání většího množství rozličných případů. Substantivní teorii nelze jednoduše převést na formální, neboť nepomůže větší míra zobecnění a vztažení závěrů na další případy. Například když zkoumáme každodennost pouze redakce celostátního deníku, nelze výslednou teorii vztahovat i na redakce týdeníků či měsíčníků, ani na redakce deníků lokálních. Pro vytvoření formální teorie je nezbytné opravdu tyto případy do výzkumu zahrnout. Možnost vztahovat závěry šetření na další, zdánlivě podobné, ale nezkoumané případy/situace autoři razantně odmítají. To do značné míry platí pro závěry kvalitativních výzkumů obecně: vypovídají pouze

671 Právě ukotvenost v datech je základním požadavkem a silnou stránkou GT, jejíž autoři odmítají náznaky spekulace a formulování teorií datově nepodložených.

672 Podrobněji viz kapitola 1 nebo poznámka 659.

673 Jednotlivé pojmy musejí být definovány jednoznačně a výstižně stanovit jejich vlastnosti (a to nikoli negativně, co daný jev není) a nesmí být vymezeny tzv. kruhem. Zároveň definice musí obsahovat pouze již známé nebo dříve vymezené termíny a její interpretace musí být jednoznačná.

o těch výzkumných jednotkách, které byly součástí zkoumaného vzorku. Jakékoli zobecnování na další případy, jež nepatří ke stejnému typu, je problematické a nejisté. To je potřeba reflektovat při psaní závěrečných publikací a volit adekvátní formulace, které nesugerují vyčerpávající dosah teorie. Pokud aspirujeme na formulování teorií s širší platností, je potřeba to zohlednit již v přípravné fázi výzkumu a pracovat s rozmanitými typy dat i různými výzkumnými technikami.⁶⁷⁴

Postup vytváření zakotvené teorie

Pro analýzu dat Strauss s Corbinovou doporučují využít schéma, které označují jako „paradigmatický model“⁶⁷⁵, a při generování teorie postupovat podle jeho jednotlivých segmentů. Tento pomyslný strukturní základ, osnova nové teorie, jakási červená linie jejího výkladu, je tvořena šesti vzájemně provázanými prvky:

příčinné podmínky → jev → kontext → intervenující podmínky
→ strategie jednání a interakce → následky

Jádrem, kolem kterého teorie vzniká, je vždy zkoumaný jev, jenž se odehrává v určitém kontextu/prostředí a je iniciován určitou/ými příčinou/ami, které k němu vedou. Součástí prostředí, v němž k jevu dochází, jsou ale i další intervenující podmínky/okolnosti, jež ovlivňují jeho průběh. Tyto okolnosti mohou mít velmi různorodý charakter, paří mezi ně kultura a společnost, historické období, politické a ekonomické vlivy, dostupné technologie, individuální biografie jednajících, jejich vlastnosti, hodnoty i zájmy, profese apod. Sledovaný jev je vždy spojen s určitým jednáním nebo vzájemnými interakcemi individuů a toto jednání vede k určitým následkům. Takto navržená osnova teorie vykazuje výrazně narativní ráz. Zkoumaný jev/jednání jsou zde nahlíženy a vysvětlovány jako příběh, který ukazuje, jací aktéři v něm vystupují, snaží se vysvětlit, jak se odehrává a co je v jeho pozadí. Tento přístup může usnadnit práci výzkumníka při formulování výsledné teorie (viz níže), ale zároveň poněkud tlačí výzkumníka do lineárního uvažování.⁶⁷⁶

674 Srov. Loučková (2010).

675 Toto označení nepovažuji za příliš vhodné, neboť není zřejmé, na jaké pojetí paradigmatu odkazuje (a zda vůbec). Za lepší bych považovala označení osnova či schéma výkladu/teorie apod.

676 Srov. Heathová, Cowleyová (2004).

Hlavním cílem GT je právě vytvořit teorii pozorovaného jednání. Jednání jako takové není statické, jedná se o proces, který se v čase proměňuje a vyvíjí, právě vlivem intervenujících podmínek z okolí. Každé jednání je cílené, vzniká na základě určitých motivů⁶⁷⁷ a je výrazem snahy dosáhnout konkrétního stavu či jeho změny apod. Jednání má nejen pozorovatelné projevy, ale i následky. Kromě těch, o které jednájící usiluje, se mohou dostavit i následky neočekávané, nezamýšlené nebo nepředvídatelné,⁶⁷⁸ jež ovlivňují a pozměňují podmínky dalšího jednání a jeho kontext. Přitom k dosažení stejného cíle zpravidla vedou různé postupy;⁶⁷⁹ lze tedy identifikovat různé strategie jednání.⁶⁸⁰ Všechny je potřeba ve výzkumu zachytit a zohlednit, nebo se o to alespoň pokusit. Je potřeba všimnout si, jak jsou vzájemně provázané různé typy jedinců, kontextů a podmínek jejich jednání, volených strategií a následků jednání. A dále, jak se proměňují při změně kterékoli z položek výkladové linie budoucí teorie. Pomoci by mělo zaměřit se na zlomové situace, při nichž jednájící zvažují další postupy jednání, případně mění zvolené strategie. Právě takové situace umožňují hlouběji proniknout do podstaty zkoumaného jevu a lépe mu porozumět. Výzkumník si musí vypěstovat co největší citlivost⁶⁸¹ k rozlišování různých stavů se sledovaným jevem souvisejících okolností a být schopen je co nejpřesněji specifikovat. Jde o heuristickou dovednost odrážející jeho vzhled do dat a schopnost interpretovat jejich význam.

Například při výzkumu každodennosti oddělení domácího zpravodajství regionální redakce celostátního deníku a jejich pracovních rutin bude podstatné se zaměřit na okolnosti, jež vedou k tomu, že místo aby převzali zprávu od tiskové agentury, zpracují událost v terénu, nebo na to, jaké jsou klíčové faktory ovlivňující rozhodnutí, ke kterým zprávám bude pořízena fotografická dokumentace. Je nejdůležitější okolností vzdálenost místa události od sídla redakce, nebo záleží i na tom, nakolik je sděleníhodná? A jaká vzdálenost je hraniční pro to, aby byla pokryta zaměstnanci redakce osobně? Při výzkumu v redakci byste mohli například zjistit, že v případě politických témat se novináři často účastní i událostí ve vzdálenosti 50 km. Pokud se jedná o akci sportovní, klesá dojezdová

677 Takové vymezení cílů zkoumání sociální vědy prosazoval již Max Weber (1998), viz kapitola 1.

678 Merton (2000) je označuje jako nezamýšlené důsledky jednání.

679 Viz např. teorie typů adaptace jednání R. K. Mertona (2000).

680 Některé bývají účinnější, jiné méně, některé vyžadují vyšší úsilí nebo specializované vědění či nástroje, jiné jsou nákladnější a další zas dostupné jen vybraným jedincům apod. Nejenže různí jedinci volí pro naplnění svých cílů rozdílné taktiky, ale i titíž jedinci za odlišných okolností, např. při zvážení nákladů, zisků a ztrát či rizik, postupují odlišně.

681 Strauss s Corbinovou (1999) mluví o výzkumnické senzitivitě, která dovoluje odhalit v datech důležité údaje.

hranice na 35 km, v případě informování o událostech z oblasti kriminality dokonce jen na 25 km od redakce. V případě, že by se ale jednalo například o autonehodu i jen regionálního politika, bude novinář vyslán do vzdálenosti až 60 km. Ale co když rozhodnutí o pokrytí vzdálenější události ovlivňují i další faktory, kupříkladu to, zda je hlavním editorem vydání šéfredaktor nebo jeho zástupce? Uvedený příklad⁶⁸² je vymyšlený (a poměrně banální), ale má za cíl ukázat složitost zkoumaných jevů a to, že do rozhodování jedinců o volbě strategie jednání zpravidla vstupuje řada faktorů, jejichž vliv se vzájemně může umocňovat, ale i popírat. Odhalit a zachytit různé kombinace, které v realitě nastávají, není zcela snadné; natož v nich vysledovat pravidelnosti nebo souvislosti.

Při aplikaci postupu zakotvené teorie se střídá induktivní a deduktivní myšlení. Ve zjednodušené podobě postup výzkumníka vypadá následovně:

Formulování výzkumných otázek → sběr dat → třídění dat → odpovídání na otázky a induktivní vyvozování obecnějších tezí, základu teorie → formulování doplňujících otázek o specifických situacích / sběr dat → deduktivní ověřování platnosti formulovaných tezí na nových datech → reformulace tezí → sběr dat → → saturace dat → finalizace teorie.

Nastíněný postup může být poměrně dlouhý⁶⁸³ a někdy může připomínat přeshlapování na místě. Pokud bych se vrátila ke schématu výzkumu

682 Podobně při výzkumu trávení volného času mladistvých se zaměřením na jejich mediální chování mohou být podstatné faktory ovlivňující jejich volbu forem trávení volného času. Za jakých podmínek dají přednost hraní oblíbené počítačové hry a kdy naopak setkání s přáteli venku nebo čtení knihy a jak své volby zdůvodňují. Zpravidla nejde pouze o určitou okolnost (den v týdnu, přítomnost rodičů, denní doba, příprava na další den, nálada, počasí), ale o její míru. Například ve sledované skupině bez ohledu na všechny ostatní faktory, pokud je méně než 22 hodin, volí většina setkání s přáteli, ale pouze v případě, že aktuálně nemá vlastní/ho partnera/partnerku. Další se mohou chovat velmi podobně, ale jejich preference setkání s přáteli může být odsunuta do pozadí ve chvíli, kdy mají rozečtenou zajímavou knihu. U jiných je zas primárně ovlivněna počasím. Pokud prší, nebo je méně než 10 °C, zůstávají doma a tráví čas odlišně. Ale například v případě, že prší jen drobně a je výhled, že déšť ustane a parta má v plánu něco zajímavého (to je typická kategorie, která vyžaduje objasnění; pro někoho znamená návštěvu kina a pro jiného malování graffiti), mohou někteří volit odlišně. Jiní se naopak musí podříditi rozhodnutí rodičů, které nelze vždy předvídat, a přizpůsobit strategii jednání tomu, co je jim umožněno. Mohou ale např. kalkulovat s tím, že v případě splnění povinností daného dne, vhodné hodiny a dobrého počasí jim rodiče umožní jít za přáteli.

683 Ne nadarmo jsou kvalitativní výzkumy časově náročnější než ty kvantitativní, i když v některých případech může dojít k saturaci dat poměrně rychle.

3C z kapitoly 2, má proces tvorby zakotvené teorie charakter spirály, která opakovaně prochází formulováním výzkumných otázek, sběrem dat a jejich analýzou. Při generování teorie se střídají fáze induktivní a deduktivní.⁶⁸⁴ Když výzkumník na základě dat formuluje obecnější teze jako základ nové teorie, postupuje induktivně. Když je ověřuje a reviduje na základě nově doplněných dat, jedná se o dedukci. Tímto krokem vzad vlastně navrhovanou teorii koriguje a zpevňuje. Při dalším sběru dat má navíc možnost zeptat se participantů, zda s dosavadními interpretacemi souhlasí a považují je za správné, což označujeme jako komunikativní validizaci.⁶⁸⁵

Teorie říká, že sbíráme data do té doby, než dojde k jejich **saturaci**, to znamená, že už se v datech neobjevují nové informace, odlišné struktury a nové strategie jednání. To je však ideální případ, který se ne vždy podaří naplnit; jednak výzkumník může být omezený časově, popřípadě finančně, ale může se také stát, že existují strategie jednání, k nimž nemá přístup. Přitom data, která má k dispozici, jejich existenci mohou naznačovat, ale v jeho možnostech z nějakého důvodu není nakontaktovat jedince, kteří by o nich mohli poskytnout podrobnější údaje (v extrémním případě mohou být smrtelně nemocní, ve výkonu trestu, žijí v zahraničí apod.).

Úskalí realizace zakotvené teorie – nikdy nic nepovažuj za samozřejmé. Během analytické práce a vytváření teorie je potřeba nepodléhat objevnému nadšení, ale naopak zachovávat k vlastním zjištěním zdravě skeptický postoj. V principu je potřeba být ke všem vlastním dosavadním shrnutím podezřívavý, neboť po značnou dobu analýzy se jedná o provizorní teze, z nichž řada bude v dalších fázích na základě nových dat odmítnuta nebo přeformulována. Vždy je vhodnější zpochybňovat všechny své průběžné interpretace než je považovat za zřejmé a neproblematické. Mnoho studií trpí nedostatečnou sebereflexí interpretační práce badatele, který se domnívá, že datům porozuměl správně.

Stejnou chybou je projektování vlastního vidění světa do výpovědí informantů, například interpretovat jejich jednání podle toho, jak bychom s největší pravděpodobností v dané situaci jednali sami. Toto nebezpečí

684 Podíl indukce a dedukce na analytickém postupu GT se v přístupu Glasera a Strausse s Corbinovou liší. Zatímco starší zdůrazňuje především induktivní práci s daty a z nich vytvářené teorie, novější přidává deduktivní kroky ověřování induktivně vyvozených tezí na dalších datech (Heath, Cowley 2004).

685 Srov. Loučková (2010).

hrozí, když výpověď informanta není zcela srozumitelná. V takové situaci je nutné, pokud je to jen možné,⁶⁸⁶ potřebná data doplnit a zpřesnit, nikoli domýšlet, co měl informant na mysli. Zásadou je pracovat s významy, které jevům připisují zkoumaní jedinci, nikoli podle toho, jak jsou obvykle vnímány v dané společnosti nebo podle vlastní zkušenosti badatele, a už vůbec ne tak, jak se domnívá, že jim participanti rozumějí. Není výjimkou, když se významy připisované určitým jevům, osobám či situacím mezi různými jedinci žijícími v téže společnosti zásadně odlišují.⁶⁸⁷ Stejně tak může dojít k proměně významu tvrzení, jestliže se dostane do jiného kontextu, než ve kterém bylo formulováno. To může být podstatné například při analýze mediálních obsahů, u nichž výzkumník nezná kontext vzniku, nebo u dat, která čerpá z promluvy, jež vznikly za jiným než výzkumným účelem, v rámci výzkumu s odlišným cílem nebo když má k dispozici jen část datového souboru.

Rizikem je i práce s neúplnými přepisy dat, především těch sbíraných později paralelně s analýzou. Při pořizování pouze selektivních prepisů se vystavujeme riziku tzv. výzkumnické slepoty, která vede k tomu, že vynecháváme pasáže, jež považujeme z hlediska vznikající teorie za nepodstatné. Protože už jsme formulovali předběžné teze z předchozích dat, je zcela přirozené i v nových datech vyhledávat pasáže, jež s nimi korespondují, a naopak přehlížet to, co jim odporuje. Proto je vhodnější pořídit přepis všech dat a vyhnout se tak neuvědomované selektivitě ve prospěch již formulovaných zobecnění a předpokládaných výsledků.

Jakkoli pečlivě výzkumník sbírá data a formuluje pokládané otázky, v datech vyjádřených v jazyce, jehož jednotlivé znaky jsou vícevýznamové, je vždy přítomný alespoň střípek dvojznačnosti. Na správnost vlastní interpretace nelze spoléhat ani v případech, které na první pohled vypadají bezproblémově a jasně. Ani oficiální statistika či výsledek testu určité vlastnosti nemusí o jejím vnímání jedinci vypovídat přesně. Například při hodnocení zdravotního stavu je pro každodenní jednání

686 Situace se komplikuje, pokud pracujeme s daty vyvozenými z dokumentů, jež vznikly za zcela jiným než výzkumným účelem a jejichž autory není možné kontaktovat. To jsou specifika práce s mediálními obsahy, která nelze ignorovat. V zásadě jedinou pomůckou je výzkumnická nedůvěra k validitě vlastního porozumění, případně snaha o triangulaci výzkumného postupu (viz kapitola 3.).

687 V kapitole 7 jsem uvedla příklady rozdílné sociální zkušenosti osob z různých sociálních vrstev. Dalším je život jedinců v tzv. kultuře chudoby, ve které jsou reprodukovány značně odlišné vzorce jednání než v dominantní společnosti. Teorii kultury chudoby formuloval v šedesátých letech americký antropolog Oscar Lewis (1966) na základě výzkumu života Portorikánců v New Yorku. Charakterizuje ji chudoba jedinců, nedostatečná vzdělanost a nízká kvalifikace, vysoká nezaměstnanost, krátkodobé životní strategie, vyšší životní a zdravotní rizika, vyšší míra kriminality, vyšší počet těhotenství nezletilých atd.

nemocného jedince většinou důležitější jeho subjektivní dojem než lékařská diagnóza. Podobně vyznění určitého mediálního sdělení bude různě informovanými či na události zainteresovanými příjemci výrazně odlišné a od toho se odvíjí i jejich následné jednání (např. podání žaloby na dané médium za poškození pověsti apod.). Ve výzkumu nikdy nelze předpokládat, že vím, co chtěl informant říci. Nelze spoléhat ani na sdělení významů (tazatele a informanta) dané příslušností ke stejné kultuře. Na vše se musím zeptat a vše si nechat podrobně objasnit, kupříkladu otázkou: „Co máte na mysli, když říkáte, že...?“ Právě takový postup zajišťuje validitu dat a následně i vyvozených poznatků. Nic nelze brát jako jasné nebo předem dané. Takový přístup zastírá výzkumníkovi vhled do dat. Je nezbytné kriticky reflektovat vlastní pozici, například když je výzkumník na tématu osobně zainteresován a zvolil si jej třeba na základě předchozích zkušeností nebo zájmu (např. výzkum fanoušků oblíbeného televizního seriálu či hráčů počítačové hry nebo redakce deníku, do kterého sám přispívá apod.). V takových případech je ztráta odstupů od tématu nejsnazší, mluvila jsem o ní již v souvislosti s realizací etnografických výzkumů.⁶⁸⁸ Není výjimkou, když na přehlížení určitých aspektů musí výzkumníka upozornit jeho kolegové či recenzenti výsledné práce, protože sám si omezení svých interpretací není vědom.

Pro úspěšnou analytickou práci je třeba získat cit pro identifikaci kulturně podmíněných významů, které se skrývají za použitými obraty a frázemi, jejichž význam není potřeba pro jedince daného společenství vyjasňovat a jsou považovány za samozřejmé. I v případě, že výzkumník vychází ze stejného kulturního kontextu, nemůže své laické příruční vědění, jež získal v socializaci, automaticky použít pro interpretaci dat a neověřit si ji při dalším postupu přímo u informantů. Obezřetnost velí zpochybňovat. Opravdu když informant říká: „Tak se to nikdy nedělá,“ znamená to, že daný postup nikdy nikdo za žádných okolností nepoužije, nebo je v daném společenství pouze normativně či legislativně označen za nevhodný, nečistý či nehodný jednajících s určitým statutem, případně by byl použitelný v krizových nebo jinak nestandardních podmínkách apod.? A co když říká: „Všichni ví, jak se to dělá.“ Je postup opravdu známý všem členům společenství, nebo jen těm, kteří mají přístup do určité oblasti, případně dosáhli určitého věku nebo snad pouze mužům?⁶⁸⁹

688 Podrobněji viz kapitola 7.3.

689 Příkladem z praxe je citace vyjádření odvysílaného 17. 1. 2000 v hlavním televizním zpravodajství televize *Nova* v příspěvku *Vztahy Romů a obyvatel v Karlových Varech*: „Každý ví, jaký dělají cikáni bordel, ne? To je všem známo.“

Interdisciplinarita mediálních studií zde dovoluje vzít si na pomoc literaturu z oblasti sociální psychologie nebo teorie argumentace⁶⁹⁰ či rétoriky, abychom ve výpovědích snáze identifikovali například postupy zobecnování a odvolávání se na uznávané sociální celky (např. národ) apod.

Je potřeba pečlivě odlišovat mezi datovými údaji, které do jisté míry lze považovat za dané, jejich interpretacemi výzkumníkem a z nich induktivně odvozenými tezemi. Nejvhodnějším vodítkem je nahlížet na vlastní teze kriticky, jako by byly cizí a špatné. K tomu pomáhá kladení si doplňujících otázek a uvažování nad strategiemi jednání či situacemi, které jim neodpovídají. Jak už říkal Popper, výzkumník má být otevřený kritice vlastních zjištění a má usilovat o vyvrácení svých tvrzení.⁶⁹¹ Vyžaduje to samozřejmě nejen zaujetí zkoumaným problémem a výzkumnické nadšení, ale i dostatek času a cvik ptát se na stejné věci jinak, originálním způsobem. Strauss s Corbinovou (1999) doporučují při procházení dat zatrhávat si či vypisovat pasáže, které považujeme za klíčové, a uvažovat o celém spektru různých významů, jež by dané úseky mohly mít, včetně těch, které považujeme za málo nebo zcela nepravděpodobné.⁶⁹² K tomu je potřeba získat odstup od vlastního předporozumění a uzávorkovat zažité standardizované a rutinizované vzorce myšlení, jak zdůrazňuje v *Sociologické imaginaci* Mills (2002). Při odhalování významů zkoumaných jevů si můžeme pomáhat srovnáváním protikladů nebo různých variant či strategií, zohledněním extrémních případů nebo jejich posouzením ve zcela odlišném kontextu. K podrobnější analýze a hlubšímu proniknutí do tématu přispívá kladení si doplňujících otázek a formulování více či méně dočasných odpovědí, uvažování o jednotlivých okolnostech i strategiích jednání, jejich variantách a drobných odlišnostech.

Ptát se přitom lze v podstatě na cokoli: nejen Kdo? Kdy? Kde? co dělá? Jak často? Jak dlouho? Jaké k tomu využívá/potřebuje nástroje nebo spolupracovníky? S jakým záměrem (cílem)? S kým spolupracuje? A s kým soutěží? Nebo chce, aby o jeho postupu někdo nevěděl? Jakou má s tímto jednáním zkušenost, volí je poprvé, nebo jde o osvědčenou strategii? Modifikuje jednání nějak podle změny okolností, toho s kým

690 Viz např. Szymanek, Wieczorek, Wójcik (2004).

691 Viz kapitola 1.

692 Softwary využívané pro kvalitativní analýzu dat (viz níže) umožňují připisovat si k analyzovaným materiálům poznámky či postřehy, které výzkumníka napadají při jejich čtení. Vhodné je poznamenat si i interpretace, které nám zpočátku připadají jako příliš výstřední nebo tematicky vzdálené, i když se následně ukáže, že některé nepoužijeme. Poznámky lze později snadno dále editovat, kopírovat či přesouvat a vytvářet z nich i delší texty.

spolupracuje, roční doby, apod.? Čím se odlišují jednotlivé zkoumané subjekty (texty) nebo jaká je míra této odlišnosti?

Výzkumník by se měl zaměřit nejen na prvoplánové otázky, které napadnou každého, ale právě na dílčí specifické drobnosti. I na první pohled banální otázky mohou vést k podstatným odpovědím.

Kódování – základní nástroj zakotvené teorie

Výchozím krokem analýzy je opakované pročitání dat, při kterém označujeme pasáže, jež z nějakého důvodu považujeme vzhledem ke zkoumanému jevu za podstatné. Zvýrazňujeme⁶⁹³ nejen to, co považujeme za zajímavé, případně to, co od počátku rezonuje jako relevantní vzhledem k předchozím teoriím vztahujícím se k danému tématu, ale i úryvky, které nám nejsou zcela jasné a nejsme si jisti, zda jim rozumíme správně. Na počátku, než získáme do tématu a do dat určitý vhled, často považujeme všechny uvedené údaje za důležité. Ale v každém datovém korpusu jsou pasáže více a méně relevantní. Jsou zde jak údaje faktické, tak názory informantů, jejich dojmy, pocity, postřehy, postoje, ale i stížnosti nebo úsměvné historky, odbočky od tématu, přeroknutí či tzv. hluchá místa. Některé informace se vícekrát opakují, jiné jsou sdělovány spíše okrajově nebo téměř implicitně. Pro následnou práci s daty je potřeba jednotlivé údaje zpřehlednit a utřídit podle míry jejich relevance pro zkoumané téma. K tomu napomáhají základní kroky postupu zakotvené teorie – **kódování**.⁶⁹⁴

Základní postup vytváření zakotvené teorie představuje kódování. Strauss s Corbinovou (1999) používají tři typy kódování: **otevřené**, **axiální** a **selektivní**, ale uvádějí, že jejich rozlišení je do značné míry umělé.⁶⁹⁵ Na metodologické rovině se jedná o tři úrovně, které se liší mírou obecnosti, ale v praxi se může práce na jednotlivých úrovních prolínat.

Při výchozím **otevřeném kódování** výzkumník vytváří základní kategorie, jež považuje za podstatné pro zkoumané téma. Jedná se o prvotní, často poměrně hrubé třídění, které reflektuje hlavní charakteristiky daných jevů a jednání. Rozlišovat nuance v jejich významu

693 V případě, že pracujeme tradičním způsobem s přepisy dat v tištěné podobě, můžeme využít různé barvy pro zvýraznění tematicky odlišných úryvků nebo datové korpusy rozstříhat a vytvořit si hromádky útržků s úryvků o určitém tématu.

694 Kódování je operace, pomocí které jsou „údaje rozebrány, konceptualizovány a následně složeny novými způsoby,“ píše Strauss s Corbinovou (1999: 39).

695 To je další odlišnost od Glaserovské verze GT, která pracuje jen s dvěma typy kódování: substantivním, zaměřeným na podstatné datové pasáže a teoretickým, které již pracuje s kategoriemi navázanými na jádro budoucí teorie (Heathová, Cowleyová 2004).

výzkumník zpravidla dokáže až později, po větší obeznámenosti s daty. Tato fáze se skládá ze dvou kroků, které jsou ale velice úzce provázané. Na začátku dochází k prvotní konceptualizaci tématu, jež má primárně odpovědět na otázku: „Co dané jednání znamená?“ Konceptualizace spočívá v rozboru dat a volbě označení pro jednotlivé jevy. Tato označení představují názvy kódů, kterými budeme data kódovat. Již v této rané fázi mohou mít charakter termínů, na jejichž základě vystavíme novou teorii. Můžeme využít jak již zavedené, tak vytvořené pro danou situaci, ale vhodnější je odvozovat názvy kódů zobecněním z analyzovaných dat. Pokud jako označení kódů zvolíme již dříve zavedené termíny, vystavujeme se určitému riziku, neboť tyto již mají svůj obsah a nesou s sebou určité asociace, které mohou ovlivňovat nejen průběh interpretace dat, ale i porozumění výsledné teorii čtenáři. Kódem označujeme delší pasáže nebo celé odstavce, nikoli jen slova nebo slovní spojení. Přitom obecně neplatí, že název kódu je shrnutím vybraného úseku dat, ale může tomu tak být. Někteří doporučují, aby názvy kódů označovaly, co jednající dělají (píší, vaří, intrikují apod.), jak je svět vytvářen skrze konkrétní jednání. Nejvhodnější názvy pro jednotlivé kódy jsou jednoslovné, například klíčové slovo, které se v pasáži vyskytuje,⁶⁹⁶ ale mohou to být i slovní spojení nebo větné fragmenty. Pro kód zvolené označení je základním zobecněním toho, co je obsaženo v datech, a jeho připsání tedy jejich prvotní interpretací. V principu na kódy můžeme nahlížet analogicky jako na indikátory v kvantitativním přístupu. Stejně jako ukazatele indikují (ne)přítomnost určité vlastnosti či proměnné; připsání kódu k určité pasáži říká, že se zde mluví o tom a o tom. Kód může označovat i údaje, které jsou v datech obsažené implicitně a výzkumník je identifikoval na základě rozboru dat, ale samotní mluvčí je explicitně nevyjádřili. Vždy je potřeba pro každý kód přesně vymezit jeho rozsah a specifikovat, v jakém významu s ním v daném výzkumu pracujeme. To je klíčové především při práci v širším výzkumném týmu, aby nedocházelo k narušení kodérské reliability.

Jednotlivé kódy mají určitý pojmový rozsah. Ty, které jsou si významově blízké, v dalším kroku sdružujeme do obecnějších kategorií.⁶⁹⁷ V tom spočívá druhá fáze otevřeného kódování, kategorizace.⁶⁹⁸ Označení pro jednotlivé kategorie by mělo být abstraktnější než názvy kódů, ale

696 Některé modifikované odnože zakotvené teorie dokonce volí kódy podle frekvenční analýzy výskytu jednotlivých slov, jedná se však o okrajový proud.

697 Kritici autorům zakotvené teorie vytykají, že termín „kategorie“ nepoužívají příliš konzistentně.

698 V jistém smyslu již připsáním kódu k části dat provádíme jejich kategorizaci.

i pro ně platí výše uvedené. Také kategorie musíme vymezit, aby bylo zřejmé, na jaká data se vztahují. Pojmový rozsah kategorie určuje, které kódy neboli podkategorie⁶⁹⁹ pod ni spadají. Názvy jednotlivých kódů i kategorií, stejně jako jejich vzájemné přiřazení, lze následně měnit a zpravidla se tak děje na základě další práce s daty nebo dat nových. Názvy jednotlivých kódů a kategorií se často následně stanou klíčovými termíny vznikající teorie. Adekvátně vymezené pojmy jsou výsledkem analyticko-interpretací práce výzkumníka. To znamená, že se k nim postupně propracovává, upravuje je a specifikuje jejich obsah. Podmínkou kódování ale je přesné vymezení rozsahu daného kódu, aby bylo jednoduše rozhodnutelné, zda se vztahuje na daný úsek dat či nikoli. Je to stejné jako v analýze kvantitativní. Vymezení významu kódu je vhodné zaznamenat hned při jeho prvním použití, abychom se od něj s odstupem času neodchýlili.

Jak si poradit s kódováním

Pokud si pamatujete, v kapitole šesté jsem uvedla návrh scénáře pro rozhovory s novinářkami o jejich strategiích kloubení profesní dráhy a osobního života. Nyní si představte, že jste již nějaké rozhovory realizovali a začínáte s jejich analýzou. Rozhodli jste se postupovat tradičně, podklady máte vytištěné a budete si v nich zatrhávat důležité pasáže barevně. Zvolíte například červenou pro vyznačení částí, kdy mluví o své profesi, žlutou pro místa, která se vztahují k možnostem trávení dovolené, zelenou pro výpovědi o partnerském životě a modrou pro výroky o péči o děti. Tyto čtyři okruhy se vyskytují ve všech zatím realizovaných rozhovorech a Strauss s Corbinovou by je patrně označili jako kategorie. Při podrobnější analýze zjistíte, že uvedené tematické okruhy jsou příliš široké a lze v nich identifikovat další dílčí podtémata/ /podkategorie, o kterých také mluví téměř všechny dotázané. Například v rámci popisování profese líčí nejen pracovní náplň a průběh všedního pracovního dne, ale i pracovní dobu, možnosti, výhody a nevýhody její adaptace, dále mluví o svém vztahu s kolegy, dalšími zaměstnanci média a nadřízeným, o platových podmínkách a některé i o pochybnosti o svém setrvání na stávající pracovní pozici. V rozhovorech se mísí informace o současné situaci se zážitky z minulosti a s předchozími pracovními

699 Z praktického pohledu lze kódy a kategorie považovat za v principu stejné entity – základní stavební prvky budoucích teorií. Kód je označení dané kategorie a proces kódování vyhledáváním, identifikováním a připsáním kategorie k určité části dat. Podle teoretického vymezení jsou však kategorie považovány za obecnější entity sdružující více kódů.

zkušenostmi nebo naopak s budoucími plány (jak na vedení či ukončení pracovní kariéry, tak vedení rodinného života). Navíc informantky nemluvily pouze o sobě, ale i o zkušenostech dalších kolegů a někdy i o svém partnerovi, pokud vykonával stejnou profesi. A všechna tato dílčí témata a odchylky byste potřebovali vyznačit odlišnými barvami, aby byly na první pohled identifikovatelné a rychle vyhledatelné. Ne vždy ale máme k dispozici tak široké spektrum pastelek, abychom snadno odlišitelnými odstíny pokryli všechna témata, jež naše data skrývají. To je ta nezákladnější podoba kódování. Tím, že větu či odstavec vyznačíme určitou barvou, jim vlastně připisujeme kód, podle kterého se v datech mohou rychleji orientovat, a vím, že například ve žlutých úsecích najdu informace o trávení dovolené zpovídáných novinářek.

Jinou možností je vytištěné soubory dat rozstříhat a dávat je na hromádky podle témat.⁷⁰⁰ V tu chvíli však ztrácíme kontext, o čem informant mluvil před tím a co následovalo, s jakými dalšími tématy informace propojoval. A jak to udělat v případě, když v jedné větě spojí více témat dohromady (v principu v jedné větě mohou figurovat data vztahující se ke všem čtyřem základním kategoriím). Zároveň jak data pročítáte, napadají vás různé asociace, koncepty, k nimž je lze vztáhnout, i obecnější teze, které si potřebujete poznamenat na okraj. Čím větší a informačně nabitější datový korpus, tím je analýza komplikovanější. Čím pokročilejší fáze analýzy, tím větší potřeba místa na vytváření shrnujícího textu a vznikající teorii. Na jedné straně kódováním mnohost zpracovávaných dat redukuje, na straně druhé, protože si k datům začneme dopisovat vlastní analytické poznámky, jež nás při čtení napadají, a přidávat citace z literatury, množství materiálů zase zmnožujeme. Platí: čím více dat máme, tím je jejich zpracování složitější. Pokud pracujeme s ústřížky vztahujícími se jen k určitému kódu, transformovali jsme množství textových dat na snáze manipulovatelné pasáže, ale čím více útržků, tím hůře je budeme fyzicky zvládat organizovat a uspořádat. Nikdy bychom navíc při takovém postupu neměli ztratit identifikační údaj daného datového zdroje (např. jméno informanta nebo název článku apod.).

Proto jsou k analýze kvalitativních dat v posledních dvou desetiletích stále častěji využívány různé softwary (např. Nudist, CAQDAS). V České republice patří k nejrozšířenějším programům Atlas.ti, který si jako první již koncem devadesátých let dokázal poradit i s českou diakritikou, a tak

700 Pokud jednotlivé ústřížky zpětně katalogizujeme nebo např. nalepíme pod sebe na list papíru, dostáváme doslova nový text. Nikdy bychom navíc při takovém postupu neměli ztratit identifikační údaj daného datového zdroje (např. jméno informanta nebo název článku apod.).

výzkumníkům umožňoval práci s úplnými přepisy. Dříve tyto programy umožňovaly především organizaci dat, jejich zpracování bez nutnosti vytištění nebo rychlé vyhledávání určitých slov či pasáží a jejich okódování. Dnešní verze těchto programů pomáhají při vytváření složitějších schémat či modelů, na základě kterých je zakotvená teorie formulována, a obsahují další doplňkové nástroje.⁷⁰¹ V jistém smyslu okódováním jednotlivých pasáží v datech vzniká vzájemně propojená hypertextuální síť. Pokud využijeme možnosti grafického zobrazení provázanosti okódovaných pasáží, zjistíme nejen, které kódy jsme použili nejčastěji a které jen ojedinele, ale i které se vyskytují ve shlcích společně s jinými (a s jakými) a jaké spíše osamocené. Nejde přitom o výskyt samotných kódů, ale o (ne)přítomnost určitých informací v datech, jež byla danými kódy označena. Pro následnou analýzu bývají nejpřínosnější právě ty, které mají hodně sousedních kódů, jež se k nim váží. Zvládnutí obsluhy takového programu není nijak složité,⁷⁰² nesmíte však očekávat, že program udělá analytickou práci za vás. Stále se jedná pouze o nástroj, jenž analýzu může usnadnit. Výhodné je to především tehdy, když pracujete s rozsáhlým korpusem dat, který by při vytištění měl i několik set stran, což by bylo ve fyzické podobě obtížně zvladatelné⁷⁰³ a nepřehledné.⁷⁰⁴ Datová kapacita plných verzí těchto programů je téměř neomezená, a navíc umožňují pracovat jak s textovými, tak obrazovými i audiálními a audiovizuálními datovými soubory.

Základním krokem, který tyto softwary usnadňují, je právě kódování. Umožňují v datech vyhledávat a vybírat pasáže, k nimž je přiřazen identifikační kód z průběžně vytvářeného seznamu kódů. Kódem lze označit v podstatě libovolnou část dat: slovo, část věty, několik vět, více odstavců či celý rozhovor nebo článek.⁷⁰⁵ A naopak, k jakékoli pasáži lze přiřadit libovolný počet kódů (viz obr. 14). Stejným způsobem se pracuje i s vizuálními, audiálními nebo audiovizuálními daty, jen s tím

701 Existují i programy, které vám usnadní přepis získaných dat v případě, že jej máte v elektronické podobě. A to tím, že záznam rozdělí do kratších celků, jež vám opakovaně přehrávají, a vy plynule přepisujete bez nutnosti vracet a znovu použít nahrávku manuálně. Viz např. Bitrich, Konopásek (2001).

702 Podrobnější návod pro práci v programu Atlas.ti, viz např. Konopásek (1997).

703 Například při výzkumu obrazu seniorů a stáří v českých denících jsme pracovaly s více než 8 000 výzkumných jednotek (Sedláková, Vidovičová 2005).

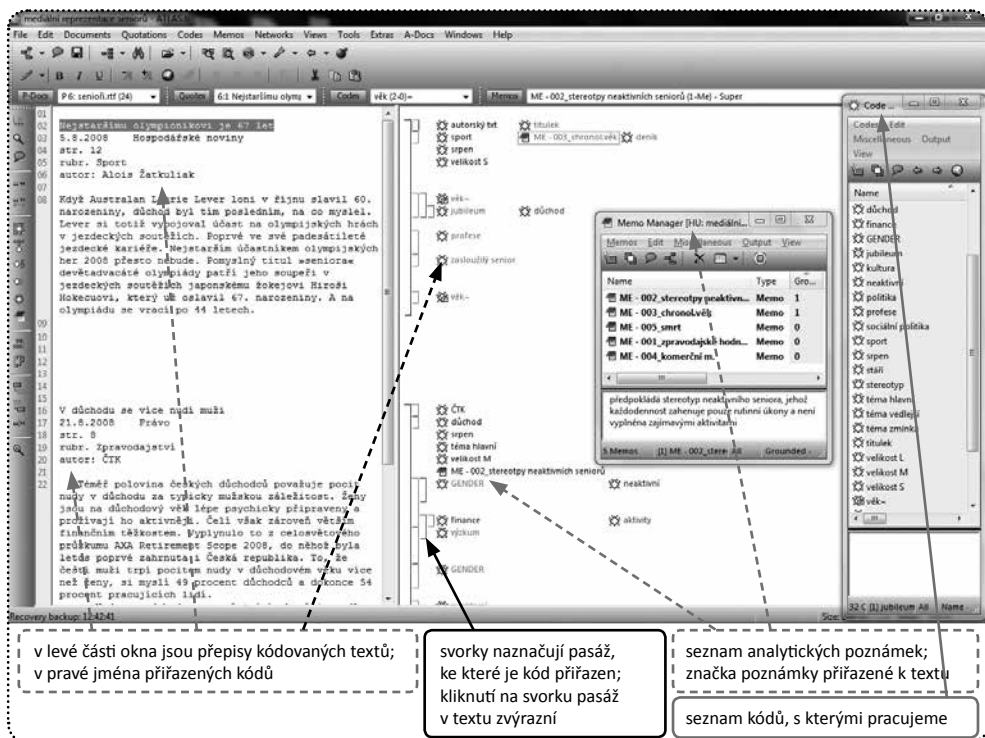
704 Rozhodně nelze tvrdit, že kvalitativní analýzu lze realizovat pouze s využitím softwaru. Osobně při práci s méně rozsáhlými datovými korpusem dávám přednost práci s vytištěnými daty a pastelkami.

705 V praxi to znamená dát příslušnou pasáž do bloku a přitáhnout k ní štítek se jménem vybraného kódu.

rozdílem, že se pohybujeme v prostoru vyobrazení nebo na časové ose záznamu. Velmi jednoduše můžeme posléze nechat vyhledat všechny úryvky označené určitým kódem, a to jak v rámci jedné výzkumné jednotky, tak v celém datovém korpusu.

Programy dále umožňují připojovat si k různým místům textu vlastní poznámkový aparát; jakási nezávislá textová okna, do kterých lze vpisovat potřebné analytické poznámky, tzv. *memos*, a komentáře. Ty mohou být libovolně dlouhé a v principu lze do těchto poznámek vepsat podstatnou část závěrečného textu, který bude o výzkumu informovat. Takové poznámky si lze, a je to dokonce nezbytné, psát i v případě, že pracujeme s daty na papíře. Při tisku je proto potřeba pamatovat na dostatek místa, proto bývají data tištěna do sloupce, jenž zaujímá jen polovinu strany. Poznámky se mohou týkat v zásadě čehokoli, co výzkumník při analýze a kódování dat napadá. Mohou to být jak zárodky interpretace a obecnějších tezí, tak další výzkumné či doplňující otázky nebo technické poznámky upozorňující výzkumníka, na co by se ještě měl zaměřit. Můžeme je psát do samostatného souboru, ale vhodnější je připisovat si je přímo k datům, ke kterým se vztahují, čímž předejdeme ztrátě souvislosti (jež hrozí zvláště u déletrvajících výzkumů). Někteří autoři doporučují připojit k poznámkám i datum jejich pořízení, abychom měli zpětně přehled, jak se naše úvahy o datech a zkoumaném problému měnily a vyvíjely.⁷⁰⁶ Každá myšlenka by měla být vepsána samostatně, aby bylo možné ji dále rozvíjet; na to je potřeba pamatovat v okamžiku, kdy nás napadne více myšlenek zároveň. Při další analytické práci neprocházíme jen data, ale i poznámky. Níže na obrázku 14 vidíte zpravodajský příspěvek z výzkumu reprezentace seniorů a stáří v českých denících okódovaný v programu Atlas (verze 16); dále ručně nakódovaný úryvek rozhovoru s hráči počítačových her.

706 Například Silverman (2000) doporučuje vést si v průběhu celého výzkumu deník, do kterého si badatel zaznamenává vše, co se k tématu a realizaci šetření vztahuje, nejen nápady a poznámky k analýze a doplňující otázky, ale i harmonogram prací a jak výzkum pokračuje. Tak je zpětně dobře patrné, jak soustředěně se tématu věnoval i jak se měnily jeho konceptualizace zkoumaného tématu.



Obr. 14 Výzkumná jednotka okódovaná v programu Atlas.ti (viz barevná příloha)

Ukázka okódování části rozhovoru s hráčem on-line počítačových her⁷⁰⁷

	Přepis rozhovoru	Kódy	Poznámky
	A jak jsi tedy volil jméno pro svého avatara?		
183	„Tjo, hm...“ (pauza 3 s, úsměv). „No to bylo.	AVATAR	Důležitost nebýt čitelný
184	To <u>nebylo úplně jednoduchý, teda, a hnedka,</u>	<u>minulost</u>	pro všechny.
185	<u>že bych to jako měl, jo. Ale myslím, že se mi</u>	<u>Tvorba: složitost</u>	Naznačuje komplikovanou
185	<u>povedl, že sem pak na něj jak fakt byl pyšnej,</u>	sebeuspokojení	identitu a osobní angažo-
186	<u>fakt. Že je to takový..., že to jako má víc rovin,</u>		vanost v jejím vědomém
187	<u>že je to v tom schovaný, a ne všichni je znaj. To</u>	<u>Tvorba: složitost</u>	budování; důraz na různé
188	<u>už teda jako fakt dobrý kámoši, no. Je jiné jako</u>	<u>Tvorba: odlišení</u>	aspekty vytváření postavy
189	<u>trochu jiné, no než maj ostatní. Fakt se mi</u>		avatara i nicku
190	<u>líbilo, že nebyl takovej jakoby...“ (pauza 1 s),</u>	sebeuspokojení	
191	„jako prvoplánovej, hned hotovej, jako <u>když</u>	Tvorba: originalita	
192	<u>si někdo dá nik podle oblíbený postavy nebo</u>	<u>Tvorba: nepromyšlené</u>	Snaha o utajení? Nebýt
193	<u>svýho normálního ména, no. To je moc tuctový.</u>		hned identifikovatelný pro
194	<u>Jako by neměl nápad nebo dost času. Se prostě</u>		všechny; exkluzivita, snaha
195	<u>potřeboval lognout a ... to mi přide fakt nudný.</u>		se odlišit, vymezit – proč je
196	<u>To je třeba mít fakt vychytaný, když tvoříš tu</u>	<u>Tvorba: pečlivost</u>	to důležité, je zdůrazňová-
197	<u>postavu. Si s tím pohrát. V tom je něco víc. Je</u>		no i jinými hráči?
198	<u>to do tý hry, aby to sedělo, a tak, ale pak je</u>	HRA	Lze interpretovat pomocí
199	<u>to i kus tvýho já, co je pro mě důležitý, co mě</u>	IDENTITA – já	Goffmanova playing self?
200	<u>baví. A zároveň je to takovej vtípek, no (úsměv).</u>	<u>vtip</u>	
201	<u>Nepobere ho hned kde kdo, no.“</u>		
	V čem ten vtip spočívá, řekneš mi?		
202	(<u>smích 5 s</u>) „... to je právě ta pointa, že bys mě	<u>vtip</u>	exkluzivita
203	musela znát, no. To nejde, fakt. To je součástí	IDENTITA - já	
204	tý hry a taky mezi našima, jako no. Ze začátku	HRA kamarádi	
205	sem používal jiné, jo, jiné. Ale jen krátce...“	<u>Tvorba: varianty</u>	
	Jak dlouho asi, vzpomeneš si?		
206	„No, nevím, přesně nevím, ale opravdu úplně		Proč si nepamatuje? Je to
207	krátce.“		schválné?
	A nemůžeš to podle něčeho odhadnout?		
208	„No možná, řek bych tak, <u>tak dva tři tejdny</u>	<u>minulost</u>	Jaký význam má soutěž,
209	<u>jenom, bych řek, no. To sem ještě nehrál ligu,</u>	soutěžení	je důležité vyhrát nebo
210	s tím prvním sem vůbec nehrál, jako. Takže		jde hlavně o partu?
211	tendle vznik fakt někdy těsně před tím, než	<u>minulost</u>	
212	<u>sme začli pařit v týmu, no, jo. Než sme šli</u>		Co znamená „větší akce“?
213	<u>prvně do větší akce. Ale zase jako on <u>nebyl až</u></u>	<u>Tvorba: varianty</u>	
214	<u>tak jiné. Tohle je spíš takovej jako apgrejd, jo.</u>		
215	<u>Základ je hodně podobný, není to úplně jiné.</u>	<u>Tvorba: vylepšování</u>	
216	<u>Vlastně k ní pomohli z naší bandy. Teda, spíš mi</u>	<u>kamarádi</u>	Důležitost party, inspirace
217	<u>nakopli jako, tak sem to ještě dotáh. A docela</u>		kamarády nebo snaha jim
218	<u>to mělo úspěch (úsměv). Tak, asi tak, no.“</u>	sebeuspokojení	vyhovět?

707 Protože publikace není tištěna barevně, jsou kódy přiřazeny vždy na stejné řádce, na které se vyskytují, a v některých případech jsou vybrané pasáže vyznačené do bloku a kódy odlišené fontem písma.

	A teď už používáš jenom ten.		
219	„Jo. Jo, to je tak. Tak mě všichni znaj, i na dru-	kamarádi	Jak moc je důležité, že ho znali? Identifikace s avatrem existuje do jisté míry stále, i po snížení hráčské aktivity.
220	hým konci světa. S tím sem vyhrál. Každý	minulost	
221	ten nik znal, no. To je jako součást tvého já,	IDENTITA – já	
222	to nejde tak moc měnit. V tom světě si to		
223	ty. Takovej máš fejs. Tak to tam je, no. [Nákej		
224	vývoj, čas od času, je možnéj, to jo, jako. Ale	tvorba: vylepšování	
225	já s tím moc nehejbu. Spíš tak sem upravil		
226	grafiku, zpracování, no. Jinak teď už ne. Taký	HRA	
227	už tolik nehraju. Ale i teďka mi to přijde dobrý,	sebeuspokojení	
228	jako, fakt.“ (úsměv)		

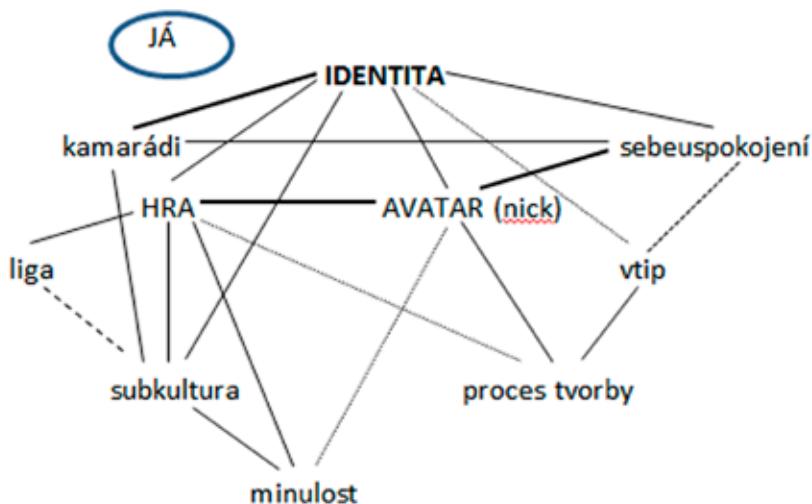
Provedené kódování není pouze formou redukce dat, ale je zároveň nástrojem, který pomáhá odhalit podobnosti v datech a jejich provázanost vizuálně. Toho lze snadno docílit právě při práci v analytických softwarech, které jsou schopny zobrazit síť vztahů mezi jednotlivými kódy a k nim přiřazenými úryvky dat. V tomto smyslu lze o souboru kódů uvažovat jako o systému či síti, kterou lze zobrazit. Taková vizuální reprezentace může posloužit jako podklad pro formulaci obecnějších tezí o vztazích mezi kódovanými kategoriemi⁷⁰⁸ a vznikající teorie je rozvíjena na základě vizuálního modelu.⁷⁰⁹ Jak složitý či naopak jednoduchý model zvolí, je na výzkumníkovi. Neexistuje žádné pravidlo, které by určovalo, že do modelu musejí být zařazeny všechny kódy použité ve výzkumu nebo naopak jen některé, a na jakém principu či podle jakých kritérií je vybrat. Kritériem je vždy relevance zkoumanému problému a maximální příspěvek ke srozumitelnosti jeho teoretického vysvětlení.

Přiřazování dat k jednotlivým kódům je nejen jejich tříděním, ale systematickou klasifikací, jejímž prostřednictvím analyzovaný materiál uspořádáváme. Na rozdíl od kvantitativního přístupu, kde je systém měřených kategorií předem stanoven, při kvalitativní analýze dat vzniká průběžně a podřizuje se potřebám daného šetření. Zároveň je potřeba vést v patrnosti, že i když zde mluvíme o souvislosti mezi kategoriemi, neznamená to přesně to samé, jako když na základě testování vyjádříme statistickou souvislost mezi dvěma proměnnými. Pokud mluvíme o vztazích

708 Vodítkem zde může být paradigmatický model navrhovaný Straussem a Corbinovou (1999) (viz výše).

709 Model zde chápeme jako výzkumný nástroj, který ve vědecké práci zastupuje zkoumaný objekt. Modely ve vědě plní funkci instrumentální, ilustrativní, explikační či heuristickou. Každý model je vždy redukcí skutečnosti, neboť postihuje jen určité vybrané aspekty jevu, k jehož pochopení slouží; je tedy jeho zjednodušenou verzí. Zpravidla vzniká jako výsledek poznávacího procesu na základě formální, funkční a strukturální podobnosti (analogie) mezi ním a zkoumaným objektem. Může být jak fyzický v podobě trojrozměrného předmětu nebo dvojrozměrného náčrtku, tak pouze myšlený. Srov. Vodáková, Petrušek (1996), Janoušek (2001).

v kvalitativním výzkumu, nejedná o kauzální souvislosti, přesněji nemáme nástroje, kterými jejich kauzalitu prokázat. Na druhé straně výpovědi našich komunikačních partnerů často příčinné vztahy mezi jevy naznačují a z povahy kvalitativního výzkumu s nimi jako s takovými musíme pracovat. V průběhu šetření se však může ukázat, že informanty naznačované souvislosti mezi příčinami a důsledky jsou nesprávné. V případě ale, že bychom platnost navržených vztahů chtěli potvrdit a širěji zobecnit, museli bychom je testovat v rozsáhlejším kvantitativním šetření.



Obr. 15 Vizualizace propojení kategorií (na základě předchozího rozhovoru) (viz barevná příloha)⁷¹⁰

Druhý stupeň v zakotvené teorii představuje kódování **axiální**. V tomto kroku dochází k propojování kategorií navzájem, tak aby postupně vznikalo schéma odpovídající navrženému paradigmatickému modelu. Nejprve musíme specifikovat jednotlivé analytické kategorie, určit jejich vlastnosti, nastínit podmínky, za kterých nastávají, jejich důsledky a vztahy s ostatními kategoriemi. Dále se zaměříme na sledování proměn jednotlivých strategií jednání v souvislosti se změnami intervenujících podmínek a okolností. Dobrým vodítkem je všimnout si podobností a pravidelností v datech, ale na druhé straně i nesrovnalostí, kontrastů či rozdílů. Které strategie se objevují opakovaně, u jakého typu jednajících aktérů

⁷¹⁰ Síla a typ čar vyjadřují sílu vztahu mezi kategoriemi; čím silnější čára, tím více jsou pasáže označené těmito kódy provázány. Využít lze i různé typy čar pro vyjádření odlišných vztahů.

a za jakých podmínek, a které jsou naopak ojedinělé nebo se odehrávají za velmi specifických podmínek? Existují i další strategie, o nichž tušíme, ale v našich datech vůbec nejsou obsažené? Při analytické práci s daty usilujeme o nalezení nových originálních propojení mezi kategoriemi a o odhalení jejich vzájemných vztahů (souvislosti nebo např. nadřazenosti či podřazenosti).

Začínáme určením hlavní kategorie a specifikací jejích vlastností. Následně formulujeme kategorie vedlejší, pomocné, a vysvětlujeme jejich vztah k té centrální. Přitom se opíráme o navrženou osnovu teorie (paradigmatický model). Základní kategorie zpravidla vyjadřuje strategie jednání, doplňkové kategorie postihují jeho okolnosti, podmínky a následky. Takto vytváříme základ budoucí teorie a formulujeme základní teze o vztazích mezi kategoriemi. V této fázi mají charakter hypotéz v deduktivním přístupu. Nyní je potřeba prověřit platnost navržených vztahů v datech a k tomu je potřeba doplnit datový korpus a otestovat induktivně formulované teze na nových datech. Je více než pravděpodobné, že jsme se v některých případech nestrefili a některá data našim tezím neodpovídají. Tyto nepravidelnosti v datech se často objevují v přechodových situacích za změny podmínek jednání. Je potřeba je zohlednit, vysledovat vliv změny podmínek, vysvětlit, proč danou odchylku způsobují, a předchozí teze reformulovat. Následně novou verzi teorie opět ověřujeme na nově získaných datech. Až teprve v případě, že odpovídají i jim, je možné s tezemi dále pracovat. V opačném případě je nutné je zamítnout či upravit na základě nových dat a nadále postupovat stejně cyklicky. Právě tyto kroky zpět k původním datům a ověřování formulovaných zobecnění na empiricky podložených pozorováních jsou pojistkou adekvátnosti nově vznikající teorie a její reference vzhledem k sociální realitě. Tím plynule přecházíme do závěrečné fáze celého procesu, ke třetí úrovni kódování.

Třetí úroveň je označována jako kódování **selektivní**. Zde výzkumník pracuje na mnohem vyšší míře abstrakce. Předpokládá se, že je již se zkoumaným tématem značně obeznámen, že tzv. ví, o co jde. Snaží se identifikovat pro vysvětlení jevu nejdůležitější kategorii, specifikovat její vztahy s ostatními a postihnout i její proměny v závislosti na probíhajících změnách. Pro vyjádření vztahů mezi používanými kategoriemi můžeme využít znázornění pomocí diagramů či schémat. Ta následně slouží jako kostra vznikající teorie, základ příběhu, jež chceme postihnout. Nahlížení na zkoumaný jev a jednotlivé strategie jednání jako na vyvíjející se příběh s vlastní logikou a návazností může analytickou práci usnadnit. Jde o to, odhalit proces, který se za zkoumaným tématem skrývá; jak na

sebe navazují jednotlivé fáze jednání a jak jsou ovlivněny měnícími se podmínkami a typy zúčastněných aktérů. Sledujeme dynamiku tohoto procesu, jakých variant nabývá podle změn kontextu a jednajících a také jak se mění jeho následky.

Určit centrální kategorii, jež je ústředním prvkem sdružujícím všechny ostatní, nemusí být úplně jednoduché. Ty nejdůležitější lze identifikovat například pomocí otázek: Co je nejvíce překvapivé? V čem spočívá největší problém? Co je ústředním jevem či hybatelem jednání? Apod. Analyticky podstatnými kódy jsou zpravidla ty, které jsou spojeny s řadou dalších, označili jsme jimi množství úryvků a zároveň s nimi máme spojené nějaké analytické poznámky. Interpretačně důležitá data (úryvky) jsou ta přiřazená k více kódům, propojená s dalšími úryvky a váží se k nim nějaké komentáře výzkumníka.

V principu není vyloučené, aby různí výzkumníci vybudovali své interpretační schéma na jiné centrální kategorii. Volba té zásadní do značné míry vypovídá o jejich specifickém náhledu na téma a zvolené interpretační optice nebo teoretickém zakotvení. To je do značné míry derivátem složitosti zkoumané sociální reality, pro kterou lze často najít více alternativních vysvětlení. Podstatné proto je, jak výzkumník svoji interpretaci zdůvodní, nakolik se mu podaří přesvědčit vědeckou komunitu a zda jeho verze bude přijata. Na druhé straně jedním z požadavků GT je i její přijetí těmi, o nichž vypovídá. Proto se badatel musí ptát, zda jím zvolené vysvětlení jednotlivých kategorií a navržená logika průběhu zkoumaného procesu odpovídá pohledu zkoumaných (a do jisté míry i čtenářů).⁷¹¹ Zároveň v této fázi hledá v datech vhodné ilustrační příklady⁷¹² pro své obecné teze, které použije při závěrečné prezentaci nové teorie. Obecně platí, že na každé rovině práce se vznikající teorie stává obecnější a úspornější.

Pomocným nástrojem formulování nové teorie může být i využití metafor, které je však dvousečnou zbraní. Na jedné straně může čtenářům popisované jevy blíže přiblížit a oživit celý text, současně ale může i vysvětlované zamlžit. Pokud chceme nějakou metaforu jako součást své teorie použít, musíme si být jisti, že je pro příjemce snadno dekódovatelná, srozumitelná a hlavně jednoznačná.

711 Srov. Charmazová (2003).

712 Ačkoli uvedení přímých citací poskytuje čtenáři bezprostřední vhled do analyzovaných dat (a do způsobu uvažování informantů), z metodologického hlediska slouží pouze pro dokreslení výzkumníkových tezí. Loučková upozorňuje, že: „přemíra výroků citovaných ze zdrojového materiálu a dávaných do vztahu s literaturou nastudovanou předem poukazuje na setrvačnost kvantitativního způsobu myšlení“ (2010: 66).

Při práci s kvalitativními daty, jež má vést k formulování obecné teorie, je průběžně potřeba redukovat mnohost dat. K tomu napomáhá několik postupů. Především se snažíme zobecnovat a všímáme si v datech výroků, které mají tento (obecnější) charakter, a s těmi dále pracujeme více než s konkrétními případy (ty využíváme pro ilustraci). Naopak se sami snažíme o ještě vyšší abstrakci a vytvoření obecnějších tezí na základě více výpovědí informantů. Pokud se obecnější shrnující vyjádření formulovat nedaří a data spíše budí dojem přílišné různorodosti než podobných zobecnitelných tvrzení, je potřeba jít znovu do terénu. Je možné, že jsme určitá podstatná data přehlédli, ale také, že v zatím dostupných datech potřebné údaje nejsou obsaženy. V takovém případě datový korpus ještě nebyl saturován a je potřeba doplnit další data, která teprve ukáží struktury podstatné pro vytvoření teorie. Při formulování konzistentní teorie zakotvené v datech je často potřeba v závěrečné fázi doplnit chybějící pojítka mezi kategoriemi a ověřit jejich správnost na nově doplněných datech. Je potřeba dosáhnout **teoretické saturace**, stavu, kdy jsou stanovené analytické kategorie, jež tvoří základní kameny výsledné teorie, adekvátně vymezené a datově podložené, což pomáhá odhalit jednotlivé varianty, jichž nabývají. Při teoretické saturaci využíváme především metodu komparace. Doplnit další data, která naše stávající vymezení doplní a podpoří,⁷¹³ je vhodné i v případě, že si ukotvením našich analytických kategorií nejsme jisti. Není výjimkou, když je v průběhu analýzy potřeba vzájemné vztahy kategorií reformulovat a přeuspořádat. Podle Strausse a Corbinové (1999) teorie není vhodně formulována a jev správně vysvětlen, pokud nelze převyprávět poměrně jednoduše.⁷¹⁴ Pokud se nám nedaří formulovat teorii stručně a přitom se vzájemně dobře provázanými prvky, je možné, že v analýze ještě něco chybí a nějaký aspekt jsme v datech přehlédli. Dosažení teoretické saturace naznačuje i proces kódování, když při zpracovávání nových dat již nedochází k doplňování nových kódů. Jednou z klíčových chyb při aplikaci tohoto postupu je předčasné zakončení analytického procesu, kdy výzkumník ukončí práci s daty dříve, než došlo k teoretické saturaci, zpravidla již na první či druhé úrovni kódování.

713 V žádném případě ale nelze vyhledávat pouze taková data, která a priori odpovídají dosavadním tezím. Naopak údaje, jež jsou s nimi v rozporu, pomáhají postihnout zkoumaný problém přesněji, i když za cenu oddálení formulace výsledné teorie. O to neprůstřednější bude její finální podoba.

714 Ne nadarmo se říká, že v jednoduchosti je krása, a za nejlepší teorie jsou často považovány právě ty poměrně jednoduché.

Výsledkem provedené analýzy je vždy nový text, který vzniká průběžně v procesu analýzy, jak si pro sebe komentujeme jednotlivé kategorie.⁷¹⁵ V závěrečném výstupu prezentujícím závěry výzkumu definujeme pojmy a formulujeme výslednou podobu teorie, jež s nimi pracuje. Nejprve uvádíme souhrnně ústřední myšlenku teorie a postupně ji podrobně rozpracováváme a zpřesňujeme. Základem je deskripce zkoumaného jevu, stavů, kterých může nabývat, a okolností, za nichž se odehrává. V jistém smyslu je výzkumníkův text sestaven ze střípků dat, s nimiž pracoval a která využívá jako konkrétní příklady svých obecnějších tvrzení. Protože cílem tohoto přístupu je formulovat novou teorii, nelze se spokojit se závěrem, který pouze vytváří mozaiku z úryvků dat spojených propojovacími větami, ani s převyprávěním výpovědí informantů. Pro to, aby závěry výzkumu byly přínosné pro vědní obor, je podstatné formulovat teorii vlastními slovy pomocí termínů a předem vysvětlených konceptů, nikoli nechávat samotné informanty formulovat či dořikávat, co jsme chtěli říci. Pokud byla analytická práce správná, pak data a jejich autoři a autorky sami promlouvají skrze formulovanou teorii. To neznamena, že nemůžeme využít žádné příklady, ty by ale měly sloužit pouze k ilustraci a oživení textu, a proto stačí jen několik ukázek, těch nejvíce vypovídajících. To podstatné, co chce výzkumník sdělit, musí formulovat sám, jazykem odpovídajícím terminologii daného oboru. V opačném případě se pohybuje ve zcela jiném paradigmatu, jež tvrdí, že nejpovolnější vyjádřit se a vystihnout podstatu zkoumaných jevů jsou pouze samotní aktéři. To ale neodpovídá přístupu zakotvené teorie. V neposlední řadě bychom přitom měli myslet na budoucího čtenáře a zohlednit cílovou skupinu, které je text určený, ale i na participanty výzkumu, o nichž vypovídáme a pro které by výsledná teorie měla být srozumitelná. Samozřejmostí je srovnávání vlastních zjištění s poznatky ostatních badatelů a diskuse vycházející z komparace našich a jejich závěrů.

Z výše uvedeného by mělo být zřejmé, že zakotvená teorie není jediným ani univerzálním postupem práce s kvalitativními daty. Na druhé straně v rámci mediálních studií patří k velmi často využívaným. Na poli studií kulturních je přesah k etnografickým a antropologizujícím postupům častější, při práci s mediálními sděleními jej však příliš často neupotřebíme. Proto se nyní zaměřím na postup, který se soustředí právě na kvalitativní zpracování mediálních sdělení, ale nejen jich, a na analýzu diskurzu.

715 Při použití analytického softwaru vzniká základ výsledného textu v jednotlivých analytických poznámkách, které si k jednotlivým pasážím výzkumník vpisuje.

9.2 Analýza diskurzu – víc než jen analýza textu

„Diskurz je sémiotické bojiště, na kterém se bojuje sémiotickými zbraněmi [...]“

(Bočák 2009: 128)

V předchozí kapitole jsem se soustředila na kvalitativní postupy analýzy dat a předtím na dekodování významu dokumentů pomocí sémiotico-strukturální analýzy. Ukázala jsem, jak klíčové jsou v každé kultuře jazykové znaky jako zprostředkovatelé a nositelé významů a že jako znaky lze analyzovat i prvky jiných symbolických systémů, nejen jazyka. Pro zvýznamnění textů je podstatná kultura, ve které byly zakódovány a v jejímž rámci budou dekodovány. Proto pro jejich analýzu není dostatečným referenčním rámcem pouze samotný text (ani médium, které jej publikovalo), ale právě kultura,⁷¹⁶ ve které fungují. Jinými slovy, význam mediálních sdělení lze rekonstruovat nejen s omezením na jednotlivé texty, ale i vzhledem k jejich širokému kontextu, významům a dalším textům, jež jsou součástí dané kultury. To jsem do jisté míry naznačila již v podkapitole věnované sémiotické analýze (8.2), která usiluje o odhalení mýtů, s nimiž sdělení pracují, a jejich ideologického pozadí, ale i v případě interpretativního čtení. Přístup, který jde ještě o krok dál a snaží se o interpretaci textů v kontextu kultury, je **analýza diskurzu** (*discourse analysis*), dále AD, případně **diskurzivní/diskurzni⁷¹⁷ analýza** (*discursive analysis*).⁷¹⁸

Někteří z vás logicky hledali kapitolu o diskurzivní analýze v části knihy věnované analýze dokumentů. Proč jsem ji zařadila samostatně? Především proto, že za cíl analýzy diskurzu považují zkoumat diskurz,

716 V kapitole 7 věnované pozorování jsem zmiňovala Cliforda Geertze (2000), zástupce symbolické antropologie, který kulturu studoval jako třídu významových struktur, soubor symbolických textů. V tomto smyslu je také nejširším rámcem, v němž jsou mediální sdělení zvýznamňována a vzhledem ke kterému je lze zkoumat.

717 Jak upozorňuje Lapčík (2009), nadužívání pojmu „diskurz“ i adjektiva „diskurzivní“, případně „diskurzni“, v širokém spektru významů v posledních desetiletích vede k jejich vyprázdnění. Použití označení diskurz často zakrývá nepřesnost pojmové konceptualizace zkoumaného jevu, užití přívlastku „diskurzivní“ zas často slouží k ospravedlnění vědeckosti užitého postupu. Plošné rozšíření používání tohoto označení však vedlo ke ztrátě schopnosti jednoznačně identifikovat výzkumnou metodu. Proto výzkumné tradice, jež chtějí svůj vlastní postup odlišit, přidávají k názvu specifické přívlastky, např. „kritická diskurzivní analýza“ nebo „diskurzivní psychologie“ apod.

718 Obě pojmenování se často používají jako synonyma, ačkoli metodologicky jsou analýza diskurzu a diskurzivně vedená analýza odlišné výzkumné techniky (viz níže).

nikoli pouze analyzovat jednotlivé dokumenty. Práce s různými texty (nemusí se jednat pouze o mediálně publikovaná sdělení, ale např. o záznamy rozhovorů) i s příklady sociálního jednání je pouze nástrojem tohoto přístupu, jehož hlavním cílem je zkoumat diskurz v pozadí. A to je druhý důvod, proč jsem AD zařadila až na konec publikace. Kvůli složitosti a ucelenosti jejího pohledu na zkoumané téma ji považuji za pro realizaci nejtěžší a nejnáročnější z probíraných analytických postupů, který navíc využívá i řadu již dříve uvedených technik. AD se v žádném případě nevyčerpává studiem jednotlivých textů. Jde spíše o interdisciplinární perspektivu nahlížení na sociální realitu, tzv. *discourse studies*, než kompaktní výzkumnou techniku. Současně s příklonem ke studiu diskurzu dochází k odklonu zájmu o zkoumání vnější reality jako takové ve prospěch zkoumání procesů, v nichž je realita zvýznamňována a reprodukována prostřednictvím užívání symbolických systémů.

Postupy diskurzivní analýzy jsou využívány v řadě oborů (nejen mediálních či kulturních a komunikačních studiích, ale i v lingvistice, sociologii, psychologii, antropologii, historii), které si ji pro své potřeby upravují, což zmnožuje počet postupů, jež jsou takto označovány. S vymezením této techniky, která je v anglosaské tradici v posledních dvacet letech velmi populární, jsou spojeny dvě základní obtíže: (1) potřeba specifikovat, co to je diskurz a (2) upřesnit, co má být obsahem jeho analýzy a jak při ní postupovat. Ani jeden z těchto úkolů není snadný, neboť byla rozpracována řada variant diskurzivních analýz, jež mají svá specifika. Jejich pojítkem je deklarace návaznosti na práce Michela Foucaulta, v praktickém pojetí analýzy, používaných postupech i cílech se však značně liší. Pokud mluvíte o diskurzivní analýze, je proto nezbytné specifikovat, k jaké škole, proudu či autorovi se hlásíte.⁷¹⁹

V této kapitole se zaměřím především na sociologizující pojetí navazující na publikace Theuna A. van Dijka a postupy navržené Normanem Faircloughem a Jamesem Paulem Gee, které poskytnou základní představu, jak AD realizovat. Podmínkou její úspěšné realizace je však detailní znalost kultury a společnosti, jejíž jsou zkoumaná data součástí, a širšího socio-ekonomicko-historicko-politicko-kulturního přehledu. Diskurzivní analýza patří k přístupům, ve kterých jsou teoretická východiska a postupy empirické práce úzce provázané, a nelze ji proto aplikovat bez znalosti teoretického rámce. Jednotlivé tradice diskurzivní analýzy se neomezují jen na metodu analýzy dat, ale zahrnují jak teorii,

719 Podrobněji viz např. Wetherellová, Taylorová, Yates (2001), Foret, Lapčík, Orság (2009).

tak specifické postupy zkoumání, sběru a analýzy dat.⁷²⁰ Není proto překvapivé, že výstupy různých přístupů přinášejí odlišné poznatky o předmětu zkoumání. Společným základem těchto různých tradic je sociální konstruktivismus, strukturalistická a poststrukturalistická lingvistika zdůrazňující, že k realitě máme přístup jen skrze jazyk, kterým ji současně vytváříme. To nepopírá existenci fyzického světa, pouze zdůrazňuje roli jazyka v procesu jeho významňování.⁷²¹ Podle Jacquese Derridy může existovat jen to, co umíme pojmenovat, neboť teprve tím tomu připisujeme význam. Fyzický svět by nám bez jazykových pojmenování nedával smysl. Zároveň cokoli, co (o něm) říkáme, je součástí jazykové hry, jež má svá pravidla (co lze říci a jak to lze říci).⁷²² Každý výrok se podílí na tvorbě určité verze reality, a tak zároveň popírá jiné. Diskurzivní analýza umožňuje odhalovat, jak je sociální realita vytvářena, stvrzována a udržována skrze jazyk, sociální jednání a sociální praktiky. Lze si ji proto také představit jako sadu přístupů (teorií a metod) pro analýzu užívání jazyka v sociálním kontextu se zaměřením na zkoumání významotvorných praktik.⁷²³ Ačkoli uvedené přístupy vymezují odlišně i proces tvorby významu pomocí jazykových a vizuálních znakových systémů – shodují se na tom, že **semióza** je hlavním bodem zájmu kritické diskurzivní analýzy.

V rámci různých tradic diskurzivní analýzy lze odlišit tři proudy, ale různí autoři dělí jednotlivé přístupy různě. Na jedné straně spektra jsou postupy jako diskurzivní psychologie⁷²⁴ nebo konverzační ana-

720 Některé přístupy například využívají kvantitativní počítačové analýzy textů. Jiné umožňují vzájemné propojení a oceňují, když si výzkumník nakombinuje sadu technik a vytvoří si vlastní perspektivu zkoumání. Nesmí to ale vyústit v eklekticismus, varují Jørgensenová a Phillipsová (2002).

721 Reprezentaci objektů nelze oddělit od jejich prezentace, neboť vzhledem k realitě vykonává konstitutivní funkci, která je její inherentní součástí; realita je výsledkem procesu reprezentace. Podrobněji viz např. Hall (1997), Reifová (2004).

722 Podrobněji viz např. Wittgenstein (1998).

723 Srov. Fairclough, Wodaková (1997).

724 Diskurzivní psychologie je relativně nový transdisciplinární přístup, který staví na konstruktivismu a vymezuje se vůči psychologii kognitivní (Potter, Wetherellová 1994). Také zde je jazyk uvažován jako nástroj jednání (obviňuje, omlouvá, požaduje apod.), nikoli pouze sdělování, a proto se soustředí na jazykové, rétorické a argumentační prvky využívané k naplnění funkcí jazyka v různých kontextech různými mluvčími a na to, jak jim jednající rozumějí. Pracuje se záznamy autentických řečových interakcí a každodenních výpovědí a zjišťuje, co znamenají pro samotné mluvčí (Zábrodská 2009). Někteří (např. Vybíral 2007) ji ale považují spíše za aplikaci diskurzivní analýzy v psychologii a vytýkají, že je příliš sociologizující a že se z tohoto přístupu samotná psychologie a její tradiční vysvětlující kategorie vytrácejí.

lýza⁷²⁵ vycházející z entometodologie zaměřené na analýzu výpovědi z řízených experimentálních situací v přirozeném prostředí. Dále pak lingvistická (lexikálně-sémantická) tradice kritické diskurzivní analýzy, jež se při analýze zaměřuje na širší významové struktury; zastupuje ji například Norman Fairclough, Ruth Wodaková nebo Theo van Leeuwen, který ji spojuje s analýzou vizuální. A třetí,⁷²⁶ sociologicko-politickou linii (inspirovanou Foucaultovými pracemi *Dějiny šílenství, Zrození kliniky, Dohlížet a trestat, Archeologie vědění*), označovanou také jako post-strukturální, zastupuje například profesorka vizuální kultury Gillian Roseová. Výzkumy Jamese P. Gee nebo Theuna van Dijka leží na pomezí těchto dvou, vychází z tradice kritické lingvistiky, ale snaží se o přesah k sociálním tématům a kategoriím analýzy (viz níže). Bývají řazeny do kritické diskurzivní analýzy (*critical discursive analysis*, dále CDA), v rámci které se ale ještě rozlišuje linie jazyková Faircloughova a historizující Wodakové. Ale ani tradice CDA kolem časopisu *Discourse and Society*, založeném nizozemským profesorem studií diskurzu na univerzitě v Amsterdamu Teunem A. van Dijkem, není zcela jednotná. Specifikem přístupů, které zastupují van Dijk a Wodaková, je zájem o výzkum sociálních reprezentací v myslích sociálních aktérů, interpretace a vnímání diskurzu členy společnosti, tedy otázky, které lingvisticky orientované přístupy nechávají stranou.

Z uvedeného by mělo být zřejmé, že označení diskurzivní analýza zastřešuje více různých postupů a škol, jež nemusejí mít příliš společného, kromě snahy zkoumat „co“ bylo řečeno, „kým“ a „proč“, „v jakém nebo čím zájmu“. Mezi diskurzivní analýzy jsou proto řazeny jak studie promluv (např. konverzační analýza) či psaných textů, tak analýzy diskurzů (viz níže). Některé postupy jsou označovány jako analýza textu,⁷²⁷ jiné diskurzivní analýzu představují jako obecnou metodu studia používání jazyka v mluvené či psané podobě zahrnující různé techniky analýzy. Příčina odlišnosti těchto přístupů pravděpodobně pramení z rozdílného pojetí samotného **diskurzu**. Tento pojem se stal v posledních letech velice populární, ale s množstvím použití v různých kontextech zároveň

725 Vychází z teorie mluvních aktů a pracuje na mikrorovině; na řečové interakce nahlíží jako na formu sociálního jednání, jehož prvky nabývají na významu v určitém kontextu. Soustředí se na analýzu záznamů komunikačních interakcí a významu, jež jim přiřkládají samotní komunikující. Na rozdíl od AD konverzační analýza nejčastěji pracuje s přepisy výpovědí, autentických rozhovorů či záznamů focus group apod. Podrobněji viz níže.

726 Kromě těchto Wetherellová, Taylorová a Yates (2001) dále uvádějí např. výzkum podle Bachtinovy teorie žánru nebo etnografii komunikace.

727 Srov např. van Dijk (2002).

ztratil na přesnosti. Slovníkový výklad⁷²⁸ pojmu nám příliš nepomůže. Konečně i Foucault v *Archeologii věděni*, již lze z jeho prací považovat za asi nejvíce metodologicky návodnou co do postupu analýzy, připouští mnohoznačnost pojmu diskurz.

Obecně lze identifikovat dvě základní pojetí diskurzu. Pro naše potřeby je označme jako: (1) lingvistické a (2) sociologické.⁷²⁹ Tradiční jazykovědné pojetí označuje jako diskurz v zásadě jakoukoli řečovou událost nebo text delší než věta.⁷³⁰ Lingvistické pojetí diskurzu je značně užší než to sociologické, protože nezohledňuje sociální kontext. To přináší i odlišné jiné možnosti analýzy diskurzu, její aplikace i výsledků. Proto do této linie zkoumání spadají i výzkumné techniky, jako je konverzační analýza (viz níže). Některé obory současné lingvistiky (pragmatika, sociolingvistika, psycholingvistika) ale postupně začínají k sociálnímu kontextu používání jazyka⁷³¹ přihlížet a na komunikační akty nahlížet jako na druh sociální interakce.

Analogicky k tomuto rozdělení lze odlišit dva stupně analýzy textů⁷³² (diskurzu). První se soustředí na jeho vnitřní stavbu, druhý zohledňuje i jeho roli v rámci širšího rámce a souvislosti s jinými texty. Jak uvádí lingvista Jiří Nekvapil (2006: 264): „S prvním přístupem jakožto přístupem ryze lingvistickým se ve výzkumné oblasti Discourse Analysis v zásadě nepočítá.“⁷³³ Je tomu tak proto, že ani koncept diskurzu francouzského poststrukturalistického filozofa a psychologa Michela Foucaulta se neomezuje jen na text nebo promluvu. Dokonce se domnívám, že jeho pojetí diskurzu je takřka obrácené a jednotlivé výpovědi jsou až sekundární

728 Překlad anglického *discourse* nabídne varianty jako diskuse, rozhovor, rozprava, promluva, přednáška či kázání; pro francouzské *discours* pak řeč, proslov, projev, rozprava, případně vyprávění či text.

729 Bočák (2008) analogicky tato dvě pojetí označuje jako chápání diskurzu v rámci (1) humanitních oborů a (2) sociálních věd.

730 Věta ale v těchto přístupech zůstává základní analytickou jednotkou.

731 Souvisí to do jisté míry i s tzv. post-strukturalistickým obratem k jazyku (*lingvistic turn*), který se v šedesátých letech 20. století pod vlivem analytické filozofie odrazil i v jiných vědách, jež začaly jazyk vnímat nejen jako prostředek konstrukce světa, ale i vědění daného vědního oboru. Podrobněji viz např. Bočák (2008), Fajkus (1997).

732 Může se jednat jak o verbální promluvu, tak o psaný text; protože se i s verbálními výpověďmi zpravidla pracuje v jejich grafické podobě vzniklé přepisem, používám zde dále souhrnné označení text.

733 Přestože se i lingvistické přístupy hlásí k Foucaultovi, sociálně-historicko-politická složka se z jejich analýz vytrácí. Zatímco lingvisticky orientované postupy soustředí svoji pozornost na formu – označující –, více foucaultovské zaměření analyzuje označované. Srov. Bočák (2009).

vzhledem k primární pozornosti věnované významovým strukturám, sociálním praktikám, pravidlům, vědění a moci.

Na úvod kapitoly použiji vymezení **kritické diskurzivní analýzy** profesorky aplikované lingvistiky a diskurzivních studií Ruth Wodakové (2001), která zdůrazňuje interdisciplinaritu a historizující linii CDA. Tu specifikuje jako kritickou metodu výzkumu skrytých strukturálních vztahů dominance, sociální nerovnosti, diskriminace, moci a kontroly, jak jsou vyjadřovány, naznačovány, ustavovány a legitimizovány skrze jazyk/diskurz a jeho užívání. Za diskurz označuje formu produktivní sociální praxe, která se podílí na vytváření objektů vědění, situací, sociálních identit subjektů i uspořádání společnosti skrze mezilidské a skupinové vztahy.⁷³⁴ Vykonáváním určitých diskurzivních praktik (sociálního jednání) se vytváří a rekonstruuje nejen vědění a diskurz samotný, ale i společnost. Pro kritickou diskurzivní analýzu je diskurz formou sociální praxe, která konstituuje sociální svět a zároveň je tímto světem zpětně konstituována. „V kritické diskurzivní analýze je diskurz formou jednání, prostřednictvím které mohou lidé měnit svět, a zároveň formou jednání, která je historicky a sociálně situovaná a která je v dialektickém vztahu s ostatními aspekty sociální reality,“ píše Jørgensenová a Phillipsová (2002: 63).

Vymezení diskurzu a jeho vliv na podobu analýzy

Protože chápání diskurzu je pro AD klíčové, zaměřím se nyní na vymezení diskurzu i diskurzivního přístupu důkladněji, abych vysvětlila, proč čistě lexikální přístupy k jeho analýze považuji za nedostatečné. Pracovně diskurz, spolu s Michelem Foucaultem⁷³⁵ (1994a, 1999, 2002)⁷³⁶,

734 Různí autoři kladou při definování diskurzu důraz na jiné aspekty. Například Gillian Roseová (2001: 136) v knize *Visual Methodologies* pracuje s vymezením diskurzu jako: „skupiny prohlášení, které strukturují způsob, jak je uvažováno o věcech, a způsob, jak na základě tohoto myšlení jednáme. [...] diskurz je určité vědění o světě, které formuje to, jak je svět chápán a jak se dělají různé věci.“ Pro změnu John Fiske (1987: 11) v knize *Television Culture* charakterizuje diskurz pomocí tří dimenzí: tematické oblasti (objektu) diskurzu, jeho sociálním původem a ideologickou rovinou, jako: „jazyk nebo systém reprezentací, které se sociálně vyvinuly proto, aby vytvářely a uváděly do oběhu koherentní ucelený soubor významů o důležité tematické oblasti. Tyto významy slouží zájmům té části společnosti, ve které má diskurz svůj původ a která ideologicky pracuje na jejich začlenění do vědění zdravého rozumu.“

735 V tomto textu nechávám zcela stranou pojetí diskurzu Jürgena Habermase, podrobněji viz např. Lapčík (2009).

736 Ale ani on nebyl ve svých pracích zcela konzistentní a jeho uchopení diskurzu se v průběhu tvorby posuvalo.

vymezím jako soubor vědění o určitém tématu a současně systém pravidel a omezení usměrňujících produkci vědění, tedy vytváření nových výpovědí o dané oblasti.⁷³⁷ Podstatné je, že tento soubor výpovědí není výčtem konkrétních promluv, ale jejich rámcem, jenž jejich formulování umožňuje; tedy spíše souborem pravidel a struktur vědění.

Diskurz je nástroj sociální konstrukce reality; souhrn vědění a výpovědí o objektech diskurzu, ale současně i neverbalizovaných sociálních praktik, mezi nimiž je dialektický vztah. Pravidla diskurzu omezují, o čem je možné vypovídat, a naopak jsou utvářeny jednotlivými výpověďmi a praktikami. Diskurzy jsou složeny ze znaků, ale nevyčerpávají se pouze označováním. Zahrnují sociální praktiky, jejichž prostřednictvím systematicky formují objekty, na které se vztahují. Proto je nelze redukovat na jazyk, ale je potřeba zohledňovat komplexní svazek diskurzivních vztahů (např. mezi institucemi, sociálními rolemi, společenskými procesy, normami, typy klasifikace atd.) uplatňujících se při formování jedinců i společnosti. Každý diskurz obsahuje symboly, jež jsou považovány za jeho adekvátní nosiče a vlastní slovník, kterým se obrací na subjekty, jež jsou produktem diskurzu. Mluvíme o nich jako o subjektech, protože podle Foucaulta (1982) praktiky moci ovlivňují a určují možnosti působení jedince, a tak jej přeměňují v subjekt⁷³⁸ a moc produkuje diskurzy o subjektu. Člověk není přirozeným subjektem, ale je jako subjekt formován, postupně se jím stává⁷³⁹ pod vlivem působení disciplinačních praktik institucí (viz níže).

Diskurz určuje pole objektu, formuje způsob uvažování o něm, z jaké perspektivy může být zkoumán, které objekty jsou vůbec hodné pozornosti a kdo je oprávněn formulovat tvrzení o subjektech, jež budou označena za pravdivá. Vytyčuje hranice mluvení o objektu, a to nejen ve smyslu, co je možné říci a jakým způsobem, protože jednotlivé výpovědi musejí být vystaveny podle odpovídajících formálních pravidel, ale i kdo

737 Přesněji Foucault (2002) mluví o souboru výpovědí jako o diskurzivní formaci (viz níže). Soubor podmínek, za kterých je možné vypovídat určitým způsobem o určitých věcech, označuje jako nediskurzivní formaci.

738 Foucault (1999) se, mimo jiné, zaměřuje na stávání se sexuálním subjektem. Ukazuje, že ani oblast naší intimity není přirozená, ale je výsledkem působení kultury skrze dispozitiv sexuality. Dispozitiv představuje historicky a situačně podmíněné mocensky strategické spojení diskurzů a praktik, vzájemné provázání vědění a moci realizované v teoriích, institucích, zákonech, normách, architektonickém uspořádání, medicínských, náboženských i výchovných praktikách apod.

739 Kritika Foucaultovi vytyká, že přeceňuje sociální účinky diskurzů a přehlíží vlastní jednání sociálních aktérů. Například Vybíral (2007) považuje diskurzivní přístup v psychologii za neadekvátní, neboť popírá možnost volního jednání jedinců.

to může říci a jakou pozici přitom má v rámci diskurzu zastávat a kdo je naopak z možnosti vypovídat vyloučen. Současně diskurz určuje i to, o čem se nemluví. Přitom z diskurzu nelze vystoupit, protože všechna tvrzení dávají smysl pouze v daném rámci. Pravidla diskurzu i jeho vědění jsou obecně sdílená a sociálně závazná a jedinec se s nimi seznamuje (pravděpodobně) v procesu socializace.⁷⁴⁰ Diskurz je vždy neukončený, neboť jej rozšiřuje každé sdělení vztahující se k danému objektu. Například medializované prohlášení kteréhokoli člena poslanecké sněmovny se stává součástí politického diskurzu, a to i v případě, že bylo původně řečeno například mezi kamarády v hospodě. A stejně tak výzkumníkova práce na analýze diskurzu je dalším textem, jenž bude jeho součástí. V každé společnosti přitom současně vedle sebe působí více diskurzů, které mohou být i protikladné. Podle Johna Fiskea (1987) se jednotlivé diskurzy vzájemně překrývají a není možné je zcela izolovat ani analyticky. Diskurzy nejsou statické a v čase se proměňují, každý diskurz je poplatný určitému historickému období.⁷⁴¹ Určité diskurzy jsou však v daném společensko-historickém kontextu důležitějšími než jiné. Mezi ty nejčastěji zmiňované patří diskurz politický či medicínský, ale také diskurz mediální nebo zpravodajský.

Foucaultovský diskurz nelze uchopit bez duality kategorií **vědění** a **moci**,⁷⁴² které jsou od sebe neoddělitelné.⁷⁴³ Přístup k vědění i k moci je v rámci diskurzu regulován a není pro všechny stejný. Liší se podle toho, jakou pozici subjekty zastávají a jaký je jejich status v rámci diskurzu.

Například vyřízení stavebního povolení podléhá diskurzu stavebního zákona č. 183/2006 Sb. Klient musí postupovat podle určitých, předem stanovených pravidel, podat žádost, jejíž vyřízení zpravidla nemá šanci legitimně ovlivnit, protože o něm rozhoduje úředník, který má odlišné pravomoci (např. má přístup do databází, územních plánů atd.). Podobně lékař má v rámci medicínského diskurzu jiné pravomoci než sestra nebo

740 Foucault problematiku osvojování si pravidel diskurzu příliš neřeší.

741 Později Foucault (2002) rámec diskurzu (diskurzivní vědění) v určité historické epoše označí jako epistémé.

742 Moc vyjadřuje „mnohost vztahů a sil, jež jsou imanentní oblastí, ve které působí a kterou konstituje jejich vlastní organizace, jako hru, která tyto vztahy transformuje a převrací prostřednictvím bojů a neustálého střetávání, jako podporu, kterou tyto vztahy sil nacházejí jeden v druhém [...] a jako strategie, v nichž se realizují a jejichž obecná osnova či krystalizace ve formě institucí je ztělesněna ve státních aparátech, ve formulacích zákona, ve společenských hegemoniích,“ píše Foucault (1999: 109).

743 „Moc potřebuje vědění, které ji autentizuje, a současně vědění potřebuje moc, aby se mohlo prosadit,“ vystihuje tuto dualitu Bočák (2009: 122).

pomocný personál a jiné než pacient. Jeho kompetence je dána odborností, získaným věděním, ovládnutím pravidel jazyka diskurzu, splněním požadovaných kritérií instituce (např. povinné členství v profesní organizaci, lékařské komoře), podřízením se legislativním normám i lékařské etice a je oficiálně potvrzena, což legitimuje jeho moc nad subjektem. Naopak pacient nemůže určovat postup léčby nebo předepsané léky ani rozhodovat o vlastní smrti, ale má možnost volit si lékaře. To je pravomoc, která medicínské moci pomáhá být přijímána těmi, nad nimiž je vykonávána. Podle Foucaulta (1999) je moc těmi, na které působí, lépe akceptována, pokud se do jisté míry maskuje a nechává jim určitou míru svobody a možnost rozhodování. Základní mocí diskurzu je určovat, co je v jeho rámci považováno za pravdivé, platné, správné či normální. Efekt diskurzivní moci je proměnlivý a oboustranný, nepůsobí jen utlačivě nebo stigmatizačně, ale i konstitutivně a stimulačně, zvláště vzhledem k prosazované normě.⁷⁴⁴ V jejím důsledku mohou být témata (objekty, tvrzení) popřena, odmítnuta či diskvalifikována, ale naopak i oceněna, podpořena nebo zviditelněna (Foucault 1999).

Základní funkcí diskurzivních praktik je vytváření nových identit, produkce subjektů. Využívá k tomu nástroj disciplinace, jež má subjekty regulovat, ukáznit a podřídít normalizujícímu diskurzu. Konstitutivní moc diskurzu realizovaná v mocenských praktikách individualizace, normalizace a dohledu se odehrává skrze různé instituce (školy, úřady, nemocnice, vězení) za pomoci expertního vědění a všudypřítomných vztahů moci, jež jsou imanentní všem vztahům. Skrze svoji tvůrčí moc tak diskurz umožňuje ovládat subjekty konstituované podle jeho vlastní logiky. Základní snahou diskurzu je získat hegemonní status a vytvořit stav, kdy je jeho původní arbitrárnost překryta a zapomenuta a on působí jako přirozený, což znamená, že uvažování subjektů se automaticky odehrává v jím vytčených hranicích. Diskurz usiluje o to, aby dominance nebo moc, kterou disponuje, byla vnímána jako přirozená a legitimní. Mocní ovlivňují svobodu a jednání druhých nejen explicitními zákazy, ale i řízením jejich mysli (*mind management*), přesvědčovacími taktikami, přetvářkou a manipulací, jež jsou obsaženy v textech diskurzu a budí zdání přirozenosti a akceptovatelnosti, minimálně do okamžiku, než jsou napadnuty nebo zpochybněny. Hlavní funkcí dominantního diskurzu je vyrábět souhlas s dominancí a pomocí diskurzivních strategií legiti-

744 Například v rámci medicínského diskurzu je za normu označena pravidelná účast na preventivních prohlídkách odpovídajících věku a pohlaví subjektu nebo absolvování určitého očkování apod.

mizovat kontrolu moci, naturalizovat sociální řád a vztahy nerovnosti, píše Fairclough (1989).

Je to právě diskurz, který určuje význam jevů a věcí; to, jak je vnímáme nebo jak s nimi budeme jednat. Právě tato zastření moci diskurzu je prostorem pro výzkumnou techniku, již Foucault (2002) označuje jako **archeologii vědění**. Jejím cílem je odkrývat, stejně jako archeologové, nánosy naturalizující lidské poznání a hledat diskurzivní praktiky, které systematicky reprodukují určité vidění světa, jež slouží mocenskému uspořádání. Jde o odhalování různých vrstev významu s cílem objasnit, jak je v dané historické epoše v rámci diskurzu vytvářena sociální realita. Protože diskurzy nebývají na první pohled viditelné, ale naopak zůstávají skryté v pozadí, ovlivňují kulturu a lze je objevit pomocí analýzy kulturních produktů a sociálních zvyklostí. Foucault soustředil pozornost především na rozbor společensky zásadních textů (legislativy, vyhlášek, parlamentních prohlášení, mediálních sdělení) a zdůrazňuje důležitost studia dobově dominantního kanálu komunikace. Později se přiklonil ke studiu genealogie neboli rodopisu zkoumaného souboru vědění a praktik. Toho, jak se formovaly a proměňovaly v různých historických etapách společnosti, jaký byl jejich historický původ a jak se měnilo nahlížení na ně. Diskurzy jsou totiž silně historické a v jednotlivých epochách produkují odlišné formy vědění.

Vědění je formováno do souborů označovaných jako **diskurzivní formace**. Foucault za diskurzivní formaci považuje způsob, jakým jsou v daném diskurzu významy vzájemně propojeny. Každá diskurzivní formace má v sobě zahrnuta vlastní pravidla, o čem je možné v rámci diskurzu povídat, jakým jazykem, za pomoci jakých symbolických systémů (např. obrazových materiálů), kdo zde vystupuje v pozici autority, jež může povídat, jak je vědění kodifikováno a co už je za hranicemi diskurzu. Foucault zdůrazňuje historickou roli univerzit, které primárně určovaly, jaké vědění získá status vědeckosti a bude vhodné je dále šířit a uplatňovat.

Uvedená stručná koncepce foucaultovského diskurzu měla nastínit, že analýzu diskurzu nelze omezit na vědění přítomné v promluvách a textech, které podrobíme rozboru jazyka a užívané argumentace. Podstatnou částí diskurzivní analýzy je rozklíčování sociální praxe a používaných skrytých praktik moci. Zjišťování pravidelností a regulativů, jež se promítají do fungování institucí i jednání subjektů. Součástí diskurzu, na rozdíl od textu, je i proces symbolických aktivit jeho vzniku, včetně

širšího systému, v němž se ustálil význam použitých znaků a sociálních praktik, kterými je naplňován a udržován.

Základní otázkou zůstává, jak se jednotlivé diskurzivní praktiky vzájemně propojují s praktikami moci a jak je vědění vznikající v rámci diskurzu aplikováno na subjekty. Které subjekty jsou ve výpovědích a textech diskurzu zdůrazněny a podpořeny a jaké naopak potlačeny a skryty? Snahou diskurzivní analýzy by mělo být odhalovat role diskurzů v reprodukci struktur dominance v dané společnosti, jak je moc využívána sociálními elitami k upevňování sociální nerovnosti: politické, třídní, etnické, rasové, genderové či věkové. Abychom pochopili vztahy dominance ve společnosti, nelze se zaměřit pouze na moc, aniž bychom zároveň nezohlednili i formy rezistence vůči ní. To znamená studovat vztah mezi diskurzivními praktikami a mocenskými strukturami. Pro CDA je diskurz formou sociální praxe, která vytváří sociální realitu a zároveň je jí zpětně formována. Jde o dialektický vztah, v němž je diskurz sociálně vytvářený i podmíněný.⁷⁴⁵ Součástí kvalitní diskurzivní analýzy je proto nezbytně také analýza sociologická.⁷⁴⁶

Kritická diskurzivní analýza deklaruje zájem angažovat se při řešení závažných sociálních problémů. Označení kritická v jejím názvu odkazuje jednak ke kritické filozofii frankfurtské školy zaměřené na studium ideologie a současně ke kritice společenských poměrů ve smyslu politické angažovanosti,⁷⁴⁷ ale i ke snaze o vlastní kritickou sebereflexi. Na rozdíl od jiných výzkumných postupů CDA začíná snahou o řešení reálného sociálního problému a její úspěšnost spočívá v praktické rovině účinnosti a schopnosti přispět ke změně. Proto témata nahlíží a interpretuje z pohledu podřízených nebo znevýhodněných (příslušníků menšin, různých etnik, žen, imigrantů, seniorů).⁷⁴⁸ Ti, kteří mají nižší podíl na moci, jsou ze společnosti dále nepřímou vylučování diskurzivními praktikami (zákony, zvyklostmi): jejich přístup do veřejného prostoru nebo médií je omezen, dostávají méně příležitostí k vyjádření vlastních stanovisek, jsou zobrazováni méně nebo ve znevýhodněných pozicích a kontextech. CDA se proto soustředí na kritickou analýzu jazyka, který využívají ti

745 Srov. např. Fairclough, Wodaková (1997), Jorgensenová, Phillipsová (2002).

746 Srov. Gillespieová, Toynbee (2006).

747 Srov. např. Wodaková, Meyer (2001).

748 Například určité jednání nebo tvrzení je považováno za sexistické či ageistické, jestliže je za takové považují ženy nebo senioři; bez ohledu na názor příslušníků majority. Tento přístup je rozvíjen třeba v linii feministické diskurzivní analýzy, kupř. v práci Robin Lakoffové *Language and Women's Place*. Viz např. Speerová (2005).

zodpovědní za mocenské nerovnosti, a usiluje o to, odhalovat skryté významy textů a rétoriku použitou k zakrývání, legitimizaci a naturalizaci sociálně mocenských vztahů nerovnosti. Podle Fairclougha (2003) kritická diskurzivní analýza může přispívat nejen k odhalení zdrojů moci, dominance a nerovnosti ve společnosti a jejich reprodukce,⁷⁴⁹ ale i ke změně diskurzivního řádu. Proto CDA není neutrální, ale normativní a dochází zde k prolínání vědy a politiky, které již Weber doporučoval striktně oddělovat. Také postkritická linie diskurzivní analýzy (PDA) je vůči této emancipační snaze skeptická.

Mocenské vztahy nerovnosti se ustavují a realizují skrze komunikaci. K šíření a udržování moci jsou využívány symbolické systémy včetně jazyka, stejně jako mohou být použity k jejímu zpochybnění, podvracení a snaze o změnu. Výpovědi, texty i sociální praktiky jsou místem střetů různých diskurzů usilujících o dominanci. Ačkoli je moc zásadní kategorií, o jejíž dekonstrukci usilujeme, nemůžeme ji zkoumat přímo, ale jen prostřednictvím jejich projevů v konkrétních výpovědích či praktikách. Jak už jsem uvedla v kapitole věnované sémiotické analýze (8.2.1), význam vytváříme a připisujeme za použití jazyka v systémech reprezentace; je (re)konstruován a (re)produkován v každodenním procesu označování.⁷⁵⁰ V procesech reprezentace dochází nejen ke zvýznamňování skutečnosti, ale i k jejímu ospravedlňování a naturalizaci, maskování nebo naopak zdůrazňování určitých aspektů. Základním systémem reprezentace je podle Foucaulta právě diskurz. Vědění o objektech nevyplývá z poznání podstaty jich samých, ale je produkováno v rámci diskurzů. Údaje, které často považujeme za přirozené, jsou ve skutečnosti produktem diskurzů a zažitých kulturních praktik. Neexistuje realita bez nánosu diskurzu, tvrdí Fiske (1987). Respektive existuje fyzická realita, ale tu je možné poznat jen prostřednictvím analýzy diskurzu, jež o ní vypovídá. Přitom diskurz a realita se natolik vzájemně prostupují, že je možné je oddělit pouze analyticky.

Výzkumníci aplikující AD neusilují o to, rozhodnout, zda jsou zkoumaná sdělení pravdivá či nepravdivá, správná nebo chybná, ale chtějí ukázat a porozumět procesům, ve kterých jedinci skrze symbolické systémy, reprezentace a sociální praktiky vytvářejí sociální svět a připisují mu význam. Analýza diskurzu přistupuje k textům jako aktivním konstitutivním prvkům sociálních vztahů, jež jsou součástí procesu

749 Paradoxně CDA sice deklaruje snahu o odideologizování společenského uspořádání a odkrývání vztahů moci, ne vždy je však tato sociopolitická rovina v jejich analýzách obsažena.

750 Srov. Hall (1997), Sedláková (2008a).

produkce významů a šíření hegemonních strategií. Umožňuje odhalování inherentních významů textů, demaskování použitých argumentů a dekonstrukci procesů reprezentace. Dovoluje zkoumat ideologickou funkci jazyka, již plní při utváření, udržování a legitimizaci mocenských vztahů, „demystifikovat“ ideologii a moc. Nevyčerpává se tedy analýzou jazykových textů, ale zahrnuje výzkum společenského jednání/praktik, sociální produkce vědění a mocenských vztahů. Při analýze diskurzu je nutné věnovat pozornost nejen obsahu, ale i tomu, kdo mluví, z jaké institucionální pozice v rámci diskurzu i jaká je pozice podřízeného subjektu.

Analýza diskurzu – možnosti, jak postupovat

Už jsem naznačila, že tradice AD je více a každá využívá odlišné analytické postupy. V principu lze analýze diskurzu podrobit téměř jakýkoli materiál a využít přitom široké spektrum možností jejich rozboru (včetně postupů, kterým jsme se již věnovali, především sémiotickou analýzu nebo interpretativní čtení). Zároveň by mělo být zřejmé, že se nejedná o snadno realizovatelnou výzkumnou techniku a také to, že neexistuje univerzální návod, jak postupovat. Ne nadarmo Foucault připouštěl, že se pohybuje na hranici hermeneutiky; AD je postavená na interpretaci. Všechny interpretace jsou však časově a kontextově proměnlivé. Vzhledem k tomu, že se snažíme o interpretaci významů, které nikdy nejsou absolutní, ale proměnlivé a závislé na kontextu,⁷⁵¹ čeká na výzkumníka zásadní úskalí, podložit a zdůvodnit své interpretace tak dobře, aby byly přijaty širší vědeckou komunitou. Přitom je nezbytné být otevřený alternativním, často i protichůdným vysvětlením a nepřehlížet některá ve prospěch jiných (preferovaných). Stejně jako při jiné práci s daty i zde platí nutnost vlastní kritické sebereflexe a uvědomění si vlastního předporozumění a postojů ke zkoumanému tématu.

Uvedu čtyři varianty, jak při analýze postupovat, všechny do značné míry spadají do tradice kritické diskurzivní analýzy a jsou převážně orientované hlavně na jazykovou stránku diskurzu, respektive z ní vycházejí. Je totiž značně složité navrhnout postup analýzy sociálních praktik nebo jiných mocenských projevů. Respektive existence moci, dominance, hegemonie, nerovnosti, jejich ustavení, stvrzování, legitimizace a reprodukce jsou odhalovány primárně skrze projevy jazyka nahlížené

751 Podrobněji viz např. Hall (1997).

jako forma sociálního jednání. Jedná se o rozbor často velmi subtilních rétorických způsobů vytváření souhlasu (popřípadě vzbuzování odporu), k jejichž identifikaci je potřeba přistupovat z odstupu a uzavřít vědění považované v daném sociokulturním kontextu za samozřejmé. V počátku tedy jde o analýzu jazyka, ale směřování výzkumníka jde za tuto rovinu, s cílem zodpovědět otázku, co (jaké jednání) se daným sdělením uskutečňuje a komu toto jednání straní.

Předem ještě doplňující poznámka vztahující se k AD obecně. Pomocí AD lze zkoumat jak pouze jeden text, tak jejich soubory. Nelze však zapomínat, že tyto analýzy textů jsou jen prostředkem ke zkoumání širšího diskurzu. Pouze výjimečně by bylo možné zkoumat (téměř) všechny texty, které do vybraného diskurzu patří, neboť aktuální diskurzy jsou vždy nehotové a neukončené a neustále generují další a další texty. Vzhledem k tomu, že se jedná o analýzu kvalitativní, pracuje AD většinou s omezeným vzorkem. Výběr konkrétních analyzovaných jednotek je určen záměrem výzkumníka a položenými otázkami. Vodítka, jak při AD postupovat, které zde nabídnu, spočívá především v otázkách, jež si výzkumník při jejich zkoumání může klást. Jak na tyto otázky najít v textech odpovědi, ale poradit nelze. Základním postupem je jako v případě jiných kvalitativních analýz podrobná obeznámenost s daty a snaha o jejich porozumění a validní interpretaci na základě podrobné znalosti širšího sociálního kontextu.

Inspirace podle J. P. Gee: zaměřeno na jazyk

První příklad, který uvedu, tvoří jádro kritické lingvistické tradice a vychází z jazykového konstruktivismu. Jedná se o jazykově orientovanou analýzu Jamese Paula Geeho (2005). Tak, jak pomocí jazyka a dalších nelingvistických symbolických systémů tvoříme svět, v němž žijeme, zároveň budujeme jednotlivé instituce a identity.⁷⁵² V každém jazykovém výroku informačně naplňujeme sedm okruhů, které jsou základem Geeho analytického postupu. Soustředí se na gramatické prvky sdělení, jež pro příjemce fungují jako instrukce, podle nichž se orientují při zvýznamňování sdělení. Jedná se o detaily výpovědi, včetně kontextu, které jsou v dané situaci považovány za relevantní. Jako vodítka k analýze těchto sedmi okruhů napomáhají následující otázky:

752 Různé osoby (např. politik, zedník, imigrant) používají jazyk odlišně a naopak některé identity vyžadují užívání specifického jazyka (např. lékař, advokát). Ačkoli jednání spojovaná s danými identitami působí jako přirozená, jsou naturalizována a neustále reprodukována právě používáním jazyka.

- ▶ **Zvýznamňování:** Jak jsou dané objekty/události označeny? Jaký je jim skrze vybrané označující události připsán význam? Proč byla zvolena právě tato označující a jak by se změnil význam objektů/událostí při použití odlišného?⁷⁵³ Jaká důležitost je v daném kontextu objektu/události připsána, je spíše zveličena, nebo umenšena?⁷⁵⁴ Jak je využíván jazyk ke zdůraznění nebo potlačení významu události, aniž by byla použita explicitní vyjádření? Jak je význam budován na implicitní rovině, například použitím kombinace znaků nebo užitím nedůvěryhodného mluvčího apod.? Jací mluvčí mohou význam přisuzovat? Jak je jim dodáváno na kredibilitě? Co je zcela vynecháno, o čem se nemluví?
- ▶ **Sociální aktivity:** Co se v daném sdělení odehrává? Jaké sociální aktivity (sociální jednání a sociální praktiky) jsou jazykem konstruovány? Jaké jednání je uskutečňováno skrze tento text? Jaké sociální aktivity jsou preferovány, jaké jsou předepsány pro určité identity/subjekty a které jsou naopak označeny za neadekvátní, nevhodné, nežádoucí, nelegální?
- ▶ **Identity:** Jaké identity (subjekty, sociální role, sociální pozice) jsou do sdělení zakomponovány? Jsou ve sdělení přítomny explicitně, nebo implicitně? Součástí jakých sociálních aktivit jsou a jak se na nich podílejí? Jak jsou identity (subjekty, sociální role, sociální pozice) prostřednictvím jazyka vytvářeny? Jaký význam a vlastnosti, povinnosti či práva jsou jim připisovány? Jaká je norma pro tyto vytvářené identity (subjekty, sociální role, sociální pozice)? Jaké hodnoty jsou s nimi spojovány?⁷⁵⁵ Jakou zaujímají pozici v rámci diskurzu a jaké místo je jim vyhrazeno ve společnosti? Jaké symboly a znaky jsou používány pro jejich snadnou identifikaci?
- ▶ **Vztahy:** Jaké vztahy jsou součástí sociálních aktivit? Jaké vztahy vznikají mezi identitami (subjekty, sociálními rolami, sociálními pozicemi) obsaženými ve sdělení?⁷⁵⁶ Jak se tyto vztahy odrážejí v jazyce

753 To v podstatě odpovídá paradigmatické rovině sémiotické analýzy. Nabízí se zde např. možnost využití tzv. komutačního testu (viz kapitola 8.2.1).

754 Kupříkladu při analýze zpravodajského diskurzu: Jak se mění význam události podle toho, zda byla zpráva o ní zařazena do hlavního večerního bloku, nebo jen do rychlého přehledu odpoledních zpráv? Jak se mění význam, když je událost zpracována formou reportáže, popřípadě přímého přenosu z místa dění, nebo naopak prezentována pouze jako krátká čtená zpráva bez obrazového materiálu?

755 Je přítomna generalizace, stereotypy, metafora, ironie apod.?

756 Například vztah mezi policistou a zadrženým, lékařem a pacientem, politikem a jeho potenciálním voličem.

a jak jsou jím vytvářeny,⁷⁵⁷ vymezovány a stvrzovány? Jak je v jazyce zachycena hierarchie těchto vztahů, a také identit/subjektů? Například kdo komu vykává/tyká, kdo koho oslovuje první a jakým oslovením, kdo o kom vypovídá apod.? Na jaké vědění se sdělení odvolává a jak je využívá k ustavení a naturalizaci této mocenské nerovnosti?⁷⁵⁸ Jak určitá tvrzení ustavují tyto mocenské hierarchie? Jaké vztahy navazují ve sdělení přítomné identity/subjekty s příjemcem, jak se na něj obracejí (je nějak v textu potenciálně přítomen⁷⁵⁹)?

- ▶ **Politika sociálních statusů:** Jaké atributy jsou prostřednictvím jazyka ustavovány jako norma, jako přirozené a žádoucí v dané společnosti? Co je označováno jako „normální“, „vhodné“, „správné“ a co naopak jako „divné“, „úchylné“, „nežádoucí“? Z pohledu koho jsou sociální atributy takto konstruovány? Jaké sociální statusy jsou preferovány pro určité identity/subjekty? Co je považováno za normální vzhledem k určitému věku, genderu, náboženskému vyznání, sexuální touze a co už je označeno jako projev abnormality?⁷⁶⁰
- ▶ **Propojení/rozdělení:** Jak jsou skrze jazyk spojovány a oddělovány objekty, jak je mezi nimi vytvářena nebo popírána souvislost? Co je dáváno do souvislosti s čím a co je naopak prezentováno jako irrelevantní? Co je vzájemně srovnáváno, kladeno na stejnou úroveň? Co je základním referenčním rámcem, ke kterému je událost/subjekt vztahován? Jak je v tomto referenčním rámci subjektu vytyčen prostor, určeno místo, kam patří? Jaké další události/subjekty jsou začleňovány do tohoto rámce a které jsou už za vytyčenou hranicí? Jak je pomocí uvedené souvislosti a srovnání vytvářena a reprodukována hierarchie?

757 Jak je vztah budován skrze jazyk, např. ve filmu *Karlík a továrna na čokoládu* říká při prvním setkání jedna postava: „Budeme kamarádky,“ a druhá odpovídá: „Nejlepšími.“

758 Například v porodnickém diskurzu je odborné medicínské vědění postaveno nad alternativní vědění porodních asistentek či pocitů a zkušeností samotných rodiček, které jsou jím definovány jako pacientky a disciplinovány povinnostmi evidence a pravidelných kontrol. Alternativní postoje k porodu jsou stigmatizovány a prezentovány jako neodpovídající normě. Podobně budoucí matky starší 35 let byly bez ohledu na průběh těhotenství donedávna automaticky zařazeny do kategorie rizikového těhotenství, což je další ukázkou formování subjektů a nadvlády medicínského diskurzu nad laickým věděním (viz níže).

759 Např. v Burgessově *Mechanickém pomeranči* (2002) se hlavní postava označuje jako „váš vypravěč“, čímž umocňuje dojem intimní osobní zpovědi, ve které se postava otevírá právě danému čtenáři.

760 Například kdo může nosit jaké oblečení, vykonávat určité zájmové aktivity, sporty, navštěvovat specifická zařízení a co už pro dané subjekty není vhodné.

- ▶ **Znakové systémy a vědění:** Jaké znakové systémy a formy vědění jsou ve sdělení použity? Které jsou privilegovány? A jaké naopak znevýhodněny? Jaké formy vědění sdělení re/konstruuje?

Uvedené okruhy nelze analyzovat samostatně, neboť jsou vzájemně provázané a jednotlivé jazykové prvky dávají smysl nikoli izolovaně, ale ve vztahu k ostatním a také v kontextu celého sdělení, v rámci diskurzu, jehož jsou součástí a který je zároveň konstituuje, i vzhledem k širšímu socio-politicko-historicko-kulturnímu rámci. Rozborem těchto sedmi okruhů lze odhalit mocenské strategie dominantního diskurzu a odhalit mechanismy, které používá k vlastní sebe prezentaci a posilování zdání normality, přirozenosti a správnosti. Směřujeme tím k zodpovězení otázky: Komu nebo jakému společenskému uspořádání dané významy, identity, sociální aktivity, vědění apod. vyhovují/slouží?

..... Inspirace podle N. Fairclougha: analýza intertextuality a interdiskurzivity

Výše uvedený postup lze rozšířit o tři základní okruhy (viz níže), které pro analýzu diskurzu uvádí Norman Fairclough (1989, 1995, 2003). Ačkoli se formálně také hlásí k lingvistické tradici kritické analýzy diskurzu, jím doporučené oblasti analýzy směřují k rozkrývání sociálních praktik a moci médií. Vzhledem k médiím si klade zásadní otázky: Jak jsou média ovlivňována mocenským uspořádáním v dané společnosti a jak fungují jako nástroj šíření ideologie/hegemonie v zájmu těch, jež jsou u moci? I když je jeho postup zakotven především v lingvistice, usiluje o analýzu vztahenou k širšímu kontextu současných kulturních a sociálních dějů. Snaží se identifikovat jazykové prvky, jež se ve sděleních určité diskurzivní formace systematicky opakují, a strategie, například volbou jazykových prostředků nebo intonace, které média využívají ve snaze zdůraznit preferovaný význam sdělovaného, aniž by narušila zdání vyváženosti. Proto má být součástí analýzy nejen sdělení samotné, ale i podmínky, v nichž se odehrálo. Ideologická rovina jazyka je často obtížně identifikovatelná a bývá zřejmá právě jen ze znalosti širšího kontextu. Preferovaný význam je mnohdy vytvářen pouze na implicitní rovině a lze vyčíst jen tzv. mezi řádky a to jen těmi, kteří jsou obeznámeni s pravidly diskurzu a vědí, na jaké prvky se při čtení zaměřit. Proto je důležitou součástí AD rozbor vztahů sdělení s jinými výpověďmi a texty – **intertextualita a interdiskurzivita**. Cílem je odhalit a zviditelnit mocenské vztahy v pozadí diskurzu a ukázat, jak jsou skrze diskurz vytvářeny sociální identity, sociální pozice a sociální vztahy.

Analýza má rozkrýt tři základní okruhy: (1) reprezentaci světa (událostí/osob); (2) identity, jež jsou připsány těm, kdo na události participují,

a (3) vztahy mezi nimi. Ačkoli se při analýze soustředí na mikrorovinu užití jazyka, propojuje ji s makropohledem na vztahy moci a autority ve společnosti. Fairclough rozčleňuje CAD do tří úrovní, v návaznosti na tři odlišné významové roviny diskurzu, na: (1) text, (2) diskurzivní praktiky a (3) socio-kulturní praktiky. Těm odpovídají tři stupně analytické práce, které na sebe navazují: (1) deskripce, (2) interpretace a (3) explanace. V obou případech jsou první uvedené podmnožinou druhých a ty podmnožinou třetích.

Ad 1. Text/deskripce: Sdělení je souborem konkrétních prvků (jazykových forem, lexikálních konstrukcí, významů) vybraných ze spektra potenciálních možností. Základní otázka zní: Proč byly zvoleny právě tyto; proč byl text zkonstruován právě tímto způsobem (případně jak jinak mohl být vystaven)? Popis na úrovni textu výzkumník vytváří na základě rozboru užitých specifických jazykových prostředků, jako je slovní zásoba (např. příznaková nebo slangová označení vyvolávající emoce), gramatická správnost, modalita a syntaktická struktura textu (např. je text prostě sdělovací, nebo používá rozkazovací způsob; je formulován v činném, nebo trpném rodě, přímou, či nepřímou řečí apod.). Klade si přitom následující otázky: Jaké asociace/konotace text vyvolává? Na jaké významové sociální reprezentace se odvolává? Kdo je nositelem sdělení a kdo jeho adresátem? Kdo určuje/nastoluje témata, o kterých se hovoří? Kdo vypovídá a z jaké pozice v rámci diskurzu, jedná se o expertní, nebo laickou výpověď? Jaký je preferovaný význam textu a jeho vyznění? Používá specifické rétorické figury (metafory), ironie; obsahuje hodnocení, odkazuje na předsudky a stereotypy? Které řečové obraty určují význam sdělení a uzavírají jiné významy?

Ad 2. Diskurzivní praktiky / interpretace: Na rovině diskurzivních praktik výzkumník zohledňuje kontext, intertextualitu⁷⁶¹ a interdiskurzivitu, protože každé sdělení odkazuje na jiné (předchozí) texty a reinterpretuje je.⁷⁶² Také jednotlivé prvky diskurzů na sebe vzájemně odkazují a vytvářejí tím mezi sebou spojení, děje se tak podle určitých formálních

761 Intertextualita označuje vzájemnou provázanost jednotlivých textů kultury, které na sebe vzájemně odkazují. To znamená, že význam určitého textu není skryt jen v něm samotném, ale závisí i na významech nesených dalšími texty dané kultury. Podobně interdiskurzivita.

762 Můžeme odlišit intertextualitu externí (odkazující na jiné texty) a interní (přímé a nepřímé citace). Mezi nepřímé citace jsou řazeny i pasáže v uvozovkách, které neodkazují k přímé řeči, ale naopak naznačují, že se autor od obsahu v jistém smyslu distancuje, nebo citace vymyšlené, využívané v tabloidech apod. Podrobněji viz Richardson (2007).

pravidel.⁷⁶³ Výzkumník proto hledá odpověď na následující otázky: Na jaké jiné texty se sdělení odvolává a jak se vzájemně ovlivňují? Jaká je konstitutivní funkce sdělení v rámci diskurzu a jak se vztahuje k jiným (alternativním) diskurzům? Součástí jakého širšího diskurzivního rámce je sdělení? Zahrnuje použitý diskurz ještě jiný diskurz? Jakých jiných diskurzů se dovolává?⁷⁶⁴ Jaké jsou jejich vzájemné vztahy? Nakolik může text vytvořený v jednom ovlivnit jiný diskurz?⁷⁶⁵

Diskurz je prostorem vnějšího i vnitřního boje, nakolik je diskurz autoritativní, do jaké míry umožňuje alternativní přístupy a odlišné argumentace? Nakolik je sdělení konzistentní a koherentní? Jsou všechna tvrzení textu v souladu, nepřehlíží komplexnost či protikladnost reprezentovaných jevů nebo se snaží jejich nesoulad zamaskovat? Bylo ve sdělení něco zamlčeno, nebo naopak zdůrazněno? Čemu/komu je věnována největší pozornost/prostor? O čem/kom se nemluví, reprezentace čeho/koho v diskurzu systematicky chybí? Jaké jiné znakové systémy (obrazové nebo řeč těla) jsou použity, jak se vzájemně doplňují/podporují? Jakému okruhu příjemců jsou sdělení adresována? Předpokládá u příjemců specifické způsoby vnímání? Jak se ve sdělení zrcadlí zájmy/preference, se kterými bylo vytvořeno (např. ve volbě citovaných mluvčích)?

Ad 3. Sociokulturní praktiky / explanace: Při snaze o explanaci na úrovni sociokulturních praktik / sociální praxe výzkumník usiluje o odhalení motivace aktérů k zaujetí určité pozice v rámci diskurzu, a tedy jejich postoje k základní ideologii v jeho pozadí. Snaží se odhalit širší sociokulturní procesy, jichž je diskurz součástí. Ptá se: Jaká sociální praxe je pomocí daného diskurzu udržována nebo narušována, podporována či odmítána? Odpovídá na otázky týkající se širšího sociokulturně-politického kontextu vzniku a podmínky působení sdělení. Vztah mezi sdělením/diskurzem a společností/kulturou by měl být analyzován

763 Klasickým příkladem na sebe odkazujících prvků je vědecký diskurz postavený na citacích a parafrázích prací jiných vědců. Přitom způsob odkazování na jiné texty je formálně ustanoven a podřízen určitým pravidlům, jaké údaje, v jakém pořadí a v jakém formátu je nezbytné v odkazu uvádět.

764 Například když se diskurz medicínský odvolává na diskurz legislativní; konkrétně v zákonném opatření ustavujícím povinnost získání písemného souhlasu obou rodičů při závažných léčebných postupech u dítěte.

765 Kupříkladu mediální diskurz formuje další sociálně blízké diskurzy; konkrétně třeba diskurz sexuality je tvarován reprezentacemi sexu v lifestyleových časopisech; nebo diskurz politický, když si politici si stěžují, že si média s rozvojem nových ICT uzurpují pozici dalšího politiku budoucího činitele apod.

dialekticky, tedy ve vzájemném a oboustranném vztahu ustavovaného i ustavujícího. Jaký je rámec produkce sdělení a jeho distribuce, jak bude používáno, kým, v jaké situaci a k jakému účelu? Právě na této úrovni je prostor pro kritický přístup, odhalování ideologií a hegemonií v pozadí fungování diskurzu, ale i jistý stupeň sociálněpolitické angažovanosti.

Vzhledem k analýze médií a jejich fungování Fairclough pokládá podrobnější otázky: Jak média reprezentují svět, na jakých základech jsou mediální texty vystavěny? Co sdělení vypovídá o mediálním řádu? Jak se v mediálním diskurzu odrážejí kulturní a společenské změny? Analýza mediálních textů by neměla opomíjet obraz a zvuk, včetně postupů jejich produkce (případně i následné recepce) a širšího institucionálního kontextu mediální praxe. Přitom je nezbytné zohledňovat dialektický vztah mezi mediálními texty a společností/kulturou, neboť texty jsou produkovány nejen podle pravidel diskurzu, ale i v závislosti na sociokulturním rámci, který zároveň zpětně ovlivňuje/utváří. V mediálních sděleních je potřeba odhalovat, jak jsou prostřednictvím reprezentací ustavovány sociální identity a sociální pozice a vztahy mezi nimi. Identifikovat strategie užívané ke znevýhodňování, marginalizaci, stigmatizaci či diskriminaci jedinců/skupin v rámci daného společenského uspořádání. Kdo má a kdo nemá přístup do médií a o čem se může vyjadřovat, zda se jedná o zástupce majority, nebo menšinových skupin, odborníky, či laiky, očitě svědky, nebo oficiálně pověřené osoby. V jakých prostorech a jak důvěryhodně jsou jejich výpovědi prezentovány? Jak jejich výpovědi a reprezentace obecně působí normotvorně a vytvářejí normu (vzor) pro to, jak má vypadat a chovat se normální: muž, batole, policista, partnerský vztah, sex, rodinný život, zdravotní péče, terorista, nacista, deviant apod.

Nástin analýzy medicínského diskurzu

Velmi dobře je v mediálních sděleních identifikovatelná a analýze přístupná oblast medicínského diskurzu a postupy aplikace biomoci.⁷⁶⁶ Jako biomoc je označována snaha vlád moderních států (nastupující na přelomu 18. a 19. století) kontrolovat zdraví populace, omezovat rizika nemocnosti a regulovat chování jedinců v zájmu využití jejich produkčního potenciálu (pracovní síly).⁷⁶⁷ Základními nástroji biomoci jsou medicínské vědění/diskurz a medicinalizace

766 Podrobněji viz např. Foucault (1980), Parusniková (2000).

767 Medicínu jako nástroj vykonávání sociální kontroly označil již Parsons (1951). Nemocný je definován jako objekt medicínské intervence, která směřuje k jeho návratu do normálního, to znamená zdravého stavu. Jeho role je spojena se specifickými očekáváními (např. pacient se chce a snaží

populace (zakládání veřejných nemocnic a lékáren, důraz na prevenci, zavedení preventivních prohlídek apod.). Nosnými tématy zkoumání jsou například medikalizace těhotenství a porodu, očkování (zdravotní prevence), antikoncepce nebo dietologie atd. Využívaných reprezentativních a argumentačních postupů, které mají příjemce vést k diskurzivně preferovanému významu, je celá řada. K nejčastějším patří využití vyjádření experta, jemuž je v diskurzu připisována autorita jako odborníkovi s potvrzenou kompetencí v daném oboru. Při prezentaci medicínského vědění jsou využívány osoby označené jako promovani lékaři. Paradoxně jejich tvrzení zpravidla nejsou zdrojována, a tedy ani dohledatelná a ověřitelná, stejně jako samotná osoba dotyčného, jeho obor profese, zkušenost a praxe. Využití výpovědí autority oboru staví příjemce do pozice podřízeného nepoučeného, zpravidla pasivního subjektu, nad kterým je biomoc aplikována. Naopak kompetence a odborná způsobilost jiných stran, například porodních asistentek a zastánců tzv. přirozených porodů, je zpochybňována a jsou reprezentovány nejen jako alternativní, ale až příliš radikálně a nebezpečně se odchylovající od normy. Součástí práce s expertním věděním je i odvolávání se na užívání technologií a technických zařízení a jimi poskytované vědecké výsledky (např. různé typy screeningu pomocí ultrazvuku, laboratorních rozborů krve apod.). Další využívanou strategií je zdůrazňování rizik spojených s jednotlivými postupy a důraz na emocionální vyličení osobních příběhů, které jsou sice spíše výjimkou (postižení dětí rozených doma bez dohledu lékaře), ale nemají šťastný konec. Jinou taktikou je upozorňování na případnou represí a uvádění sankcí spojených s volbou určité, diskurzivně nepreferované, varianty jednání. V některých případech může jít o regulaci zákonem (kupř. povinnost rodičů za provedení očkování dětí do patnácti let věku zakotvená v zákoně o ochraně veřejného zdraví). Využívaným postupem je i vytváření opozice My a Oni skrze používání zájmen a hromadných označení,⁷⁶⁸ kterému se budeme věnovat později.

..... Inspirace T. A. van Dijkem: analýza ideologie mediálního diskurzu rasismu

Posuňme se směrem k sociálně-politické verzi analýzy diskurzu a představme si ještě přístup Holanďana Theuna A. van Dijka (1983, 1987, 1993, 2002), který prosazuje analýzu vztahů mezi diskurzemi, strukturami moci, věděním a společenskými nerovnostmi. Zdůrazňuje přitom

se uzdravit) a naopak jej osvobozuje od plnění jiných sociálních závazků, které by jinak musel naplňovat.

768 Například Bishop a Jaworski (2003) analyzují projevy nacionalistického diskurzu ve sportovním zpravodajství. Jedná se o formulace typu: „my je porazíme“ nebo „naši chlapci“, ve kterých osobní zájmena odkazují k národu a posilují národní identitu v opozici k „nim“ – soupeřům z jiných zemí. Ta je dále umocňována například použitím válečné terminologie („zahájení útoku“, „posílení obrany“) a odkazy na národní tradice a symboly.

zkoumání role diskurzů v produkci, reprodukci a legitimizaci ideologie a dominance, ale i jejich zpochybňování a odmítání. Soustředí se nejen na příslušníky mocenské elity a jimi využívané diskurzivní strategie udržování stávajícího statu quo, tak na možnosti odporu a taktiky těch podřízených a znevýhodněných. Specifikem jeho přístupu je kognitivní součást analýzy, tedy zájem o to, jak jsou diskurzy vnímány a s jakými sociálními reprezentacemi jsou v myslích sociálních aktérů spojeny. Ve van Dijkově přístupu je výraznější příklon ke zkoumání diskurzivní praxe a sociálních praktik (jednání aktérů). Zaměřuje se také na širší spektrum analyzovaných sdělení a kromě mediálních zkoumá i parlamentní promluvy, učebnice nebo zákony a vyhlášky. Diskurzivní praktiky moci jsou zpravidla institucionálně zakotvené a vykonávané jedinci, kteří mají přístup ke specifickým oblastem působení, zvláštní kompetence a možnost využívat kontrolní mechanismy, například poslanci a zákonodárci, lidé se symbolickou mocí nebo skryté mocenské elity.

Diskurzy jsou inherentně ideologické, protože jsou produktem mocenských vztahů ve společnosti, například mezi sociálními třídami, národnostními menšinami a většinou nebo mezi muži a ženami. Podle van Dijka neslouží ideologie pouze ve společnosti dominantní vrstvě, ale i dalším alternativním skupinám, které vzájemně soupeří o prosazení vlastního diskurzu ve společnosti. Jejich konkurenční ideologie ale mají odlišný dosah, jsou různě účinné a příslušníci jednotlivých sociálních skupin disponují výrazně odlišnými nástroji a možnostmi, jak své pojetí diskurzu šířit.

Van Dijk soustředil pozornost především na analýzu ideologické roviny zpravodajského diskurzu a aplikaci novinářských rutin, které přispívají k šíření rasismu a diskriminaci etnických a národnostních menšin ve společnosti. Ukazuje, že se tak zpravidla děje na implicitní rovině, kdy je v textech zdůrazňována nikoli rasa, ale jinakost příslušníků menšin a tato tvrzení a reprezentační postupy jsou rutinizovány a naturalizovány. Právě naturalizace, při které je redukován význam znaku na jeden určitý, je klíčovou praktikou diskurzu přispívající k ustavení a legitimizaci sociální hierarchie. Tyto přirozeně a samozřejmě vypadající jednovýznamové denotace znaků⁷⁶⁹ jsou využívány v zájmu ideologie/hegemonie, jež si vytváří a používá svůj specifický slovník. Jejich pomocí jsou připisovány preferované významy dalším jedincům/skupinám, a tak jsou v promluvách vytvářeny jednotlivé subjekty a umisťovány v rámci diskurzu

769 Podle Barthesse se prostřednictvím naturalizace denotace stávají dominantními konotacemi dané doby.

i společnosti. K ustavování těchto významů jako přirozených dochází skrze jejich systematické opakování. Děje se tak na mikrorovině sociální komunikace, stylem vedení promluvy, pomocí intonace, lexikálními či rétorickými figurami, zdvořilostními obraty apod. Sociální hierarchie je utvářena a udržována i na mikrorovině každodenního jednání, například tím, kdo komu vyká (a kdo tyká), kdo koho zdraví první, komu dáváme přednost ve dveřích nebo jaké volíme oslovení.⁷⁷⁰ V určitém kontextu může být vynechání titulu z oslovení nebo určitá formulace znakem neúcty, pohrdání nebo drzosti vzhledem ke komunikačnímu partnerovi.⁷⁷¹ V těchto drobných sociálních praktikách se realizují ideologie sexismu, rasismu či ageismu postavené na představě sociálních nerovností a vedoucí k diskriminaci subjektů, vůči nimž jsou zaměřené. Tyto praktiky jsou zpravidla nereflktované a oficiálně neregulované a přitom fungují jako formy diskurzivní kontroly a disciplinace a vykonavatelé diskurzivní moci.

Média jsou klíčovým nástrojem šíření preferovaných reprezentací a formování subjektů podle potřeby diskurzu. Na jejich působení v zájmu diskurzu se podílejí i jejich uživatelé, kteří často nekriticky konzumují mediální sdělení a přijímají předkládané normotvorné kategorie. Působení médií tak nabývá normalizačního charakteru, jenž prostřednictvím reprezentací definuje „normální“, porovnává, hierarchizuje, stigmatizuje a vylučuje „abnormální“. Mediální diskurz je sociální praxí, která definuje identity a vytváří subjekty. Pro van Dijka je podstatnou rovinou analýzy vztah mezi mediálními sděleními a širším sociálním kontextem jejich působení a otázka, jak mohou mediální sdělení přispívat k reprodukování rasismu.

Podle van Dijka (2000) není ve zpravodajství o etnických menšinách řada významů vyjádřena explicitně, ale tzv. mezi řádky, protože kdyby tato sdělení byla formulována otevřeně, byla by označena za rasistická. Některé významy jsou proto komunikovány na rovině latentního obsahu, s využitím specifického jazyka, konotací užitých polysémických znaků nebo odkazů na v dané kultuře rozšířené předsudky či stereotypy. K vytváření nepříznivého obrazu přispívají stereotypní reprezentace zástupců

770 Například v japonštině podle toho, zda hovoříte s osobou, jež je vám sociálně nadřazená nebo podřazená (děti–rodiče, učitel–mistr, zaměstnanec–vedoucí), použijete odlišné formulace i slova pro to, co chcete vyjádřit.

771 Například není velkou výjimkou, když Češi tykají prodejcům vietnamské národnosti, což je projevem jejich shlížení na tuto skupinu shora. Podobně prohlášení: „Ženská, dávej bacha!“, jehož vyznění se mění v různých kontextech, podle mluvčích a s odlišnou intonací. Představte si je kupř. jako záupňení řidiče, oslovení matky dítětem nebo přátelské varování mezi kamarádkami apod.

menšin, ve kterých převládají sdělení o kriminalitě, sociálních problémech a potenciálních rizicích, jež představují pro majoritní společnost (van Dijk 1987). Takové reprezentace se podílejí na vytváření a přetrvávání negativních mentálních modelů daných skupin, a tak nepřímou reprodukcí rasismus. Typickým příkladem je prezentování událostí jako příběhů o dvou stranách stojících proti sobě, o „nás“ a o „nich“, těch „Druhých“.⁷⁷² V takových sděleních je implicitně i explicitně apelováno na soudržnost naší skupiny, kterou může být například národ, náboženská skupina nebo fanoušci sportovního týmu, a zároveň implicitně vzbuzován odstup a posilována odlišnost od jiných skupin. Většina těchto reprezentací podléhá stabilním vzorcům, prezentuje normu, jak vypadá příslušník naší a cizí skupiny, zdůrazňuje jeho odlišnosti a vytváří rozdělovací hranice. Ideologické odlišení mezi „námi“ a „jimi“ staví na vymezení členství, kdo patří a kdo nepatří do naší skupiny, jaké je naše místo ve společnosti, jaké jsou naše cíle a hodnoty, co děláme, jak a proč a jaké zdroje k tomu máme k dispozici apod.

Ve vztahu k reprezentaci etnických menšin označuje van Dijk takové mediální reprezentace za příklad **nového rasismu**. Na rozdíl od rasismu „tradičního“ (koloniálního), který zdůrazňuje vývojovou nadřazenost a podřazenost, tento staví primárně na kulturní jinakosti a reprezentuje příslušníky minorit jako „odlišné“, což přispívá k jejich stigmatizaci a sociální exkluzi zcela stejně. Van Dijk upozorňuje, že řada takových sdělení je na první pohled politicky korektní, protože působení diskurzu nového rasismu se odehrává na implicitní rovině zvýznamňování. Základní komunikační strategie tohoto diskurzu využívají subtilní symbolické diskriminační praktiky, které odkazují na kulturně sdílené sociální reprezentace zahrnující stereotypy, předsudky a ideologie a praktiky etnické hegemonie. Ačkoli veřejně neartikulované⁷⁷³ (protože v takovém

772 V anglickém jazyce používaný termín *Other* je zpravidla překládán jako Druhý nebo Jiný. Do toho, jak zobrazujeme ty Druhé, se promítá i naše sebepojetí. Skupiny „my“ a „oni“ nemohou existovat samostatně a nezávisle, ale lze jim porozumět pouze v jejich vzájemném protikladu. Naše sebepojetí je do značné míry závislé na tom, že o jiné skupině uvažujeme jako o nich, vůči kterým se můžeme vymezit, jací nejsme. Potřebujeme tedy druhé jako imaginární opozici pro to, abychom mohli specifikovat vlastní identitu a posilovat vnitřní soudržnost a solidaritu. Podrobněji viz např. Baumann (1996), Sedláková (2008a).

773 Podobně Hall (1997) tvrdí, že stereotypní reprezentace fungují zároveň na dvou rovinách: vědomé a zjevné, jež překrývá druhou, nevědomou a potlačenou. Úkolem zjevného obsahu je zakrytí významů, které nemohou být vyjádřeny explicitně, protože by byly označeny za rasistické. V praktikách reprezentace je vždy ukazována pouze polovina pravdy a její druhá část je ukryta v tom, co nebylo řečeno či zobrazeno a odkazuje k implicitní sdílené představě, která nemůže být verbalizována. Příkladem může být používání označení „sociálně nepřizpůsobiví“ nebo „obyvatelé sociálně

případě by byly právně postihované), odrážejí postoje, které jsou často potichu akceptovány většinou členů majority, včetně jejích oficiálních představitelů.⁷⁷⁴ Proto je odhalíme nejen v každodenních konverzách, ale i v debatách poslanců a zákonodárců, v učebnicích nebo zpravodajství. Nelze je však identifikovat na manifestní, ale jen v latentní rovině významu sdělení.

Jeden ze základních postupů vytvářejících v mediálních reprezentacích ideologickou opozici „my“ × „oni“ lze popsat pomocí van Dijkova (2000) **ideologického čtverce**.⁷⁷⁵ Jedná se o způsob, jakým hovoříme o vlastní sociální skupině a těch ostatních, který vykazuje čtyři základní rysy:

1. vyzdvižení dobrých vlastností/jednání naší skupiny;
2. zdůraznění špatných vlastností/jednání druhých;
3. potlačení špatných vlastností/jednání naší skupiny;
4. marginalizace dobrých vlastností/jednání druhých.

V praxi to znamená, že když vypovídáme o vlastní skupině, upozorňujeme na její pozitiva, jež naopak přehlízíme u druhých, a zaměřujeme se na jejich nedostatky. Pro reprezentaci jsou tedy voleny takové informace, které posilují skupinu, jež kontroluje diskurz, a očerňují tu, vůči níž se vymezuje. A naopak, údaje, jež by naši skupinu mohly poškodit nebo prospět druhým, jsou vynechány. Nejsilnějším důkazem ideologie ve sdělení je přítomnost hodnoticích pojmenování, užití ideologicky zakotvených lexikálních prostředků. Zatímco naše skupina bude označena neutrálně nebo pozitivně, pro druhé bude použito neutrální nebo negativní pojmenování. Van Dijk věnuje pozornost různým rétorickým prvkům (metaforám, hyperbolám, opakování), které v jazyce plní i přesvědčovací funkci; pasivním vyjádřením o druhých nebo označením

vyloučených lokalit“ primárně pro příslušníky romského etnika v současném zpravodajství nebo politice. Uvedení odkazu na etnicitu aktérů událostí bylo odborníky kritizováno jako politicky nekorektní, neboť vytváří neopodstatněné stereotypní spojení mezi etnickým původem a jednáním osob. Mluvčí se mu použitím alternativních označení snaží vyhýbat, počítají ale s tím, že v populaci českých příjemců existuje přímé spojení mezi těmito označeními a romskou populací. Podrobněji viz níže Karhanová, Kaderka (2001) nebo Sedláková (2007).

774 Zdůrazněním rozdílnosti sdělení upevňují bariéry mezi Nami a těmi Druhými a ve svém důsledku tak přispívají k jejich stigmatizaci a sociálnímu vyčleňování z většinové společnosti, což je v České republice například případ romské populace. Jak uvádím jinde, jejich mediální reprezentace v majoritních médiích jim zpravidla neposkytuje možnost své jednání vysvětlit nebo ospravedlnit, obsahuje stereotypní označení i vyobrazení a znaky, které odkazují k mýtu Cikána. Neposkytuje tak příliš prostoru, aby tyto spoluobčany majoritní společnost poznala a pochopila a přispěla k jejich integraci (Sedláková 2007; 2008a).

775 Van Dijk se inspiroval (a zjednodušil) Greimasův sémiotický čtverec pro strukturální analýzu příběhů.

popisujícím je jako příslušníky určitých skupin (premiantka, chuligán, Francouz, mariňák, barevnej apod.). Proto se i v tomto přístupu zkoumají lexika vybraná k označení skutečností/dějů/osob a struktura větných celků i celková koherence sdělení a propojení jednotlivých zahrnutých témat. Jde tedy o to, věnovat pozornost tomu, jak na sebe navazují jednotlivé části textu i a zda některé části nepůsobí jako neorganicky připojené. Dvě tvrzení jsou považována za vzájemně souvisící, pokud jsou propojena ve sdílených mentálních modelech. Jejich propojení ale lze vyjádřit pomocí generalizace nebo naopak kontrastu (např. když je vylíčení konkrétní události završeno zobecňujícím tvrzením nebo naopak). Důležitou snahou je odhalit zamlčené implikace, s nimiž sdělení pracuje. Některé prezentované názory nemusí být vyjádřeny explicitně, ale vyplývají z kontextu nebo dalšího vědění, které je potřeba znát. Stejně tak se sdělení může odvolávat na očekávání příjemců, není tedy potřeba je verbalizovat, protože o nich příjemce předem ví. Pozornost je potřeba věnovat i tomu, jak podrobně jsou události popisovány a nakolik generalizují. Zda je událost prezentována komplexně včetně objasnění příčin a důsledků, nebo spíše implicitně staví na předpokládaném sdíleném sociálním vědění příjemců, jež ale může být stereotypní a ideologické. V neposlední řadě pak hrají roli sémantické posuny, které zásadně proměňují význam sdělení; typickým příkladem je výrok: „Já proti nim nic nemám, ale byl bych raději, kdyby bydleli jinde.“

Odlišnost mezi „námi“ a „jimi“ je (nejen) ve zpravodajském diskurzu standardně reprezentována pomocí binárních opozic, které často redukuje složitost sociální reality právě na střet dvou protikladných aktérů. Binární opozice, na nichž je sdělení vystavěno, ztělesňují ideologii dominantního diskurzu a přispívají k reprodukci hierarchických mocenských vztahů a posilování stávajícího statu quo. Proto van Dijk klade při analýze diskurzu důraz právě na odhalení binárních opozic, se kterými sdělení pracuje.

Podle Lévyho-Strausse (2006) je uvažování v binárních opozicích základem lidské orientace ve světě, pomáhá jej uspořádat a připisovat mu smysl.⁷⁷⁶ Mezi stranami dichotomie je vždy hierarchie, jedna z nich je považována za důležitější, lepší, nadřazenou té druhé, méně důležité, špatné a podřadné. Žádná z nich by však nemohla existovat samostatně, protože by tyto kategorie ztratily svůj význam. Těchto dichotomií je nepřeberné množství a jsou kulturně specifické. Jednotlivé části světa/skupiny/osoby jsou vždy klasifikovány tak, že náležejí pouze a právě do

776 Podrobněji viz kapitola 8.2.

jedné z nich. Existuje jen buď a nebo, nic mezi tím; respektive přechodové kategorie (např. *queer*) jsou vždy nestandardní a narušují řád. Jejich zařazení je v rámci diskurzu sociálně sdílené a považované za dané, přirozené, jasné a nezpochybňované. Významy komunikované skrze binární opozice odráží a znovu upevňují strukturu a rozdělení moci ve společnosti.

Binární opozice MY a ONI

my	x	oni
dobro	x	zlo
pravá	x	levá
bílá	x	černá
bezpečí	x	nebezpečí
kultura	x	příroda
civilizace	x	barbarství
řád	x	chaos
racionalita	x	emocionalita
moderní	x	primitivní
chytrost	x	hloupost
pracovitost	x	lenost
čistota	x	špína
ticho	x	hluk
individua	x	typy

Specifikem van Dijkova přístupu je zohlednění kognitivní stránky působení diskurzu a to, jak uvažují členové společnosti a s jakými mentálními modely⁷⁷⁷ pracují. Dekódování sdělení podle těchto opozic není samozřejmé, ale přispívá k němu kulturní zakotvení příjemců a jejich zkušenost s dalšími texty daného diskurzu. Mimo daný sociální kontext mohou být sdělení interpretována odlišně a diskurzem preferovaný význam jimi nemusí být rozpoznán.⁷⁷⁸ Hodnoty a uspořádání světa obsažené ve sdělení neslouží všem členům společnosti, ale skrze disciplinační praktiky, dohled a sociální kontrolu jsou vnímány jako přirozené a správné i těmi, kteří jsou jimi udržováni v podřízení. Tak mocenská elita, jež kontroluje přístup k hlavním informačním zdrojům, využívá médií k prosazování v rámci diskurzu preferovaných významů a k upevňování své pozice v sociální struktuře. Dominance je zpravidla ustavována a reprodukována s využitím

777 Ačkoli jsou mentální modely považovány za jedinečné a osobní, většina z nich je současně sociálně sdílená a odráží názory a postoje skupin, do kterých jedinci patří.

778 Srov. Fiske (2001).

každodenních praktik a obrátů, jež jsou natolik zažitá a rutinizovaná, že působí jako přirozené, přispívají k vytváření konsenzu a jeho ospravedlnění. Právě tyto jemné, široce přijímané strategie naturalizující sociální původ moci jsou v centru pozornosti diskurzivní analýzy.

Příklad analýzy reprezentace Druhých pomocí binárních opozic

Identifikaci přítomnosti binárních opozic ve sdělení ukáží na analýze novinové fotografie⁷⁷⁹ a na základě výzkumů věnovaných reprezentaci příslušníků romského etnika v českých mainstreamových médiích. Využiji k tomu snímek, který byl otištěn v celostátní části listu *Mladé fronty DNES* 24. března 2001 na šesté stránce v rubrice *Z domova*.⁷⁸⁰ Nebudu se podrobně věnovat analýze celého sdělení ani diskurzu o Romech, k tomu podrobněji viz Sedláková (2002, 2007, 2008a); zde uvedená část vychází především ze sémiotické analýzy.



Obr. 16 Analyzovaná fotografie⁷⁸¹

779 Podrobnější analýza fotografie viz Sedláková (2002).

780 Ačkoli fotoaparát zachytil realitu barevně, na jaře 2001 deníky barevné snímky běžně netiskly a tento snímek byl publikován černobíle; v této formě s ním budeme pracovat.

781 Snímek byl doplněn následujícím popiskem: „ZÁSAH U MATIČNÍ. Až zásah policie zachránil včera poblíž Matiční ulice v Ústí nad Labem řidiče škodovky před útokem místních Romů. Ti řidiče napadli poté, co na hlavním tahu z Ústí do Děčína srazil malou romskou dívku, kterou musela sanitka odvézt do nemocnice. Řidič vyvázl po útoku s pohmožděninami. Policisté zatím nikoho neobvinili. Operační důstojník ústeckého policejního ředitelství včera řekl, že incident bude patrně řešen jen jako dopravní přestupek řidiče. Silnice byla na několik desítek minut uzavřena.“ (MF Dnes 2001: 6)

V tomto sdělení je jasně patrná opozice mezi policií na jedné a příslušníky romské populace na druhé straně. Tato opozice je zobrazena explicitně prostřednictvím pásky symbolicky ohraničující místo činu. Ze sémiotického hlediska text pracuje s dvěma klíčovými znaky: skupinou Romů a dvojicí policistů, kteří stojí proti sobě a jsou odděleni natahovanou páskou. Právě ta dodává sdělení význam konfrontace. Tím, že fotografie byla pořízena právě ve chvíli, kdy byla páska instalována, je zřejmé, že je pod kontrolou policie, která vymezuje prostor těm druhým.

Pro další rozbor textu je vhodné zohlednit, že fotografie reprezentuje jen malou (vybranou) část reality a uvědomit si, co zůstalo skryto a k čemu text odkazuje. Na tomto místě mohly být pořízeny i jiné fotografie, lišící se úhlem záběru, užitým objektivem, kompozicí apod. Proč například fotografie nezobrazuje tváře policistů místo romských žen? Čtení a interpretaci sdělení ovlivňují internalizované mentální koncepty Romů a policistů a další konotace, jež čtenáři asociují vedlejší znaky textu (postoj a výraz ženy uprostřed, věk zobrazených osob, ochranná páska, policejní uniforma), ale i mýty, s nimiž sdělení pracuje.⁷⁸² Například určitá všednost oblečení Romů vstupuje do kontrastu s oficiálními uniformami policistů, jež reprezentují stát a konotují zákony a pořádek. Ti zde vystupují jako oficiální představitelé, kteří jsou jedněmi z Nás, a naproti nim Oni, Romové, ti Druzí, Jiní, nebezpeční a narušující ustavený společenský řád. Ve sdělení lze identifikovat následující binární opozice vyjadřující ideologii bílé majority, jež stojí v jejím pozadí:

policisté	X	Romové
klid	X	neklid
bezpečí	X	nebezpečí
řád/zákon	X	porušování zákona/řádu
uvnitř společnosti	X	vně společnosti
socializovaní	X	asociální
přizpůsobení	X	nepřizpůsobiví
formální	X	neformální
čistí	X	špinaví
bílí	X	černí
dobro	X	zlo
My	X	Oni

Příslušníci romského etnika jsou pro majoritní českou společnost těmi Druhými, vůči kterým se vymezuje. Jejich majoritní reprezentace je však stereotypní. Tito Druzí nejsou odlišní pouze fyzicky, ale především kulturně. Nelíší se jen svým původem a vzhledem, ale především mentalitou a životním stylem. Jejich odlišné chování je pro většinu členů majoritní společnosti ne zcela pochopitelné a akceptovatelné, a proto a priori potenciálně nebezpečné. Jsou vnímáni jako narušitelé řádu, zdroj nepořádku a neklidu. Téma hrozby je na snímku

782 Přítomný je především „mýtus Cikána“ (používám toto označení, neboť mýtus Roma neexistuje) a „policisty“.

zosobněno věkem Romů zobrazených ve skupině; většinu z nich tvoří děti a mladiství. Nízký věk a větší počet je zde znakem konotujícím vysokou fertilitu Romů a více Romů pro majoritu znamená více (sociálních) problémů.

Naopak policisté jsou ztělesněním zákona, pořádku a sociálního řádu. Ochraňují Nás, řádové občany, proti narušitelům pořádku a antisociálním nepřizpůsobivým živlům, proti Nim. Skrze ochrannou pásku snímek sugeruje, že v tomto případě „mají Romové pod kontrolou“.⁷⁸³

Podstatným vedlejším znakem, který uvádí popis fotografie, je lokace události: „blízkost Matiční ulice“. Tato část Ústí nad Labem byla na počátku století v obecném povědomí české veřejnosti kvůli sporům o stavbu zdi mezi obytnými domy, v nichž žili Romové, a rodinnými domky příslušníků majoritní populace. Umístění události do blízkosti této lokality, již dříve označované jako problémová, naznačuje, že zde můžete potkat stejné osoby a že se zde odehrávají stejné problémy. Zpráva tak intertextuálně potvrzuje vnímání Matiční ulice jako oblasti, kde dochází ke střetům mezi Romy a majoritou. Přitom oblast, v níž žijí ve vyšší koncentraci Romové, jsou příslušníky majority považovány za špinavé, vybydlené a nebezpečné a „Neromové“ zde nechtějí bydlet.

Ačkoli to z fotografie není zřejmé, popis uvádí, že byla pořízena po autonehodě. Zmíněný, ale vizuálně nepřítomný řidič zde reprezentuje většinovou společnost a napadení ze strany Romů, kterému byl vystaven, je zde metonymií pro nebezpečí, jež hrozí celé majoritní populaci, neboť na jeho místě může být příště kdokoli z Nás.

Je zřejmé, že v uvedeném náčrtu rozboru novinové fotografie bylo využito vědění, které v textu není přítomné a vyplývá ze znalosti sociopolitického kontextu, sdílených kulturních kódů a mentálních reprezentací. Nepochybně jde o interpretaci, s níž by jiní příjemci sdělení nemuseli souhlasit, stejně jako fotograf, novinář a editor, kteří snímek zpracovávali, mohou tvrdit, že jejich záměr byl odlišný. Multiakcentuální povaha použitých znaků však umožňuje různé způsoby jejich dekodování. A v daném sdělení lze identifikovat odkazy na stereotypy přítomné v české kultuře. Zahrnuje předpoklad spravedlivé policie, chránící naše zákony a pořádek proti Romům, kteří se od majoritní populace odlišují, jsou nebezpeční a narušují ustavený společenský řád. Takové čtení fotografie není samozřejmé, ale přispívá k němu mé kulturní zakotvení a zkušenost s dalšími texty, které prezentují vztah mezi těmito etniky analogicky. V pozadí fotografie tak lze identifikovat rasistickou ideologii, jež stvrzuje stávající sociální nerovnost a přispívá k diskriminaci příslušníků romské menšiny v české společnosti.

Inspirace G. Roseovou: diskurzivní analýza obrazu a prostoru
Doplňím ještě jednu variantu analýzy diskurzu, a sice přístup navržený Gillian Roseovou (2001), profesorkou kulturní geografie, která se věnuje analýze vizuálních sdělení. Diskurzivní analýza využívá k účelu

783 Policejní páska jakoby uzavírá skupinu Romů v místě pro ni určeném, čímž materializuje bariéru mezi touto menšinou a majoritou. Ale může to konotovat i velmi radikální postup: její uzavření do vyhrazených oblastí kontrolovaných policejními jednotkami.

odhalit sociální produkci obrazů a jejich působení ve společnosti. V knize *Visual Methodologies* ukazuje, jak postupovat při práci s daty, jež mají charakter obrazů, nikoli jazykových textů. Výše zatím nebylo zdůrazněno, že AD se často věnuje pouze omezenému množství materiálů a často začíná s jediným objektem studia, ke kterému jsou další doplňovány postupně právě proto, že jsou součástí stejného diskurzu a první k nim intertextuálně odkazuje. Přitom jejich spojitost nemusí být na první pohled zřejmá, což je v případě obrazů poměrně časté. Tato spojitost může být vytvářena pomocí použité ikonografie, charakteristické pro daný umělecký styl / historické období / autora / odvětví / typ objektu apod. Je potřeba rozkrývat symboly, s nimiž obraz pracuje, a vztáhnout je k širším významovým strukturám. Výzkumník musí zapomenout veškerá očekávání či předporozumění, která vzhledem k obrazu má, a nahlížet je podezřívavě. Při analýze může využít rozčlenění zkoumaných objektů do menších celků, identifikaci klíčových prvků a jejich následné kódování, podobně jako jsme o něm mluvili v kapitole o sémiotické analýze (8.2). Přitom nejdůležitějšími prvky nemusejí být nutně ty, jež se objevují nejčastěji. V praxi analýza znamená stále opakovaně dokola procházet (pročítat, prohlížet, poslouchat) zkoumané materiály a hledat souvislosti mezi identifikovanými klíčovými prvky a jejich možné propojení na širší diskurzivní formaci. Proto je potřeba se do zkoumaných materiálů ponořit a pátrat po možných spojeních mezi prohlášeními, použitými symboly, znaky či obrazy. Jak přítomnost jednoho ovlivňuje význam dalších a jaké spouští asociace?

Za důležité otázky Roseová považuje: Jak je určitý diskurz strukturován a jak vytváří určitý druh vědění? Nakolik je celistvý a naopak jaké obsahuje kontradikce? Jak popisuje či zobrazuje určité věci, jak vytváří pravidla či normy, hranice, vinu či odpovědnost, jak kategorizuje či rozděluje, stigmatizuje a vyčleňuje? Jak diskurz vytváří dojem pravdy a jak o ní přesvědčuje, jakou k tomu využívá rétoriku? Co je z diskurzu vyčleněno, zneviditelněno a o čem se nemluví? Jak je diskurz situačně a institucionálně zakotven? To znamená například, že prohlášení od autorizovaného zdroje má větší váhu než od jedince s marginalizovaným sociálním statutem. Ti mocní navíc disponují prostředky, jak jimi preferované diskurzy prosadit, medializovat nebo naopak jak dementovat a marginalizovat ty, jež jim nevyhovují.

Roseová zdůrazňuje, že pro přínos provedené analýzy je podstatná její hloubka a flexibilita výzkumníka, nikoli množství zkoumaných materiálů. Současně dodává, že pro realizaci AD je často potřeba mít nejen trénink a cvik, ale i talent a schopnost vidět za první plán zkoumaného

objektu. K tomu je nezbytný širší rozhled a analytický nadhled. Pro podpoření analytické argumentace je možné využít různé doplňující podklady, obrazové materiály, nákresy, detailní rozборы. Podstatná je však především její soudržnost, a to nejen vzhledem k objektu zkoumání, ale i k jiným studiím a předešlým výzkumům. Autorka upozorňuje i na možné obtíže AD. Například je potřeba umět odhadnout míru analyzované intertextuality a propojení s dalšími texty, aby se nestalo, že jejich spojení je zřejmé pouze badateli ponořenému do tématu a čtenáři jej ani přes jeho výklad neodhalí. Diskurz není volně vlající síť významů, ale je navázán na sociální praktiky a vzhledem k těm musí být analyzován. Další slabina AD, na niž cílí kritika, spočívá často v přílišné popisnosti. Proto Roseová, s odkazem na další autory,⁷⁸⁴ rozpracovává ještě další rovinu aplikace AD, a sice **analýzu institucí a institucionálních praktik**. Tento postup lze dobře využít v rámci kulturních studií, ale i při studiu médií jako institucí.

Navazuje především na knihu *Dohlížet a trestat* (Foucault 2000) a Foucaultovy studie vězénství a zdravotnictví (vězení, nemocnic a ústavů pro choromyslné), ve kterých ukazuje, jak se zrodili profesionálové, kteří mohli určovat, kdo potřebuje internaci, trest či léčbu a vykonávali ji, a v opozici k nim subjekty kontroly, poslušná těla (*docile bodies*). Podle Foucaulta byla klíčovým nástrojem institucionalizace těchto režimů vizualizace ve službách expertního vědění. Základním nástrojem moci využívaným vězeňským systémem byl především panoptikon, který správcům dával možnost vidět a kontrolovat, ale hlavně internovaným sugeroval nebezpečí, že jsou neustále sledováni.⁷⁸⁵ Pro fungování těchto zařízení byla naprosto zásadní jejich konstrukce, způsob, jakým uspořádávala prostor a jak vymezovala, kdo kam může vstupovat.

Roseová pracuje s dvěma foucaultovskými kategoriemi, jimiž jsou: institucionální aparát a institucionální technologie. Připouští ale, že ne vždy mohou být snadno odlišitelné. Aparátem rozumí formu moci/vědění, která vytváří instituci; může jí být například architektura, ustanovení, zákony, morálka apod., skrze které je diskurz artikulován. Institucionální technologie pak ztělesňují konkrétní praktické techniky používané k uplatňování moci/vědění v praxi. Každá instituce produkuje a dále funguje na základě určitého režimu pravdy, souborů moci/vědění, jimž připisuje status platnosti. K šíření tohoto režimu pravdy využívá určité technologie, například

784 Čerpá především z Foucaulta (2000), Sekuly (1986, 1989), Bennetta (1995) a Harawayové (1989).

785 Aneb vidět a nebýt viděn a naopak nevidět a být viděn.

fotografii, která svojí podobností mezi označujícím a označovaným snadno sugeruje zdání pravdivosti, přirozeného uspořádání⁷⁸⁶ a danosti.

Roseová ukazuje postup AD na rozboru archivu a muzea (galerie) jako institucí shromažďujících, uchovávajících, klasifikujících a vystavujících artefakty a vědění. Soustředí se přitom na čtyři okruhy analýzy: (1) popis aparátu instituce; (2) popis technologií instituce; (3) zdůvodnění, jak tyto instituce disciplinují své návštěvníky a (4) na slabiny tohoto postupu analýzy. Ani jedna z uvedených institucí není neutrální, neboť ztělesňuje moc obsaženou v praktice označování toho, co je vhodné a hodnotné pro uchování⁷⁸⁷ či vystavení a co naopak. Podle citovaného Bennetta (1995) podobně jako věznice vznikla i muzea ve stejném historickém období a využívala obdobné praktiky dozoru. Autor zakládá svou argumentaci na studiu historických dokumentů a prohlášení, ve kterých jsou muzea například propagována jako protilék proti alkoholismu dělníků a nástroj k civilizování mravů a morálky. Především ale tato diskurzivní formace funguje jako prostředí usnadňující využití artefaktů ve prospěch vládních záměrů formování norem a sociálního chování za pomoci diskurzu umění a vědy (odborných klasifikací). Moc těchto institucí se odráží ve využívání kultury (spíše ve smyslu umění) jako nástroje sociální správy, prostředek kultivace a disciplinace. Proto může být důležitou otázkou, kdo je provozovatelem těchto institucí, kdo financuje jejich provoz, zájmu koho slouží a čí dominantní diskurz reprodukuje.

Jaké jsou tedy základní aparáty a technologie, jež tyto instituce využívají? Vystavené objekty jsou organizovány do kolekcí,⁷⁸⁸ čímž je nejen vytvářen řád a souvislost či blízkost mezi nimi (např. obrazy z určitého období/stylu; artefakty z určitého kontinentu apod.), ale je podporován i dojem naturalizace těchto epoch či národů. Zároveň je v chronologickém řazení vytvářen narativ vývoje/pokroku. Ale tyto koncepce často pochopí jen určitý typ návštěvníků, jsou určeny pouze jedincům, kteří již mají určité vzdělání a dokáží rozpoznat rozdíly mezi styly či epochami. Bourdieu (1998) by řekl, že jsou určeny aktérům s určitým habitem, kteří také vědí, jak se v daném prostoru chovat (např. že je zvykem chovat se tiše a respektovat další doporučení, či dokonce zákazy: dotýkání se

786 To ukazují například analýzy kompozice rodinných fotografií první poloviny 20. století.

787 Zpravidla v tom lze nalézt výrazný etnocentrický aspekt. Zejména muzea konce 19. století ukazovala především kulturu kolonizovaných národů, považovaných za méně kulturní, a odrážela rozdělení „kultury“ a „přírody“. Zakladatelé a provozovatelé muzeí byli často bílí kapitalisté, kteří takto přispívali k ustavení imperiálně koloniálního diskurzu.

788 „Vystavené objekty sloužily jako artefakty, skrze které má být viděn neviditelný řád zvýznamňování, který svým uspořádáním reprezentují.“ (Bennett 1995: 165)

vystaveného, telefonování, fotografování, jídla apod.) a jak se v něm orientovat. Je možné se po instituci pohybovat volně, nebo je předem přesně určené pořadí navštívených místností či prohlídková trasa? A je možné objekt procházet samostatně, nebo pouze ve skupině s oficiálním průvodcem? Jaký obraz organizace je při takové prohlídce vytvářen? K šíření preferovaného režimu pravdy napomáhá i architektura těchto institucí, impozantní vstupní haly, rozlehlé prostory s hlídači, uzavření vystavených objektů ve vitrínách zamezujících možnosti dostat se až k nim, nebo je dokonce uchopit, vyčlenění místnosti, kde je možné konzumovat potraviny a nápoje nebo si odpočinout apod. Kromě toho je zde řada místností, které nejsou všem přístupné a laici jsou vpouštěni pouze výjimečně. Jde o typické goffmanovské zákulisí, kde se předměty uchovávají, restaurují a připravují k vystavení a kde se vytváří řád, jenž je exhibicí sugerován. Aparát instituce, její uspořádání pracuje s různými typy sociálních pozic. Jejich reprezentanti mají přístup do odlišných částí instituce. Lze identifikovat minimálně tři základní sociální pozice: (1) expertní (kurátor, odborník): určuje, klasifikuje, vybírá, hodnotí apod.; (2) dohlížecí (ostraha): udržuje hranice prostoru a dodržování pravidel; (3) laickou (návštěvníci): ty je potřeba kultivovat, disciplinovat jeho subjektivitu ve prospěch diskurzu. Ptáme se: Jak je diskurz materializován v architektuře, jaké vytváří pozice pro subjekty a jaké jim uděluje pravomoci, povinnosti a sankce za jejich porušení? A jaké technologie se na procesu podílejí? Jak jsou vystaveny jednotlivé objekty a jak se liší mezi jednotlivými institucemi: jaký je rozdíl mezi muzeem a galerií nebo archivem? Jak jsou označeny jednotlivé budovy nebo místnosti a skrze tyto názvy klasifikovány vystavené artefakty? Jak odlišně přispívají k budování diskurzu objekty ve vitrínách zabezpečených elektronickým systémem, na rozdíl od objektů vystavených pouze na policích? A co tzv. diorámata, která využívají prostorového zobrazení a simulují autentický pohled do vystavovaného prostředí? Účinky jednotlivých z nich se liší a mají komunikovat odlišné významy. Nejen co do hodnoty objektu, ale i vzhledem k jeho kontextu, zda je vystaven jako součást rekonstruované každodennosti, nebo je z ní naopak vytržen. Podstatné jsou také vzdálenosti mezi jednotlivými vystavenými objekty, tvoří souborné kompozice (co je v popředí a co v pozadí), nebo jsou vyčleněné a stojí samy o sobě? A pokud se jedná o obrazy, visí ve stejné výšce a mají stejné nebo odlišné rámy? Jsou předměty prezentovány odlehčeně, nebo ve striktní vážné atmosféře? Je návštěvníkům umožněno s nimi manipulovat či si vyzkoušet

jejich funkčnost?⁷⁸⁹ Jak jsou využívány doplňkové materiály, popisky či jiná média (doprovodné filmy, katalogy, fotografie zachycující objekty v jejich autentickém prostředí)? Jaké informace jsou na nich uvedeny a tak zdůrazněny (zpravidla jméno autora a použitá technika)? Jsou využity nějaké další dekorace, jsou zde například sedadla, z nichž lze objekty sledovat nebo v nich odpočívat? To vše jsou způsoby vytváření reality diskurzu a lze je s tímto cílem analyzovat. Podobně jak je v místnostech využíváno světlo (jsou zde okna, jsou zakrytá nebo bez záclon), napomáhá, nebo snižuje viditelnost? Jakou barvu mají stěny a jsou zde koberce, nebo parketové podlahy a jaký dojem to vytváří? K čemu je směřován pohled návštěvníka a jak je takto disciplinován jako subjekt? Je spíše divák, nebo aktivní participant? Jaké formy moci návštěvník zakouší a nakolik jsou tyto disciplinační techniky účinné?

V neposlední řadě je potřeba vysoké míry výzkumnické sebereflexe a položit si otázku, nakolik jsou naše interpretace adekvátní. V této variantě se diskurzivní analýza nesoustředí na obsahy psaných či řečených promluv, ale vykračuje do prostoru a zaměřuje se na instituce diskurzu a jimi využívané aparáty a technologie. Tento postup lze adekvátně aplikovat v kulturních studiích i ve výzkumu mediálních organizací. Analogicky uvedenému příkladu se můžeme zamýšlet nad tím, jak jsou mocensky strukturovány různé prostory, které dnes a denně navštěvujeme (školy, pošty, banky, zájmová zařízení), a jak slouží v dané době dominantnímu společenskému uspořádání.

Byla bych ráda, pokud se mi podařilo ukázat, že diskurzivní analýza patří mezi velice komplexní a náročné výzkumné postupy a že zdaleka ne všechny studie, které se na tuto techniku odvolávají, plně naplňují její potenciál. Ačkoliv bych výčet podrobněji probíraných metod zkoumání analýzou diskurzu ráda završila, stejně jako v předchozích kapitolách i zde připojím další postupy diskurzivní analýzy dat.

789 Pokud jste někdy navštívili podzemní jeskyně, např. aragonitové, mohlo vás zarazit, když vám průvodce dovolil uchopit stalagmit. Obecně to není zvykem, ačkoli pokud se nejedná o tzv. brčko, pravděpodobnost, že jej poškodíte či ulomíte, je mizivá.

Odišná pojetí diskurzivní analýzy

Konverzační analýza

Konverzační analýza (*conversation analysis*, dále CA)⁷⁹⁰ má několik zdrojů, jedním z nich je lingvistika (která ji často mísí s teorií mluvních aktů a posouvá směrem k AD), ten hlavní ale spočívá v etnometodologické tradici⁷⁹¹ (proto se setkáte i s označením etnometodologická konverzační analýza). Zároveň ale bývá řazena i mezi varianty analýzy diskurzivní. O rozvoj CA se zasloužil především spolupracovník zakladatele etnometodologie H. Garfinkela, sociolog Harvey Sacks, který se soustředil na to, jak lidé v běžném životě používají jazyk. Mezi jeho nejdůležitější spolupracovníky patřili Emanuel Schegloff⁷⁹² s Gailem Jeffersonem, kteří později metodu rozšířili a publikovali posmrtně Sacksovy přednášky. Jádrem zájmu etnometodologie, tak jak se konstitovala v šedesátých letech v rámci americké sociologie, jsou postupy, které v každodennosti používají jedinci při reprodukci sociální skutečnosti.⁷⁹³ Ta se odehrává primárně ve vzájemných interakcích skrze komunikaci. Sacks a jeho spolupracovníci se navíc snažili porozumět tomu, jak je při rozhovoru sociálně konstruován význam.

Technika CA se v posledních letech rozšířila do takové míry, že je někdy považována za samostatnou subdisciplínu sociálních věd iniciovanou sociolingvistikou, etnometodologií či antropologií. V posledních letech je stále více využívanou technikou i v rámci studia (mediální) komunikace. Jedná se o postup zaměřený na analýzu používání jazyka v řečové interakci jednajících, probíhající v běžných podmínkách každodennosti. V konkrétních řečových interakcích je sledována například organizace rozhovoru, střídání rolí jednotlivých mluvčích, jejich komunikační záměry a strategie.

Na rozdíl od jiných přístupů se CA soustředí na to, jak obsahu rozhovorů rozumějí samotní mluvčí a jak je ve vzájemné komunikaci vytvářen souhlas s komunikovaným. Zajímá se například o prostředky, které užívají jedinci v běžných rozhovorech k tomu, aby si rozuměli. Stojí na předpokladu, že přirozeně se odehrávající diskuse jsou systematicky uspořádané, sekvenční,

790 Tuto techniku jsem zařadila i pro ukázkou, jak rozdílné přístupy jsou přiřazovány do linie diskurzivní analýzy na základě chápání diskurzu jako rozhovoru.

791 Viz kapitola 7.

792 Sacks i Schegloff byli v šedesátých letech na Univerzitě v Berkeley studenty Ervinga Goffmana, který považoval rozhovory za základní typ mezilidské interakce.

793 Název etnometody je do určité míry matoucí, neboť neodkazuje k metodám výzkumným, ale právě k postupům, které používají ve své každodennosti příslušníci zkoumaného etnika. Viz kapitola 7.

a slouží k odhalování postupů, jež běžní aktéři v každodenních rozhovorech používají. A do značné míry odhlíží i od konkrétního obsahu komunikace, ale snaží se odhalit její strukturu. Základním strukturním mechanismem je střídání mluvčích, jež má zajistit, aby vždy, nebo alespoň většinou, mluvil jen jeden. Toto pravidlo se však výrazně komplikuje při větším počtu diskutujících. Výzkumníci se pak mohou soustředit na mechanismy, jakými se jednotliví mluvčí oslovují, či kdo komu skáče do řeči a kdo naopak vyčkává apod. Mluvíme o tzv. sekvenční analýze. Další rovinou, na kterou se lze soustředit, je členská kategorizační analýza (viz níže).

Daty pro konverzační analýzu jsou téměř výhradně přepisy autentických rozhovorů. Objektem analýz nejsou jen neformální rozhovory mezi známými, ale také oficiální záznamy volání na telefonické help linky⁷⁹⁴ či tísňových volání, dialogy z lékařských ordinací nebo soudních přelíčení, případně policejních výslechů a v některých případech i z médií. Nemusí se nutně jednat o rozhovor pouze dvou mluvčích, ale i o záznam diskuse širší skupiny. V principu by bylo možné analyzovat například záznam ze schůzky pracovního týmu, předvolební debatu politiků v televizi nebo průběh focus groups (i když pro tento účel nejsou primárně určené). Přitom CA nezohledňuje širší kontext či diskurz, v němž se komunikační akt odehrál. Respektive zahrnuje do analýzy jen ty aspekty kontextu, které mluvčí sami zmiňují a zohledňují.⁷⁹⁵ Její závěry jsou tedy omezené na to, co je přímo pozorovatelné v datech. Což je někdy cílem jejích kritiků, kteří jí vytýkají, že nezkoumá interakci v širších společenských souvislostech.⁷⁹⁶ Přístup CA předpokládá sdílení kulturních hodnot a významů mezi komunikujícími; pokud se samozřejmě nejedná o specifický případ příslušníků různých kultur. V takovém případě se naopak soustředí na proces vznikání intersubjektivní, jak je vyjednáván souhlas a vytvářen sdílený význam konverzace. Takto orientované studie by měly pomoci odhalit neporozumění v komunikaci jedinců z různých sociálních skupin/prostředí⁷⁹⁷ a přispět k řešení sociálních problémů.

794 Samotný Sacks analyzoval telefonáty potenciálních sebevrahů, v nichž odhalil pravidelnou strukturu, což bylo v protikladu k aktuálnímu názoru lingvisty Noama Chomského, který komunikaci považoval za příliš neorganizovanou.

795 V jistém smyslu tvrdí, že kontext není něčím, co existuje kolem komunikujících, ale je utvářen během komunikačního procesu.

796 Například Fairclough (2003) CA vyčítá, že ignoruje kategorie moci a komunikační partnery považuje za rovnocenné. Zdůrazňuje, že každá konverzace se odehrává v určitém diskurzivním rámci, který zahrnuje pravidla interakce a komunikace jedinců, jejich povinnosti vůči druhému dané například vzájemným postavením (podřízený × nadřízený) nebo sociálním statutem. Ty jsou navíc v komunikaci dále stvrzovány a naopak jejich nedodržování je sankcionováno.

797 Mezi tuto skupinu výzkumů patří například analýzy rozhovorů mezi lékaři a pacienty a jejich míra pochopení sdělované diagnózy či zdravotních rizik.

Tab. 6 Pomocné značky pro přepisy dat pro konverzační analýzu⁷⁹⁸

. nebo ↓	Intonační pokles hlasu na konci výroku.
,	Nevýrazná (neklešající) intonace na konci výroku.
? ↑	Tázací, výrazně stoupavá intonace.
:	Prodloužení výslovnosti předcházející samohlásky.
důraz	Podtržení indikuje intonační důraz.
hhhh	Nádech (hezitační zvuk).
KAPITÁLKY	Pasáž je hlasitější než jiné části hovoru.
°word°	Pasáž je tišší než jiné části hovoru.
»promluva«	Pasáž je řečena rychleji než jiné části hovoru.
«promluva»	Pasáž je řečena pomaleji než jiné části hovoru.
(promluva)	Naznačuje, že mluvčí mluví přes sebe, tzv. <i>overlap</i>
slovo=	Naznačuje okamžitý začátek promluvy druhého mluvčího po skončení prvního.
=slovo	Naznačuje okamžitý začátek promluvy druhého mluvčího.
slo-	Náhlé přerušení slova, nedořečené slovo.
< > nebo ()	Nesrozumitelná/nepřepsaná pasáž
<promluva> nebo (promluva)	Odhad řečeného v nesrozumitelné pasáži.
(3s) nebo (3)	Pauza 3 vteřiny
(.) (..) (...)	Krátká, delší/střední, ještě delší pauza
((smích)) nebo ((smích 3s))	Smích, v délce 3 sekund.

I při CA pracuje výzkumník s rozhovory v přepsané podobě, ale často se znovu vrací i k samotným záznamům a opakovaně je poslouchá. Přepisy pro konverzační analýzu mají svá specifika (v tabulce 12 vidíte ukázkou), často využívají pravidel pro fonetický transkript, kromě toho obsahují údaje o intonaci a specifických hlasových projevech mluvčích.⁷⁹⁹ Jak podrobný přepis budeme k analýze potřebovat, je potřeba zvážit dopředu, abychom na jedné straně neztráceli čas se zaznamenáváním údajů, které později nevyužijeme, nebo nám naopak některé nechyběly. Hlavním vodítkem je zde vždy výzkumný záměr a cíl analýzy.

V konverzační analýze výzkumník induktivními analytickými postupy například odhaluje vzorce, jež se v interakci opakují, a snaží se je

⁷⁹⁸ O přepisech jsem se zmínila již v kapitole 6.2. V tomto případě je možné si soustavu používaných znaků upravit podle vlastní potřeby, například doplnit o vlastní značky pro jevy, jež se v aktuálně analyzovaném rozhovoru často vyskytují (např. ≈ pro pláč apod.). Podrobněji viz např. Silverman (2005), Hoffmannová (1992).

⁷⁹⁹ V případě, že je k dispozici i videozáznam, mohou být doplněny i poznámkami o jejich dalších neverbálních projevech.

vysvětlit. Na základě přepisu rekonstruuje, jak jednotliví mluvčí rozumějí replikám svých komunikačních partnerů. Zde spočívá další specifikum CA, která se omezuje výhradně na komunikujícího vlastní formou porozumění sdělovanému a jejich rovinu uvažování o tématu hovoru i situaci, v níž se odehrává. Napomáhají tomu například pasáže, v nichž mluvčí částečně nebo zcela opakuje dříve řečené, shrnuje podstatné, vyjadřuje řečené vlastními slovy nebo se ptá na význam či vyžaduje upřesnění nějaké části předchozí promluvy. CA zohledňuje jak verbální, tak neverbální, především hlasové, složky komunikace (tzv. hezitační výrazy, pauzy v řeči⁸⁰⁰ a jejich délku, zrychlené či hlasité dýchání, tempo řeči, zadrnutí se či koktání, smích, odkašlání si apod.). Někteří výzkumníci pracují i s videozáznamy a zohledňují také další neverbální aspekty interakce (gestiku, posturiku, oční kontakt komunikačních partnerů).

Každá komunikace má vnitřní strukturu a posloupnost a podléhá určité organizaci. Rozhovor se skládá z jednotlivých **replik** komunikačních partnerů. Replikou rozumíme souvislou promluvu jednoho mluvčího, jeden uzavřený komunikační celek (který může obsahovat více celků významových). Primární charakteristikou rozhovoru je **střídání mluvčích** (*turn-taking*). Komunikující ovládají různé mechanismy, jak oslovit druhého partnera a předat mu slovo (např. poklesem hlasu či odmlkou,⁸⁰¹ položením otázky apod.). Při delších replikách partnera naznačuje často poslouchající svou účast na probíhající komunikaci doplňujícími neverbálními projevy, pokyvováním hlavy nebo polohlasným přitakáváním „hm... hm“ apod. Dalším mechanismem a analytickou kategorií CA je **párová sekvence** (*adjacency pair*), která se skládá ze dvou aktivit dvou interagujících. Prvním aktem prvý jednající vyvolává určitý typ akce druhého. Klasickými příklady jsou: otázka – odpověď, pozdrav – pozdrav, žádost – vyhovění/odmítnutí nebo pozvání – (ne)přijetí. Vztahy mezi členy těchto párů jsou striktní až normativní. Pokud druhý komunikující nereaguje očekávaným způsobem, plynulost rozhovoru je narušena a prvý mluvčí může úvodní akt zopakovat nebo hledat vysvětlení, proč nenásledoval adekvátní člen párové sekvence.⁸⁰² Přiměřená reakce druhého je tak důkazem intersubjektivní komunikace, toho, že slyšel a rozuměl. Párové sekvence slouží často jako jádro komunikace, kolem kterého se

800 Na to je potřeba pamatovat již při pořizování záznamu, aby omylem nebyla na nahrávacím zařízení aktivována funkce automatické hlasové aktivace, která je-li ticho, vypíná nahrávání, viz kapitola 6.2.

801 Tomu se např. vyhýbají politici v mediálních debatách, čímž se a priori brání tomu, aby je vystřídal jiný dotázaný nebo moderátor.

802 Může ji také interpretovat jako nezdvořilost.

nabalují další sekvence.⁸⁰³ V průběhu rozhovoru mluvčí volí mezi méně a více preferovanými akcemi. **Preferovaná akce** je další strukturní analytickou kategorií konverzace. V případě párové sekvence typu pozvání je preferovanou akcí jeho přijetí; odmítnutí pak akcí nepreferovanou. Obecně platí, že preferované akce jsou předvídatelné a strukturně jednoduché, nepreferované (příznakové) jsou složitější a často přicházejí až po delší odmlce⁸⁰⁴ nebo začínají částicemi (např. „no“) či hezitačními zvuky. Specifickou částí rozhovoru jsou opravné sekvence, jejichž cílem je minimalizovat komunikační šum a vzájemné nepochopení mezi partnery způsobené ať už přeřeknutím, zakašláním, přehlušením hovoru zvnějšíku, nebo nepřesným či nedostatečným vyjádřením či uvedením věcné chyby. Opět záleží na tom, kdo opravu v rozhovoru inicioval, zda se opravil sám mluvčí, nebo jej opravil druhý či jej k opravě vyzval (a jakým způsobem). V případě opravy sebe sama klasifikujeme opravu jako preferovanou, opravy provedené komunikačním partnerem jsou nepreferované.

Ukázka přepisu části rozhovoru pro konverzační analýzu

	Mluvčí	Přepis	Poznámky
1	A	Proboha, co to máš na sobě? ↑	
2	B	(0,3) mm:	
3	A	Prosím?	
4	B	No	
5	A	Ptala jsem se, <u>co to máš na sobě?</u>	
6	B	»Normálka«	zvesela
7	A	Normálka ↑ co je na tom normálka?	
8	B	Ale mami... (0,2) no <u>ta:k</u>	
9	A	Převleč se, (prosím tě.)	
10	B	(mami: nee:)	
11	A	=V tom do školy jít nemůžeš↓	
12	B	(1,2s) hhhh ^o Ale (0,2s) já nejdu do školy. ^o	tišeji, pomalejší dikce
13	A	»JAK TO« ↑ že nejdeš do školy? A kam teda <u>deš?</u>	
14	B	(0,5) mmm	
15	A	Ka:m? ↑	

803 Podrobněji viz např. Schegloff (2006).

804 V takovém případě jsou prvním mluvčím také předvídatelné.

Členská kategorizační analýza

Členská kategorizační analýza (*membership categorisation analysis*) je někdy označována za samostatnou výzkumnou techniku. Opět má blízko k etnometodologii, možná ještě o něco blíže než samotná CA. Jde totiž o analýzu kategorií užívaných pro zařazení příslušníků určitého společenství, a to kategorií emických,⁸⁰⁵ tedy běžně používaných v rámci tohoto společenství jeho členy a pomáhajících jim k orientaci ve světě. Kategorizační analýza si primárně všímá, jak jsou v rámci rozhovoru označovány určité osoby. V průběhu jednoho rozhovoru mohou být kategorizovány vícekrát a odlišně, například jako: „Francouzka“, „sestřenice“, „milénka“, „lékařka“, „odbornice“, „sousedka“, „volnomyšlenkářka“, „aktivistka“ apod. Kategorizovány ale mohou být i instituce nebo místa. Mluvčí v konkrétní replice volí vhodné označení z paradigmatu odpovídajících členských kategorií (např. rodinných příslušníků nebo zájmových sdružení) na základě vlastnosti, již považuje pro nositele za typickou. Tato vlastnost je označována jako prefabrikát. Příkladem jsou **kategoriálně vázané aktivity**, které jsou často součástí stereotypů. Pokud je určitá vlastnost dlouhodobě a systematicky spojována s určitou kategorií, získává explanační sílu.⁸⁰⁶ Tyto dvě se stávají kategoriálně vázanými a mohou stigmatizovat i (pozitivně) diskriminovat.⁸⁰⁷

Ve studii *Obraz cizinců v médiích* Petr Kaderka a Kamila Karhanová (2001) dokládají, že česká média informovala o osobách odlišné etnické příslušnosti (kategorie) žijících v České republice především v kontextu negativity a kriminálního zpravodajství (aktivita). Etnicita aktéra události zpravidla není relevantní a nezvyšuje informační hodnotu zprávy,⁸⁰⁸ ale v případě, že se jedná o cizince, bývá uvedena, a to již v titulku. Takové označení aktérů však čtenářům sugeruje, že právě etnicita je příčinou události a působí v podobných sděleních jako prvořadý vysvětlující činitel. Právě takové výzkumy ukazují, že jak technika konverzační analýzy, tak členská kategorizační analýza jsou dobře využitelné i na poli mediálních a komunikačních studií. Na základě členské kategorizační analýzy je také možné rekonstruovat postoje k osobám, o kterých se mluví, ale i vzájemné vztahy mezi

805 Podrobněji viz kapitola 7.

806 Podrobněji viz např. Silverman (1998), Sacks (1992).

807 Jejich analýze se věnoval na začátku století tým lingvistů z Ústavu pro jazyk český Akademie věd ČR. Podrobněji viz např. Leudar, Nekvapil (1998).

808 Stejně jako není uváděna etnicita pachatelů národnosti české, moravské či slovenské.

mluvčími (ne/formální, pod/nadřízenost, přátelství apod.). Například z uvedeného přepisu části rozhovoru v tabulce 9 je nejen ze zvoleného pojmenování zřejmé, že status mluvčí A je vyšší než mluvčí B (jde o rozhovor matky s dcerou).

Na tomto místě skončím, ale ne docela. Konverzační analýzou jsem pouze završila výčet metod a technik výzkumu nejčastěji používaných v současných mediálních a kulturních studiích. Při vědecké práci ale ještě zbývá podělit se o výsledky výzkumů s širší (vědeckou) komunitou.

Před cílovou páskou: publikování závěrů výzkumu

10.

*„Nejprve řekni, co chceš říct, pak to řekni a pak řekni, že jsi to řekl.“
(parafrázováno podle přednášek prof. L. Rabušice)*

Žádný výzkum by nebyl úplný a přínosný, pokud by si jeho poznatky nechal badatel pouze pro sebe. To je samozřejmě banální tvrzení. Ne tak banální je ale zveřejňování výsledků výzkumné práce. Na rozdíl od kapitoly 3, která byla věnovaná počáteční přípravě a promýšlení výzkumných projektů, v poslední kapitole se zaměřím na závěrečnou fázi výzkumu, na publikování výsledků. K uveřejnění informací z výzkumu nebo o jeho dílčích výsledcích často dochází již v jeho průběhu.⁸⁰⁹ A naopak, a to je důležitější, ačkoli často mluvíme o psaní závěrečné zprávy, většinou neprobíhá až na závěr, ale provází značnou část výzkumného procesu, především u výzkumů kvalitativních. Ale i v případě, že budete psát opravdu až na závěr, neplatí, že již máte skoro hotovo. Nežádá se právě snaha o přesné formulace závěrečných zjištění jednou z nejtěžších (a právě proto je dobré s tím začít co nejdříve). Tato kapitola bude užitečná tedy především pro ty, kteří se svá zjištění chystají zveřejnit. Zároveň ale přináší i řadu pomůcek a postřehů, jak odhalit chyby a nedostatky ve výzkumech jiných, jaké otázky si při jejich čtení klást, jak je kriticky reflektovat, a případně i zpochybnit.

809 Výzkumníci se zkoumaných témat zpravidla nevzdávají tak snadno a věnují se jim dlouhodobě či se k nim s odstupem času vracejí. Publikace zjištění určitého projektu proto automaticky neznamená jeho ukončení.

Kvalitativní metodolog a výzkumník David Silverman (2000) doporučuje vést si po celou dobu realizace (kvalitativního) výzkumného projektu **deník výzkumu**. Uvádí pro to dva základní důvody: (1) výzkumník si tak vytváří databázi nápadů vztahujících se ke zkoumanému tématu, ze kterých je zřejmé, jak se uvažování o problému průběžně proměňovalo, a (2) zároveň má zpětně kontrolu, jak intenzivně na projektu pracoval a kolik času mu věnoval. Podstatné je zaznamenat si do deníku každý den něco (nebo se o to alespoň pokusit). To výzkumníka jednak nutí nepřestat o problému přemýšlet, ale také vytváří rutinní návyk psaní. Právě ten je často klíčový při komponování delších závěrečných výzkumných zpráv. Poznámkami v deníku mohou být komentáře ke čtené literatuře nebo výpisky doplňující výzkumné otázky, návrhy na postupy analýzy či interpretace dat, pokyny pro další postup při sběru dat a terénní záznamy z průběhu vedení rozhovoru nebo hustý popis pozorovaného jednání či odrážky nápadů z diskuse s kolegy o tématu nebo z konference, dále doplňující otázky, které se vynořují z dat, nebo hypotézy, jež je potřeba ověřit, případně úkoly vztahující se k dalšímu postupu analýzy, získávání související literatury nebo prezentačních schůzek projektu apod. Průběžně vedené záznamy lze následně využít i jako podklady pro tvorbu závěrečné zprávy. Záleží jen na tom, jak podrobné poznámky jsme si udělali. Čím důkladnější zápisy si vedeme, tím spíše je později využijeme, ale také si snáze vzpomeneme, co jsme poznámkou měli v dané chvíli na mysli.⁸¹⁰ Proto je vhodné zaznamenat také kontext a čas, kdy byla poznámka pořízena. Snáze využijeme poznámky v elektronické podobě, ale pro někoho může být mnohem příjemnější psát si výzkumný deník klasickým způsobem – ručně. S rozšířením různých informačně komunikačních technologií si však lze poznámky pořizovat i jako upomínky v telefonu nebo si je zaznamenat jako nahrávku apod. Mnohdy jde o okamžitý nápad, který pokud necháme zapadnout, už si na něj nevzpomeneme. Psaní (terénního) deníku pomáhá uvažovat a uspořádávat naše myšlenky o zkoumaném tématu. Navíc zkušenost říká, že jakmile začneme psát, je snazší pokračovat než začínat od nuly. A v neposlední řadě platí, že v kvalitativním paradigmatu je průběžné vedení záznamů považováno za jednu z integrálních součástí výzkumného procesu.

Než začneme s přípravou závěrečného textu, musíme si odpovědět na několik základních otázek charakterizujících hlavní rysy budoucího textu, především: Co je cílem textu? Podstatné je: (1) Komu je text určen:

810 Není vždy úplně snadné rekonstruovat myšlenku skrytou za kusou notickou na okraji vytištěných dat nebo rešeršovaného textu s tříměsíčním nebo tříletým časovým odstupem.

odborné, nebo laické veřejnosti? a (2) Jaký bude žánr textu? Obě otázky spolu úzce souvisejí. Především bychom měli mít představu o tom, jak poučený je čtenář o předmětu výzkumu, což určuje míru odbornosti či podrobnosti textu. A dále jaký formát má mít připravovaný výstup. Jedná se o závěrečnou zprávu pro komerčního zadavatele, který je s tématem obeznán jen okrajově, nebo mají na základě uvedených zjištění vytvořit praktický manuál či podklady pro další postup pracovního týmu, jež zná problém z praktické stránky, nebo píšeme popularizační článek pro laiky? Případně bude výstupem monografie článek pro odborné periodikum, nebo diplomová práce? Není výjimkou, když z projektu vzniká více výstupů různého tématu,⁸¹¹ rozsahu, stupně obecnosti i pro odlišné skupiny čtenářů.

Každý z formátů výstupu má svá specifika a své náležitosti, jimž je potřeba vyhovět⁸¹². Nebudu se systematicky věnovat návodu pro vytvoření jednotlivých z nich ani všem formálním náležitostem,⁸¹³ které mají splňovat. K tomu jsou určeny jiné tituly (např. Šanderová 2007, Meško, Katuščák, Findra 2006, Hasmanová, Hrešanová 2010, Hendl 2004, Hendl 2005, Eco 1997 atd.). Protože je celá publikace orientována spíše směrem k akademickému než komerčnímu výzkumu, ani zde tomu nebude jinak a závěrečné zprávy určené platícím klientům⁸¹⁴ ponechám zcela stranou.

811 Zastřešující téma výzkumu je samozřejmě všem společné, ale jednotlivé texty se mohou lišit v zaměření na dílčí řešené problémy, a tedy se navzájem tematicky odlišovat.

812 Publikování odborných textů podléhá určitým zásadám (které platí i pro generování tzv. spekulativních textů, nejen pro prezentaci empirických zjištění). Protože tato pravidla nejsou nikde kodifikována, pokud opomenou s tím související citační normy, je potřeba si je osvojit z jiných textů daného oboru (mezioborově se totiž liší). Základní pomůckou je čist a čist, až se pro vás prezentační styl a jazyk příslušného oboru stanou samozřejmostí.

813 Například abstrakt, klíčová slova, shrnutí v mezinárodním jazyce, seznam citované literatury apod. Různá periodika, vydavatelství i univerzity si stanoví vlastní formální kritéria nejen pro strukturu, ale i pro vizuální podobu odevzdávaných textů, která je nezbytné respektovat. K formálním aspektům patří i způsob psaní v první osobě jednotného nebo množného čísla (tzv. *plural majesticus*). V kvalitativních výzkumech vedených jedním výzkumníkem je obvyklejší psát v jednotném čísle a do značné míry se tento způsob prosazuje obecně, ale záleží na autorovi, pro co se rozhodne.

814 Specifikům jejich struktury se věnuje např. Řehák (1985). Doporučuje začít přehledem hlavních výsledků, následně je rozvést a připojit jejich zdůvodnění, pak prezentovat metodiku výzkumu a jeho teoretická východiska, případně zhodnocení výzkumu a další přílohy. Zároveň připojuje následující pokyny: zaměřit se na odpovědi na otázky uživatele a na fakta, která může využít v praxi; formulovat zprávu stručně a v přirozeném jazyce nebo jen s použitím obecně známých termínů; omezit technické a metodologické detaily (včetně popisu použitých analytických procedur); zaměřit se na oblast své kompetence a nezkreslovat skutečnost ani kvality výzkumu; pečlivě zpracovat tabulky a grafy. Upozorňuje také na to, že vědecky zajímavá zjištění nemusejí být příliš

Zaměřím se na výstupy odborné⁸¹⁵ a soustředím se na formální nedostatky, které zbytečně devalvují zajímavá zjištění a lze se jich pečlivou přípravou vyvarovat. Přeskočím ale rozvahy o tom, kde a jak výsledný text publikovat.

Základní strukturu odborné **závěrečné výzkumné zprávy**⁸¹⁶ lze nejnázat ukázat na časopisecké stati.⁸¹⁷ Byť se svým rozsahem jedná o kratší a omezený formát výstupu, obsahuje všechny základní náležitosti nezbytné i pro ostatní typy zpráv.⁸¹⁸ Ačkoli se stati z kvantitativních a kvalitativních výzkumů odlišují, do značné míry jsou si strukturou podobné. Značná část vědecké komunity je přesvědčena, že dodržování určité struktury textu zjednodušuje vyhledávání informací a je příznivé pro jejich čtenáře, kteří tomuto schématu uvykli. Nejrozšířenější struktura, označovaná jako „lineárně analytická“, kopíruje postup práce výzkumníka na projektu.⁸¹⁹

Základní prvky vědecké stati tvoří: cíle a východiska, metodika výzkumu, poznatky a závěry,⁸²⁰ její strukturu lze schematizovat následovně:

1. vstupní část – stanovení výzkumného problému, vymezení cílů projektu a textu základní výzkumná otázka, odvozené výzkumné otázky, případně kontext výzkumu a motivace výzkumníka k jeho realizaci (popřípadě kritická sebereflexe, vyjádření postojů výzkumníka k tématu);
2. teoretická část – východiska práce a základní použité teoretické koncepty, přehled aktuálního stavu řešení problému, hypotézy a jejich operacionalizace, pokud s nimi výzkum pracuje;

relevantní z hlediska praxe uživatele, a je tedy třeba uvážit, jaká míra podrobnosti a odborných detailů je pro zprávu únosná.

815 Pokusím se zprostředkovat postřehy, které mi poskytla pedagogická práce.

816 Pro zjednodušení budu dále v této kapitole o všech uvedených typech odborných výstupů mluvit jako o závěrečné výzkumné zprávě.

817 Časopisecké články se zpravidla rozdělují na přehledové stati, které přinášejí rešerše literatury k určitému tématu nebo výzkumné otázce, a původní stati prezentující výsledky realizovaných výzkumných šetření.

818 Ve srovnání s jinými, například monografií, se časopisecká stať bude lišit v míře podrobnosti jednotlivých částí, např. teoretická expozice zde bývá stručnější, neobsahuje vysvětlení základních konceptů oboru a text se soustředí na zodpovězení výzkumných otázek a diskusi výsledků.

819 Dalšími postupy jsou např. komparativní struktura (u studií založených a srovnání případů), chronologická struktura (při analýze průběhu dějů, kopíruje jejich vývojové fáze), inverzní struktura (záměrně zařazuje výsledky na začátek textu). Podrobněji viz např. Hendl (2005).

820 Srov. Punch (2008), který upozorňuje na rozdíl mezi výsledky (shrnutí) a závěry výzkumu. Zatímco výsledky jsou jednoznačně identifikovatelné v datech, závěry jsou logicky vyvoditelné z výsledků a zahrnují větší míru abstrakce a větší obecnost.

3. metodika – průběh šetření a výzkumná strategie (popřípadě důvody jejich změn oproti plánu), údaje o výběru (vzorku) zkoumané populace a použitých metodách sběru a analýzy dat, za jakých podmínek: kdy, kde, jak a kým byla data sebrána (a jaká to znamená omezení) a jakými postupy analyzována;⁸²¹ uvedeny mohou být i nezdary a úskalí při vedení projektu, případně informace o realizačním týmu nebo osobní sebereflexe výzkumníka, harmonogram řešení projektu a jeho etické aspekty;
4. analytická část – popis a rozbor empirických dat, prezentace výsledků, zodpovězení dílčích výzkumných otázek, zhodnocení platnosti testovaných hypotéz;
5. interpretační část⁸²² – vysvětlení získaných výsledků a jejich diskuse, zhodnocení kvality realizace výzkumu a jeho slabín včetně omezení daných výběrem vzorku a použitými metodami zkoumání,⁸²³ posouzení výpovědní hodnoty poznatků a jejich širší platnosti (nakolik je možné je vztáhnout k celé cílové populaci nebo šířeji zobecnit),⁸²⁴ případně navržení doporučení, praktických opatření, změn apod.⁸²⁵;
6. závěr – uvádí ve zhuštěné podobě všechny podstatné informace o celém projektu,⁸²⁶ provádí zhodnocení výsledků vzhledem k cílům výzkumu, zamýšlí se nad novými otázkami, které výzkum přinesl, a oblastmi, na něž je dále možné/nutné se zaměřit, rekapituluje přínos studie pro obor;
7. seznam citované literatury podle zvolené citační normy;
8. přílohy.

821 Plné znění výzkumného nástroje nebo podklady pro sběr dat a podrobnější analytické výstupy mohou být zařazeny v přílohách textu, stejně jako přepisy dat apod.

822 V kvalitativních výzkumech se analytická a interpretační část prolínají, může tomu tak být i ve zprávách z kvantitativních šetření, ale mělo by být zřejmé, co jsou závěry odvozené z dat a co výzkumníkova interpretace.

823 Reflexi slabín použitých výzkumných metod označujeme jako metodologickou skepsi.

824 Nemá smysl vyvozovat více závěrů, než pro jaké máte data; snažte se ale formulovat alternativní vysvětlení a vést nad nimi diskusi.

825 V úvodních kapitolách jsem několikrát odkazovala na Weberův koncept nehodnotící vědy a zdůrazňovala, že hodnotící vyjádření do vědy nepatří. Interpretační část textu je určitou výjimkou a dává prostor ke zhodnocení získaných výsledků. Výzkumník by si však měl být uvedeného hodnocení vědom a svoji pozici reflektovat.

826 To znamená znovu zopakovat základní parametry celého výzkumného projektu a klíčová zjištění. Není výjimkou, když někteří čtenáři čtou jen úvod a závěr a teprve podle toho, nakolik je považují za přínosné, se rozhodují, zda si text přečtou celý. Závěr je potřeba odlišit od shrnutí, které sumarizuje výsledky empirické části práce; respektive shrnující část může být na konci každé kapitoly. Shrnutí nenahrazuje závěr.

Rozsah výstupů je zpravidla předem stanovený a často výrazně omezený.⁸²⁷ Umět formulovat podstatu problému ve vymezeném prostoru je proto zcela zásadní dovednost.⁸²⁸ Je obvyklé, že se do jednoho výstupu z výzkumného projektu nevtěsnají údaje o veškerých datech, o všech provedených analýzách ani všechna zjištění. Především kratší časopisecké výstupy jsou věnovány dílčím výzkumným problémům nebo třeba jen několika ze souboru výzkumných otázek. Nemělo by proto být překvapivé, že obsah výzkumné zprávy přesně nekopíruje postup získávání poznatků při analýze dat ani pořadí jednotlivých otázek v dotazníku⁸²⁹ nebo chronologický průběh zúčastněného pozorování. Obsah textu je určen logikou návaznosti odpovídání na otázky, které si autor v úvodu klade za cíl zodpovědět. Z tohoto pohledu lze na vznikající text nahlížet jako na příběh, který má svou zápletku, místo děje, postupy řešení i rozuzlení. Úkolem je tento příběh srozumitelně převyprávět čtenářům. Jde o to, propojit text pomyslnou červenou nití výkladové linie, jinak zůstává spíše souborem ne zcela propojených poznámek. Vytvořit příběh ale neznamená převyprávět, co vše dělal výzkumník s daty.⁸³⁰ Podrobněji se nepopisují ani standardně používané výzkumné metody a postupy analýzy dat.⁸³¹ Jiným případem je ale informování o úskalích s realizací projektu, například o nezdarech při sběru dat (např. kontaktování informantů v terénu) nebo nevhodně zvolených výzkumných postupech apod. Ta jsou naopak podstatnou a ceněnou součástí zprávy, neboť mohou sloužit jako upozornění pro další badatele, na co si dát pozor.

Většina příběhů je vyprávěna podle poměrně jednoduché hlavní linie a obsahuje jednou větou vyjádřitelné poučení. V dobrém odborném textu by tomu mělo být podobně. Základ textu by měla tvořit poměrně

827 To platí nejen pro odborné časopisecké stati, ale i pro diplomové práce; výjimkou jsou v tomto směru pouze monografie, ale ani zde to neplatí zcela.

828 Tuto kompetenci využijete při prezentaci výzkumu, např. na konferencích, kde se délka příspěvků pohybuje od 12 do 25 min., nebo při obhajobě apod.

829 Takové pořadí prezentace výsledků je naopak časté u komerčních výstupů.

830 S biografickými postupy líčení průběhu výzkumu se setkáte v některých textech feministické kritiky nebo v etnografii (viz kapitoly 7 a 9.1), ale obecně nejsou příliš preferované. Silverman (2005) připouští, aby ve zprávách o kvalitativním výzkumu badatel uváděl i osobní kontext průběhu výzkumu a psal i o úspěších a chybách, kterých se dopustil, ovšem s patřičnou mírou sebekritiky. Primárním cílem odborného textu není informovat o soukromých obtížích badatele při práci na projektu, ale o dosažených zjištěních. V případě, že chce autor text oživit, je k tomu prostor v úvodu. Zkoumaný problém zde může být uveden praktickým příkladem, úsměvnou historkou nebo osobní motivací badatele k jeho výběru apod.

831 Předpokládá se, že poučeným čtenářům je postup jasný z označení metody a odkazů na autory, již s ní pracují, a ti neznají že si informace vyhledají v citované literatuře.

stručná teze, sdělení, které chce autor komunikovat a které by si měl čtenář zapamatovat. Jakkoli to zní jednoduše, opak je pravdou. Pro badatele ponořeného do tématu je často vše tak důležité, že text zahltí detaily, mezi nimiž to podstatné zanikne.⁸³² Ačkoli můžete mít dojem, že vše uvedené je důležité, čtenáře takový text velmi pravděpodobně odradí. S výjimkou obsáhlých monografií nikdy nelze popsat všechna data a všechna zjištění v jednom textu. Naopak obsah jedné časopisecké studie je spíše špičkou ledovce provedené analytické práce. Proto je potřeba si při přípravě textu téma rozvrhnout do dílčích částí, které budou tvořit samostatné, relativně kompaktní tematické kapitoly.

Každému vyhovuje jiný styl psaní. Někdo je dlouho odkládá, tzv. nosí text v hlavě, a pak jej napíše takříkajíc z jedné vody na čisto, jiný jej skládá z kratších a delších pasáží napsaných v průběhu realizace celého projektu. Dalšímu pomáhá představa budoucího laického čtenáře, který o tématu ví mnohonásobně méně než výzkumník a je mu potřeba vše postupně vysvětlit. Nikdy nelze spoléhat na to, že si něco domyslí; texty, jež obsahují autorem zamlčené předpoklady, zpravidla nejsou čtenářsky přívětivé. Někomu vyhovuje psát chronologicky, jinému rozepsat více kapitol a pracovat na nich souběžně či na přeskáčku. Jedním z doporučených postupů je postupné naplňování osnovy. Autor začíná od nástinu obsahu jednotlivých kapitol a podkapitol textu, následně formuluje stěžejní teze jednotlivých z nich a pak je postupně rozepisuje. Důležité je udržet relativně jednoduchou linii a neodchylovat se příliš od hlavního tématu kapitoly. Doplnující údaje je možné připojit do poznámky pod čarou, ostatně právě k tomu slouží poznámkový aparát. Udržením tohoto postupu se současně vyhnete opakování témat a nebudete o jedné věci mluvit na několika různých místech práce. Není na škodu si ke každému celku poznamenat, čemu se zde chceme věnovat, proč je to důležité a jak to souvisí se stanoveným cílem práce i dříve uvedenými údaji. Podobně v závěru pasáže shrneme, co bylo její hlavní náplní, proč jsme se tomu věnovali a k jakému problému se posuneme dále. Tyto průvodní věty jsou přínosné především pro čtenáře, kterému pomáhají se snáze orientovat nejen v textu, ale i v celém výzkumu.

V průběhu psaní závěrečné zprávy se výzkumník může nechat vést otázkami, jež si při čtení textu budou klást jeho čtenáři. Jedná se o otázky

832 Řehák (1985: 645) důrazně upozorňuje nepodléhat pokušení: „ukázat, jaké množství práce bylo nutno na úkolu udělat, jaké úsilí bylo nutno překonávat, jak poctivě a podrobně byla prováděna analýza.“

hodnotící kvalitu realizovaného výzkumu.⁸³³ Mohou to být například následující:

- ▶ Vzhledem ke zkoumanému problému, stanoveným cílům výzkumu a výzkumným otázkám: Nakolik je téma aktuální a neprozkoumané? Jedná se o teoretický, nebo praktický problém? Jaké základní otázky si výzkum klade (a nepřehlídí nějaké podstatné)? Jsou stanovené cíle realizovatelné?
- ▶ Vzhledem k teoretickým východiskům výzkumu: Byly použity adekvátní teoretické koncepty a jsou popsány dostatečně? Bylo možné použít jiné přístupy a teorie? Vysvětluje autor/ka, proč zvolil právě tyto? Je zřejmé, z čeho byly odvozeny hypotézy? Vymezuje autor/ka dostatečně termíny, s nimiž bude pracovat? Byly vzhledem k uvedenému teoretickému rámci použity adekvátní výzkumné metody?
- ▶ Vzhledem k volbě cílové populace a výběru zkoumaného vzorku: Je specifikována cílová populace a je vzhledem ke zkoumanému problému relevantní? Byl zvolen dostatečně velký vzorek? Je výzkum koncipován jako reprezentativní? Byl vybrán odpovídajícím způsobem? Jaké jiné postupy mohly být použity a nebyly? Jakým obtížím čelil výzkumník při výběru vzorku?
- ▶ Vzhledem ke zvolené strategii výzkumu: Je výzkum interdisciplinární, nahlíží problémy více přístupů? Je výzkumná strategie popsána dostatečně, aby ji bylo možné v případě potřeby replikovat? Odůvodnil autor/ka dostatečně zvolenou strategii? Odpovídá navržený design výzkumu stanoveným cílům? Je navržený postup řešení problému inovativní (byl výzkum řešen standardními postupy, nebo navrhuje nové výzkumné postupy pro sběr či zpracování dat)? Byla provedena triangulace? Jak byl výzkum časově a finančně náročný? Přinesl zjištění, která odpovídají vynaloženým nákladům?
- ▶ Vzhledem k užitým postupům sběru a analýzy dat: Jaký byl základní použitý výzkumný nástroj? Byl dostatečně popsán postup sběru dat (kdo, kdy, kde, kontext apod.)? Byl sběr dat dokumentován a proběhla jeho kontrola? Byly použity adekvátní postupy sběru dat? Jakým obtížím čelil výzkumník při sběru dat? Jsou uvedena omezení užitá výzkumné strategie? Jaké kroky byly provedeny k minimalizaci počtu nespolupracujících respondentů? Byly otázky kladené respondentům

833 Ochrana (2009) uvádí tři klíčové oblasti pro hodnocení výzkumů: (1) validita a reliabilita dat a důvěryhodnost vyvozených závěrů; (2) vhodnost výzkumného procesu, jímž byla teorie vytvořena nebo testována; (3) empirické zakotvení závěrů výzkumu (nakolik závěry vycházejí z empirie). Dále viz např. Silverman (2005).

formulovány jasně a korektně? Jaká data se nepodařilo získat? Nakolik jsou získaná data validní a reliabilní? Jak přesně je popsán datový soubor a další materiály, s kterými výzkumník pracoval? Jsou data uvedena v přílohách nebo jsou dostupná k nahlédnutí? Jaké další výzkumné oblasti by bylo možné z dat pokrýt? Splňuje výzkum kritéria intersubjektivit a metodologické standardy práce v daném oboru? Není výzkum eklektický⁸³⁴?

- ▶ Jsou výsledky prezentovány přehledně (jsou použité tabulky a grafy srozumitelné, mají vhodně zvolené a dobře popsané osy, jsou uvedeny jednotky, ve kterých jsou data, apod.)? Jsou popsány výsledky jednotlivých analytických procedur? Byly provedeny potřebné analýzy? Jaké jiné postupy mohly být využity? Jsou diskutovány alternativní postupy analýzy? Byla data analyzována do hloubky a komplexně? Jsou zhodnoceny všechny v úvodu testované hypotézy? Je uvedena míra statistické významnosti, interval spolehlivosti provedených analýz? Jsou použité tabulky, grafy, nákresy, modely přehledné, jasné a dobře popsané? Jsou prezentované výsledky důvěryhodné? Korespondují výsledky s jinými zdroji dat, dalšími znalostmi oboru? Je zřejmé, jak výsledky rozšiřují dosavadní poznatky oboru? Jsou výsledky provázány s poznatky uvedenými v teoretické části? Poskytují zjištění výzkumu praktické návody pro jednání v reálném světě?
- ▶ Vzhledem k interpretacím a závěrům výzkumu: Jsou uvedené interpretace datově podložené? Jsou uvedena i alternativní vysvětlení? Jsou závěrečná zjištění podrobena diskusi? Na jak širokou populaci je možné zobecnit závěry výzkumu, nebo vypovídají pouze o zkoumaných jednotkách/jedincích? Jaká jsou omezení aplikace výsledků? Reflektuje autor/ka validitu a reliabilitu výzkumu, reflektuje slabiny výzkumu? Reflektuje vlastní pozici jako výzkumníka a vlastní vliv na průběh výzkumu? Jsou zmíněny etické otázky výzkumu?
- ▶ Nakolik uvedené závěry odpovídají cílům výzkumu? Byly naplněny všechny stanovené cíle (nebo byly cíle v průběhu přeformulovány)? Je zdůvodněno, proč některé cíle nebyly splněny? Byly jednotlivé výzkumné otázky zodpovězeny dostatečně, jaké zůstaly nezodpovězeny? Jaké nové otázky a oblasti zkoumání výzkum přinesl? Jak výzkum přispěl k rozvoji daného vědního oboru?

834 To znamená, že si výzkumník pro podpoření svých argumentů vybírá nesystematicky a nekriticky jakékoli údaje (data či teorie) z různých konceptů a přístupů, které vyhovují jeho argumentaci. Podrobněji viz např. Vodáková, Petrusek (1996).

- ▶ Vzhledem k závěrečné zprávě: Jak podrobná a přehledná je zpráva? Jedná se o koherentní text? Shrnuje hlavní poznatky? Je po odborné stránce pro čtenáře dobře přístupný? Jsou všechny uvedené informace relevantní zkoumanému tématu?
- ▶ Jsou uvedeny všechny citace použité literatury a ve správném formátu? Jsou jednoznačně identifikovatelné převzaté nebo parafrázované pasáže a vlastní text autora/ky?
- ▶ Jaká je formální úprava textu? Je jazyková stránka práce odpovídající (odpovídají použité obraty odbornému textu)? Nejsou v práci gramatické chyby (apod.)?⁸³⁵

Před publikací prochází výrazná většina textů recenzním řízením, v němž si hodnotitelé kladou tyto a podobné otázky.⁸³⁶ Jejich zohledněním lze předejít kritice vaší práce z pozice posuzovatele. Samotný výzkum již nezbavíte chyb, kterých jste se dopustili, ale jejich přiznání je ve vědecké komunitě považováno za korektní a standardní postup.⁸³⁷

Ačkoli jsem na začátku uvedla, že závěrečné výzkumné zprávy z kvantitativních a kvalitativních výzkumů mají mnoho společného, mají také svá specifika. Zprávy z kvalitativních výzkumů jsou většinou méně strukturované, ale záleží to na konkrétním zvoleném přístupu. Nyní se krátce zaměřím na výstupy z kvantitativních šetření.

Především je nutné pečlivě vážit množství dat, která budou v textu prezentována, aby mezi detaily nezanikla podstatná zjištění výzkumu. Nemá smysl popisovat veškeré provedené analytické procedury ani vkládat tabulky se všemi daty, s nimiž jsme pracovali. Je čistě v kompetenci výzkumníka a vyžaduje to určitou odbornou erudici, odfiltrovat okrajová zjištění a naopak zdůraznit to, co je v datech podstatné a na co by se měl čtenář zaměřit. Proto i když využíváme grafická zobrazení, například tabulku nebo graf, nepopisujeme všechny údaje, ale pouze ty podstatné, ty, které vysvětlují například vztah zkoumaných proměnných nebo se

835 Také proto je vhodné požádat o pročetí textu někoho jiného. Přitom základní jazykovou korekturu může udělat i osoba mimo odborný diskurz.

836 Srov. otázky, které uvádí *National Concil on Public Polls* k hodnocení kvality výzkumů veřejného mínění Gawiser, Witt (nedatováno), Krejčí (2004).

837 Podobná kritéria jsou aplikována oponenty na hodnocení diplomových prací. Jsou jimi například: přesné vymezení výzkumného problému a formulace cílů práce; znalost odborné literatury relevantní k tématu práce a schopnost kritické práce se zdroji; navržení, zdůvodnění a aplikace odpovídajících výzkumných metod; dostatečná analýza problému, propojení teoretické a analytické části práce; přehledná prezentace výsledků a ucelená formulace závěrů bez spekulací; logická výstavba textu, jeho jazyková úroveň a formální zpracování; správná forma odkazů na použité zdroje a další v návaznosti na různé obory.

vztahují k testovaným hypotézám apod.⁸³⁸ Ani při rozboru odpovědí na jednotlivé otázky dotazníky nevypisujeme procentuální rozložení všech odpovědí, ale soustředíme se na ty varianty, které nesou důležitou informaci a s nimiž budeme dále pracovat a budou součástí širší interpretace. Podobně je ve většině případů v sociálních vědách zcela zbytečné pracovat s přesností na dvě a více desetinných míst.⁸³⁹ Údaje v tabulkách mohou být přesnější, ale v samotném textu většinou zaokrouhlujeme na celá čísla. Přestože popisujeme číselné údaje, je čtivější využívat slovních označení, jako jsou většina, třetina, přibližně čtvrtina, necelá polovina apod., a číselný údaj uvést za tímto označením v závorce⁸⁴⁰; větu nezačínáme číslovkou (ani ukazovacím zájmenem).

Zvláštní pozornost je třeba věnovat úpravě tabulek a grafů. Tyto grafické prvky, jakkoli jsou ilustračním doplňkem textu, musejí být čitelné a pochopitelné i samostatně. Ale platí to také obráceně, vyjmutí tabulky nesmí ovlivnit výpovědní hodnotu textu a možnost jeho pochopení. Každý vložený objekt musí mít svůj popis, jehož součástí je i číslování. Je na výzkumníkovi, zda zvolí tabulku, nebo graf; použití obou variant u téhož případu není příliš obvyklé. Tabulka musí být uspořádána tak, aby čtenáři usnadňovala orientaci⁸⁴¹ a podstatné výsledky byly na první pohled patrné; musí být zřejmé, v jakých jednotkách jsou uvedena data, apod. Pokud v textu odkazujete na graf/tabulku, mělo by být uvedené její číslo, zároveň je umísťujeme co nejlíže k pasáži, ke které se vztahuje, ale tak, aby tzv. nepřetékala (nebyla rozdělena koncem strany na dva listy). Na rozdíl od samotného textu, pokud chceme doplnit k tabulce poznámku, zpravidla se umísťuje přímo pod tabulku, a ne až do poznámkového aparátu na konci stránky nebo kapitoly. Textové tabulky jsou často součástí i zpráv z kvalitativních šetření, kde slouží především k přehlednému shrnutí již uvedeného. Často jsou takové tabulky informativnější než zdlouhavý text vypisující stejné údaje; zároveň jsou přínosné pro čtenáře, neboť mu poskytují stručný přehled textu. U grafů je důležitá volba

838 Stejně jako do dotazníku nepatří pro výzkum okrajové otázky (i když by nás zajímaly jejich odpovědi), do textu nepatří tabulky a grafy se zajímavými údaji, jež ale nesouvisejí s výzkumným problémem a tématem stati.

839 Směrodatná chyba analyzovaných dat, se kterými pracujeme, je většinou tak velká, že desetiny nehrají roli. „Pseudopřesnost ničemu nepomůže, svádí pouze k interpretaci statisticky i obsahově naprosto nevýznamných rozdílů,“ píše Řehák (1985: 653).

840 Údaje o procentuálním rozložení píšeme s mezerou mezi číslovkou a značkou procent (13 % znamená třináct procent, záznam bez mezery má odlišný význam, 13% znamená třináctiprocentní).

841 Rychlou a snadnou orientaci čtenáře v tabulkách a grafech lze nejspíše ověřit přímo konzultací se zástupcem cílové skupiny.

adekvátní formální podoby a jeho formátu (velikosti, stupnice obou os, použitých čar a barev, pozadí grafu, velikosti písma legendy apod.), který v jedné stati neměníme.⁸⁴² Především volba vhodné stupnice obou os je velmi podstatná; jednak má odpovídat zobrazeným údajům, jednak by měla napomáhat srovnání údajů,⁸⁴³ pokud je vedle sebe zobrazeno více grafů s podobnou tematikou.⁸⁴⁴ Prostřednictvím vizuálního zobrazení (např. použitím odlišných měřítek os dvou sousedících grafů) lze snadno vytvořit zcela zavádějící dojem.⁸⁴⁵ Na úkor originality volíme spíše standardně používané sloupcové, čárové, výsečové či koláčové grafy, s nimiž je čtenář obeznámen a rychle se v nich zorientuje. Použití neobvyklého formátu grafu může být v textu oživující, ale zároveň může přispět k jeho nejasnosti a nepřesnému čtení. Střídmí jsme i při volbě barevnosti jednotlivých polí. To platí i pro další využívané formy vizuální reprezentace, nákresy, mapky, modely či schémata, které jsou výsledkem abstrakce analýzy dat a měly by být pochopitelné jak samostatně, tak by text měl být srozumitelný i při jejich vypuštění.

Podstatnou roli přijetí textu vědeckou komunitou hraje i jazyk textu a vhodná stylistika. V odborném textu je potřeba volit odpovídající pojmenování, vyjasnit používané termíny a neuchylovat se k hovorovým obrátům nebo novinářským klišé⁸⁴⁶ a hovorovým frázím ani neskouzávat k publicistickému stylu. To ale neznamená, že text musí být nezáživný a stylisticky nezajímavý. Naopak není výjimkou, když se dobře napsané odborné texty stanou i veřejně přijatými bestselery (namátkou např. Millsova *Mocenská elita /1966/* nebo Bobos Davida Brookse /2001/).

842 Většina odborných časopisů má předem stanovená pravidla pro formální podobu používaných tabulek a grafů, ale jejich výsledná úprava a srozumitelnost je úkolem autora. Stejně tak je v jeho kompetenci závěrečná jazyková korektura.

843 Podstatou grafů je napomáhat srovnávání statistických údajů prostřednictvím ilustrace rozdílů délek, ploch či vzdáleností, které odpovídají numerickým poměrům v datech.

844 Někdy se z důvodu úspory prostoru používají grafy, které obsahují dvě odlišné osy y (liší se stupnice vpravo a vlevo), ne vždy jsou zdařilé, přehledné a technicky správné, proto je jejich přípravě potřeba věnovat zvýšenou pozornost nebo zařadit dva samostatné menší grafy. Ale i u jednoho grafu je nezbytné dodržovat přesné měřítko zvolené stupnice osy grafu. Pokud je v datech např. „výpadek“; prezentujete data z roku 1993, 1996, 1999, 2005, 2008, nelze údaje zařadit plynule za sebe a mezi roky 1999 a 2005 musí být odpovídající odstup, případně je možné použít značku přerušení osy, která naznačí nepravidelnost v zobrazené posloupnosti, apod.

845 Což někdy záměrně využívají například komerční tiskové zprávy apod.

846 S tím souvisí i neskouzávat k publicistickému nebo vyprávěcímu stylu. Nejedná se ani o esej, ani o referát nebo informační brožurku, natož o populárně naučný článek. Taktéž bakalářská i magisterská diplomová práce jsou typem odborného žánru, který má své náležitosti. Především klade standardní nároky na práci s literaturou, dodržování v daném oboru doporučené formy citací a odkazů na zdroje, z nichž autor čerpal.

Je vhodné soustředit se i na vynechání tzv. vatových slov (např. „tedy, tak, prostě, jako“) nebo delších opisných formulací, které lze vyjádřit jednodušeji. Pro úpravu jazykové stránky textu pomáhá přečíst si jej nahlas. V neposlední řadě je potřeba zvolit vhodný titulek textu a jednotlivé mezititulky, přesně vystihující obsah dané pasáže. Špatně zvolený název textu má často za následek, že se nedostane k odpovídajícím čtenářům. Pro odborné texty platí, že titulky jsou formulovány seriózně, nikoli senzačně. Text strukturovaný do kratších úseků se většinou čte lépe, na druhé straně ale nemá smysl jej dělit do odstavců s několika větami. Podobně je vhodnější psát v kratších větách a neformulovat složitá souvětí. Dobrým vodítkem je rada: jedna věta – jedna myšlenka. Vhodnější je používat slovesný čas činný („Sběr dat provedla firma...“) než trpný.

Obecně je vhodnější začít psát co nejdříve než je dlouze odkládat, a to i v případě, že první verzi textu nakonec vůbec nepoužijeme. Při psaní se tříbí nejen výzkumnické úvahy o tématu, ale i vhodná pojmenování zkoumaného problému a jednotlivých proměnných a kategorií, se kterými pracujeme. Často zjistíme, že nápady, jež máme v hlavě, se přerodí v koncepty až ve chvíli, kdy se je podaří formulovat do vět. Snaha je sdělit je současně testem, nakolik již problému rozumíme a zda jsme schopni jej konzistentně a koherentně vyjádřit. Je zcela obvyklé, že k publikaci je určena až třetí či čtvrtá verze textu. Platí přibližně následující posloupnost. První verze je považována za hrubou a autor ji po napsání sám po sobě reviduje a přepisuje. S druhou verzí osloví kolegy, spolupracovníky či přátele, aby si ji přečetli⁸⁴⁷ a upozornili jej na nedostatky, nepřesnosti, argumentační mezery, nesrozumitelné nebo nedostatečně podrobné pasáže. Teprve po jejich odstranění vzniká text, který je možný zveřejnit. V případě, že výtky (např. po recenzním časopiseckém řízení) jsou zásadnějšího rázu a vyžadují podstatnější úpravy, je vždy vhodnější napsat celý text nebo problematické pasáže zcela znovu než přepisovat původní verzi textu. Výsledná kvalita zprávy je zpravidla určena jeho celkovým rámcem a ten se při provádění pouze částečných úprav nemění. Ačkoli to zpočátku vypadá příliš náročně, je lepší pokusit se vystavět celou argumentaci znovu od začátku, protože dílčími změnami celkovou koncepci stati nevylepšíme.

Doporučuji však ještě jeden krok. Většina autorů není schopna kritické reflexe vlastního textu ve chvíli, kdy na něm delší dobu systematicky

847 I když žádáme o zpětnou vazbu přátele, je slušností jim text předat po alespoň základní jazykové korektuře (překlepy a gramatické chyby kazí nejen dojem, ale odvádějí i pozornost čtenáře od tématu).

pracuje. Dostaví se tzv. autorská slepota⁸⁴⁸ a není výjimkou, když autor zná text již tak dobře, že v něm není schopen identifikovat ani překlepy či gramatické chyby. Každý autor ale dokáže být kritický ke svému textu s určitým časovým odstupem. Proto je dobré práci na textu na nějakou dobu přerušit. Přitom platí čím déle tím lépe, tedy minimálně čtrnáct dnů, a v mezičase se věnovat něčemu zcela odlišnému a na text nemyslet. To samozřejmě předpokládá dobrou časovou rozvahu, ve které je na podobnou přestávku dostatečná rezerva. Teprve následně s provětranou hlavou a větším odstupem text upravíme do finální podoby a pošleme do světa. Hodně zdarů.

848 Ta může mít také podobu přesvědčení o výjimečnosti vlastního textu. Není neobvyklé (ale spíše pravidlem), když se při práci na dlouhodobém projektu naopak dostaví pocit přesytení či znechucení tématem. I v takovém případě je na místě změnit činnost a nechat dané téma odležet.

Media studies methodology and research

Communication is one of the most important areas of everyday life not only on individual but on institutional, societal and cultural level as well. It requires a combination of micro – and macro – perspectives of exploration to understand media communication in the age of late modernity. Media studies and communication studies are the key scientific disciplines focused on that topic. In this field of study a combination of various approaches and research perspectives is fruitful.

Habermas [1972] identified three traditions of knowledge: i) empirical-social science, ii) interpretive approaches and iii) critical theory. The first one is characterized by inspiration from the natural sciences and their methodology with emphasis on observation, experiment, quantification and statistical analysis. On the contrary interpretive approach emphasizes on the difference between the human (social) world and nature, and consequently stresses the necessity of specific social sciences methodology helping to uncover how social actors behave and what are their motives for it. Therefore, qualitative research methods including ethnography are dominant in this paradigm. The third critical tradition connects more neo-marxism schools (eg critical theory of the Frankfurt School, feminist theories as well as British cultural studies, etc.) that seek to reveal the ideological background of the function of contemporary societies and to highlight different types of masked social inequalities. Its specificity is not so much in the methods of research, which include both previously mentioned options, but at an approach to the studied problems, asked questions and targets of exploration. These three streams of knowledge can be seen in the foundation of media studies too. Most of the issues relating to communication and media are appropriately dealt with through a combination (triangulation) of research techniques and approaches. It does not mean eclecticism but interdisciplinarity.

Various traditional humanities and social sciences meet in the field of communication, media and cultural studies. They vary in the point of view of media, ask different questions and use diverse methods of research. Their mutual enrichment is a great source of dynamics of research in this field and helps to understand the communication within a broader social and cultural frame and reveal the principles of its functions on the level of supraindividual institutions and how they are created and repetitively set up in everyday interactions of individuals. An interdisciplinary approach to media communication is not only beneficial for the development of this discipline but also necessary for understanding a phenomena that in the last fifty years has become part of everyday life of all members of (at least western) society.

Between the diverse theories of several traditional disciplines and schools which can be used when studying media and their roles in contemporary societies sociology has its privileged position. Not only according to my opinion, the key historical source of media studies is the sociology of communication developed since the first half of the 20th century, especially the theory of mass media communication.

The first academic studies of the mass media were done nearly a century ago precisely in this field. One of the key pioneers of this discipline Paul Felix Lazarsfeld founded *Bureau of Applied Social Research* in 1941. He and his team examined media effects here with the help of sociological methods, mostly according to neo-positivist quantitative methodologies. Lazarsfeld is now regarded not only as the one who developed the practice of public opinion research, by proposing a number of methods still in use e.g. diverse sampling procedures and management of the research, but as the founder of sociology of mass media as well. Secondly, a number of topics that belongs to the key areas of interest of media studies are inherently sociological, at random categories such as power, inequality, ideology, institutions, professionalism, gender, social interaction, language, everyday life and others. Last but not least I am convinced that it is not possible to adequately understand and explain the processes of the media in contemporary society without having a thorough knowledge of society itself at the same time. To research and understand (media) communication inevitably involves studying the culture and institutions in which it occurs and wide spectra of interconnected meanings as well.

The interdisciplinary character of media studies is probably one of the reasons why defining this field is difficult. The situation is even more complicated due to the fact that even the members of the community researching in this field themselves do not define it the same way. For

example, communication studies is a fundamental discipline at many universities in the world and the study of media communication is one of the topics it covers. However, at other universities media studies is a distinctive discipline which only shares part of its research interest with a communication studies and several other much more specified and younger disciplines such as audience studies, television studies or comics studies. From an outsider's point of view it may look like a lack of identity or a crisis of this discipline. However, the opportunity to use diverse theoretical perspectives and research tools is seen as a great advantage by scientists working in this field.

Great diversification is typical for the development of science in general, and many new fields of study have been established during the last thirty years. This is true not only for the humanities and social sciences but for natural sciences as well. With the enormous increase of knowledge in the last decades it is no longer possible to be an expert at, for example, English literature or Physics, but it is necessary to specialize. Media studies does not belong to the youngest disciplines nowadays, and it is already an established social science in the academic world. Several sub disciplines have split from this field of research in recent years, such as audience studies, cyber anthropology, new media studies, comics studies and production studies belong to the newest ones. Beside this, there are several border disciplines such as marketing or public relations which also deal with media and communication topics.

To establish a new discipline takes time, because it must be accepted by the broader scientific community. Every science is defined by three key stones: subject of the study, theory and specialist methodology realized in empirical research. Fundamental is, what defines these disciplines (media studies, communication studies and cultural studies). It is not a single embracing theory but a way of approaching the subject.⁸⁴⁹ Another criteria that must be fulfilled when establishing a new area of study is printing a specialized periodical and to accredit the discipline as a master degree study program at the universities. Although media studies is a relatively young field of science in the Czech Republic, its history goes back to the beginning of nineties only, it is institutionalized already. The position of cultural and communication studies is not that evident as they are much younger in this context and have not been fully accepted yet. Cultural studies which directly follows the tradition of research centre in Birmingham established in 70es focused on criti-

849 Compare Gauntlett [1997].

cal analysis of ideology, social inequality and power is still mistakenly confused with art-history study of art pieces by many. Communication studies is overlapping with linguistic and Czech studies traditions of language study in the Czech Republic.

Media Studies is developed at Charles University in Prague, at Masaryk University in Brno, Palacký University in Olomouc and at Metropolitan University Prague. However, there are evident differences in interest and research traditions between these schools. The Prague Charles University is the oldest and oriented mostly historically and towards the humanities, even though cultural studies research is also conducted there. There is a close link between theory and praxis of journalism and the psychologically oriented area of research focused on uses of new media, especially internet and social nets, dominant in Brno. The Olomouc tradition is the youngest one, but it covers all three mentioned disciplines which gives it great potential for future development. The research is conducted by the *Centre for Cultural, Media and Communication Studies* at the Palacký University. The study of the news discourse and media representation of various phenomena as well as media literacy and media semiotics belong to the mostly developed topics here.

This book provides an insight into the special methodology of media studies and partly also of cultural and communication studies. Its aim is to introduce terms, methods and research tools are applicable not only in media communication research, but also in the study of (popular) culture phenomena and which are used to explore media content and its reception. This text should help you to design, prepare and conduct research within social sciences or to critically review researches of the others and their results. It gives specific examples of the application of scientific inquiry in different thematic areas of media and culture studies. I tried to cover all the most frequently used methods of data collection and data analysis used in contemporary media and culture studies. The space devoted to definite research methods is not balanced equally, and some approaches are discussed in more details than the others. In part, this is a result of the complexity of the presented concepts that especially in the case of qualitative research methods has proven to be difficult to describe without at least a basic theoretical anchorage. I am aware that there is evident sociological inspiration in the presented conception of media studies in this book. It reflects my personal professional interest as well as my education.

The first part of the opening chapter gives you a brief outlook on general methodology which is common for all areas of scientific research; the second part discusses the specifics of the research in social sciences. The second chapter is focused on the duality of qualitative and quantitative research paradigms and explains their key differences. The problem of how to prepare and conduct own research project is the core of the third chapter. The issue of the target groups and research population and how to select a research sample is fundamental in the next one. How to work with hypotheses and how to operationalize them you will find in chapter five, which focuses on the hypothetico-deductive research approach. The following four chapters are divided in several parts, each of them deals with one method of data collection or analysis in more detail. Both qualitative and quantitative methods and techniques of research are covered, e.g. survey and standardized questionnaire, individual interviewing as well as focus groups, scientific observation, content analysis, comparative-historical analysis, semiotic analysis, narrative analysis, interpretative reading, grounded theory, conversational analysis and the discourse analysis. Although it is closely related to other discussed procedures, statistical data analysis and application of descriptive and inferential statistics is not included in this book. This is so primarily because it is a very complex part of the research work which is not possible to simplify into a single chapter. However, I believe that for the quality of scientific work in the field of media studies or cultural studies the informed knowledge of both quantitative and qualitative approaches are fundamental.

Seznam vyobrazení

Obr. 1 Stromy, nebo les? (viz barevná příloha)	49
Obr. 2 Fáze výzkumného procesu	57
Obr. 3a Struktura vědecké práce a její prvky	58
Obr. 3b Struktura kvantitativního výzkumu	59
Obr. 3c Struktura kvalitativního výzkumu	62
Obr. 4 Téma výzkumu a zkoumaný problém	68
Obr. 5 Plán výzkumu	77
Obr. 6 Od cílové populace k výzkumnému vzorku	88
Obr. 7 Vztah velikosti výběrového souboru a výběrové chyby	105
Obr. 8 Testování hypotéz v hypoteticko-deduktivním procesu poznání	115
Obr. 9 Příklad projekční (oddechové) otázky	183
Obr. 10 Umělé rozdělení variant škály	202
Obr. 11 Tři stupně označování podle Fiska a Hartleyho (1978)	338
Obr. 12 Návrh postupu sémioticko-strukturální analýzy	342
Obr. 13 Reklamní sdělení	365
Obr. 14 Výzkumná jednotka okódovaná v programu Atlas.ti (viz barevná příloha)	418
Obr. 15 Vizualizace propojení kategorií (na základě předchozího rozhovoru) (viz barevná příloha)	421
Obr. 16 Analyzovaná fotografie	453
Obr. 17 Tisková verze komentovaného reklamního spotu (viz barevná příloha)	

Seznam tabulek

Tab. 1 Základní rysy a odlišnosti kvantitativního a kvalitativního přístupu	53
Tab. 2 Závislost hodnoty výběrové chyby na velikosti výběrového souboru	107
Tab. 3 Typy rozhovorů podle míry standardizace a strukturace	210
Tab. 4 Zpravodajské hodnoty zpráv s romskou tematikou v TV zpravodajství	327
Tab. 5 Základní struktura narativu na příkladu různých žánrů	373
Tab. 6 Pomocné značky pro přepisy dat pro konverzační analýzu	463

Seznam příkladů

Příklad z výzkumu mediálního chování předškolních dětí	43
Příklad z oblasti výzkumu mediálních organizací	44
Příklad z oblasti výzkumu mediálních obsahů	70, 71, 72
Příklad z oblasti výzkumu příjemců medií	70, 72, 73
Projekt navrhovaného výzkumu	80
Příklady otázek pro posouzení kvality připravovaného výzkumu	81
Ukázka švédského klíče pro výběr dotazované osoby	98
Kvótní předpis pro kontaktování respondentů na základě jednoduchých kvót	100
Kvótní předpis pro kontaktování respondentů na základě vázaných kvót	100
Příklad z prezentace předvolebních odhadů	106
Příklady různých indikátorů proměnné mediální gramotnost	122
Příklady různých způsobů dichotomizace proměnné	125
Příklady odlišné konstrukce proměnné při výzkumu mediálních obsahů	128
Příklad konceptualizace a operacionalizace pojmu sociální postavení	136
Příklady operacionalizace hypotézy	144
Příklad vlivu nízké návratnosti na výsledky šetření	162
Příklady úvodní otázky dotazníku	178
Příklad zjišťování politické orientace respondenta	181
Příklad různých variant formulace otázky	185
Příklady dvouhlavňových otázek	186
Příklady sugestivních otázek	187
Příklad rozložení tématu do více otázek	189
Příklady otázek zjišťujících kauzalitu	191
Příklady nestandardně odpovídaných otázek	194
Příklady chybně formulovaných variant odpovědí	196
Příklad polouzavřené otázky	197
Příklady standardizovaných škál	200

Příklady grafického vyjádření škály	201
Příklad sémantického diferenciálu	204
Příklad zpětné vazby z předvýzkumu dotazníkového šetření	206
Příklady nesprávně-sugestivně formulovaných otevřených otázek omezujících odpověď informanta	221
Příklad návodu pro polostrukturovaný rozhovor	224
Protokol o provedení rozhovoru	233
Příklad scénáře pro focus group	238
Příklad přípravy výzkumu mediální reprezentace instituce prezidenta metodou obsahové analýzy	312, 314, 315
Ukázka kódovací knihy pro obsahovou analýzu televizního zpravodajství	316
Příklad výpočtu shody kodérů a interpretace míry kodérské reliability	321
Návrh kódovníku pro obsahovou analýzu pracující s teorií zpravodajských hodnot	324
Ukázka přípravy podkladů pro sémiotickou analýzu televizní zprávy	344
Příklad aplikace sémiotické analýzy na reklamní sdělení	363
Příklad analýzy narativu	375
Příklad analýzy použití mýtu v reklamním sdělení	378
Ukázka okódování části rozhovoru s hráčem on-line počítačových her	419
Nástin analýzy medicínského diskurzu	445
Příklad analýzy reprezentace Druhých pomocí binárních opozic	453
Ukázka přepisu části rozhovoru pro konverzační analýzu	465

Seznam citované literatury⁸⁵⁰

- ABU-LUGHOD, Lila. 1997. „The Interpretation of Culture(s) After Television“. Pp. 109–134, in: *Representations*. Vol. 59.
- ABU-LUGHOD, Lila. 2000. „Locating Ethnography“. Pp. 261–267, in: *Ethnography*. Vol. 1, No. 2.
- ALAN, Josef. 1994. „Narativní a analytické paradigma v soudobé sociologii“. Pp. 11–19, in: *Sociologický Časopis*. Vol. 30, No. 1.
- AMERICAN ANTHROPOLOGICAL ASSOCIATION. 2009. *Code of Ethics*. (on-line) Dostupné z: <http://www.aaanet.org/issues/policy-advocacy/Code-of-Ethics.cfm> (cit. 24. 11. 2012).
- ANDERSON, Benedict. 2008. *Představy společnosti*. Praha: Karolinum.
- ANDĚL, Martin – ČERNÝ, Rostislav – CHARAMZA, Pavel – NEUSTADT, Jan. 2005. *Přehled metod odhadu statistické chyby ve výběrových šetřeních*. (on-line) Dostupné z: <http://www.quantitative.cz/cz/vyzkum/odborne-statisticke-materialy/> (cit. 2. 6. 2011).
- ANG, Ian. 1985. *Watching Dallas: Soap Opera and the Melodramatic Imagination*. London – New York: Methuen.
- ANG, Ian. 1991. *Desperately Seeking the Audience*. London: Routledge – Kegan Paul.
- ANG, Ian. 1996. *Living Room Wars. Rethinking Media Audience for a Postmodern World*. London – New York: Routledge.
- ATO. 2013. Popis současného projektu. Dostupné on-line. <http://www.ato.cz/tv-vyzkum/informace-o-projektu>
- BABBIE, Earl. 1986. *The Practice of Social Research*. Belmont: Wadsworth Publishing Company.

850 Literatura neprošla na přání autorky redakční úpravou. Použitý formát odpovídá úzu mediálních studií, jedná se o Harvardský citační styl.

- BABBIE, Earl. 2008. *The Basics of Social Research*. Belmont: Cengage Learning.
- BACON, Francis. 1974. *Nové organon*. Praha: Svoboda.
- BARKER, Martin. 2006. „On Being 1960s Tolkien Reader“. Pp. 815–829, in: Mathijs, Ernest – Pomeranc, Murray (eds.). *From Hobbits to Hollywood: Essays on Peter Jackson's Lord of the Rings*. Amsterdam – New York: Rodopi, B. V.
- BARTHES, Roland. 1961. „The Photographic Message“, in: Howard, Richard. 1991: *The Responsibility of Forms: Critical Essays on Music, Art, and Representation*. Berkeley: University of California Press.
- BARTHES, Roland. 1973. „Myth Today“, in: *Mythologies*. London: Paladin.
- BARTHES, Roland. 1977. „The Death of the Author“, in: *Image – Music – Text*. London: Fontana Paperbacks.
- BARTHES, Roland. 1991. *The Responsibility of Forms*. Berkeley – Los Angeles: University of California Press.
- BARTHES, Roland. 2002. „Úvod do strukturální analýzy vyprávění“. Pp. 9–43, in: Kyloušek, Petr (eds.): *Znak, struktura, vyprávění. Výbor z prací francouzského strukturalismu*. Brno: Host.
- BARTHES, Roland. 2004a. *Mytologie*. Praha: Dokořán.
- BARTHES, Roland. 2004b. „Rétorika obrazu.“ Pp. 51–62, in: Císař, Karel. *Co je to fotografie?* Praha: Herrmann & synové.
- BARTHES, Roland. 2007. „Diskurz historie“. Pp. 815–829, in: *Czech Literature*. Vol. 55, No. 6.
- BATCHEN, Geoffrey. 2004. *Forget Me not: Photography and Remembrance. Exh. Cat.* Amsterdam: Van Gogh Museum & Princeton Architectural Press.
- BAUDRILLARD, Jean. 1995. *Simulacra and Simulation*. Michigan: University of Michigan Press.
- BAUMAN, Zygmunt. 1996. *Myslet sociologicky*. Praha: Sociologické nakladatelství.
- BEDNAŘÍK, Petr – JIRÁK, Jan – Köpplová, Barbara. 2011. *Dějiny českých médií*. Praha: Grada Publishing.
- BENJAMIN, Walter. 1979. *Dílo a jeho zdroj*. Praha: Odeon.
- BENNETT, Tony. 1995. *The Birth of the Museum: History, Theory, Politics*. New York: Routledge.
- BENNETT, Lance W. 1996. *News: The Politics of Illusion*. New York: Longman Publishers USA.
- BERELSON, Bernard. 1952. *Content Analysis in Communication Research*. New York: Free Press.

- BERGER, Peter – LUCKMANN, Thomas. 1999. *Sociální konstrukce reality: Pojednání o sociologii vědění*. Praha: Centrum pro studium demokracie a kultury (CDK).
- BERGER, Arthur A. 1998. *Media Analysis Techniques*. London: Sage.
- BERGHOFF, Hartmut – SCRANTON, Philip – SPIEKERMANN, Uwe. 2012. „The Origins of Marketing and Market Research: Information, Institutions, and Markets.“ Pp. 1–27, in: Berghoff, Hartmut – Scranton, Philip – Spiekermann, Uwe (eds.) *The Rise of Marketing and Market Research*. New York: Palgrave Macmillan.
- BERRY, David M. (ed.). 2012. *Understanding Digital Humanities*. Basingstoke: Palgrave Macmillan.
- BIGNELL, Jonathan. 1997. *Media Semiotics*. Manchester: Manchester University Press.
- BISHOP, Hywel – JAWORSKI, Adam. 2003. „‘We beat ’em’: nationalism and the hegemony of homogeneity in the British press reportage of Germany versus England during Euro 2000“. Pp. 243–271, in: *Discourse and Society*. Vol. 14, No. 3.
- BITRICH, Tomáš – KONOPÁSEK, Zdeněk. 2001. „Transcriber – pohodlnější přepisování, a možná i něco navíc“, in: *Biograf*. No. 24. (on-line) Dostupné z <http://www.biograf.org/clanky/clanek.php?clanek=v2412> (cit. 30. 4. 2012).
- BLAHUŠ, Petr. 2000. „Statistická významnost proti vědecké průkaznosti výsledků výzkumu“. Pp. 53–72, in: *Česká kinantropologie*. Vol. 4, No. 2.
- BLAIKIE, Norman. 2000. *Designing Social Research*. Cambridge: Polity Press.
- BLAIKIE, Norman. 2007. *Approaches to Social Enquiry: advancing knowledge*. Cambridge: Polity Press.
- BLAŽEK, Bohuslav. 1998. *Venkov města media*. Praha: Sociologické nakladatelství.
- BLECHA, Ivan a kol. 1995. *Filosofický slovník*. 1. vydání. Olomouc: Nakladatelství a vydavatelství FIN.
- BOČÁK, Michal. 2006. „Vývinové paralely komunikačných a mediálních štúdií“. Pp. 235–237, in: Magál, Slavomír – Mistrík, Miloš (eds.). *Masmediálna komunikácia v interdisciplinárnom výskume*. Trnava: Fakulta masmediálnej komunikácie UCM.
- BOČÁK, Michal. 2008. „Diskurz ako predmet transdisciplinárneho výskumu“. Pp. 526–537, in: Slančová, Daniela – Bočák, Michal – Žarnovská, Iveta (eds.). 3. *študentská vedecká konferencia*. Prešov: Prešovská univerzita v Prešove.

- BOČÁK, Michal. 2009. „Diskurz: neurčitá cesta kulturních, mediálních a komunikačních štúdií do centra svojho záujmu.“ Pp. 117–146, in: *Kultura – média – komunikace*. Vol. 1, No. 1.
- BOGARDUS, Emory S. 1925. „Measuring Social Distances“. Pp. 299–308, in: *Journal of Applied Sociology*. No. 9.
- BOURDIEU, Pierre. 1998. *Teorie jednání*. Praha: Karolinum.
- BROOKS, David. 2001. *Bobos. Nová americká elita a její styl*. Praha: Dokořán.
- BRUMLA, Miroslav. 1973. „Zdroje mimořádného zkreslení odpovědí na otázky dotazníku a cesty k jeho neutralizaci.“ Pp. 520–532, in: *Sociologický časopis*. Vol. 9, No. 5.
- BRUNSDON, Charlotte. 2000. *The Feminist, the Housewife, and the Soap Opera*. Oxford: Clarendon Press.
- BRYMAN, Alan. 2008. *Social Research Methods*. Oxford: Oxford University Press.
- BUCKINGHAM, David. 2009. „‘Creative’ visual methods in media research: possibilities, problems and proposals“. Pp. 633–652, in: *Media, Culture & Society*. Vol. 31, No. 4.
- BUDIL, Ivo T. 2003. *Mýtus, jazyk a kulturní antropologie*. 4. vydání. Praha: Triton.
- BUCHLER, Justus (ed.). 1955. *Philosophical Writings of Peirce*. New York: Dover.
- BURGELIN, Oliver. 1972. „Structural Analysis and Mass Communication“. Pp. 313–328, in: McQuail, Denis (ed.). *Sociology of Mass Communications*. Harmondsworth: Penguin.
- BURGESS, Anthony. 2002. *Mechanický pomeranč*. Praha: Volvox Globator.
- BURIÁNEK, Jiří. 1981. „K souvislosti mezi hypotézami a cílem výzkumu.“ Pp. 423–431, in: *Sociologický časopis*. Vol. 17, No. 4.
- BURIÁNEK, Jiří. 1993. *Systémová sociologie. Problém operacionalizace*. Praha: Univerzita Karlova.
- CARLEY, Kathleen. 1993. „Coding Choices for Textual Analysis: A Comparison of Content Analysis and Map Analysis“. Pp. 75–126, in: *Sociological Methodology*. Vol. 23.
- CARNAP, Rudolf. 1968. *Problémy jazyka vědy*. Praha: Svoboda.
- CETL, Jiří – HUBÍK, Stanislav – ŠMAJS, Josef. 1990. *Příroda a kultura*. Praha: Svoboda.
- CÍSAŘ, Karel (ed.). 2004. *Co je to fotografie*. Praha: Herrmann & synové.
- CLIFFORD, James – MARCUS, George E. (eds.). 1986. *Writing Culture: the Poetics and Politics of Ethnography*. Berkeley – London: University of California Press.

- COHEN, Stanley. 2000. *Folk Devils and Moral Panics*. London: Routledge.
- COLLINS, Peter. 1998. „Negotiating Selves: Reflections on ‚Unstructured‘ Interview“, in: *Sociological Research Online*. Vol. 3, No. 3. Dostupné z: <http://www.socresonline.org.uk/3/3/2.html> (cit. 1. 12. 2011).
- COMTE, Auguste – MARTINEAU, Harriet – HARRISON, Frederic. 2000. *The Positive Philosophy of Auguste Comte*. Kitchener: Batoche books.
- CRICHTON, Susan – KINASH, Shelley. 2003. „Virtual Ethnography: Interactive Interviewing Online as Method“, in: *Canadian Journal of Learning and Technology*. Vol. 29, No. 2. (on-line) Dostupné z: <http://www.cjlt.ca/index.php/cjlt/article/view/40/37> (cit. 1. 12. 2012).
- CURRAN, James. 1990. „The New Revisionism in Mass Communication Research“. Pp. 135–164, in: *European Journal of Communication*. Vol. 5, No. 2.
- ČERNÝ, Jiří. 1996. *Dějiny lingvistiky*. Olomouc: Votobia.
- ČERNÝ, Jiří – HOLEŠ, Jan. 2004. *Sémiotika*. Praha: Portál.
- ČESKÁ TELEVIZE. 2000. *Vízová povinnost pro cesty do Kanady pro ČR*. 7. 4. 2000. Praha: ČT1.
- ČESKÁ TELEVIZE. 2012. *Hodnocení veřejné služby. Podklad pro tiskovou konferenci*. MEDIÁŘ.CZ. „Česká televize si začíná měřit naplňování veřejné služby“ (on-line) Dostupné z: <http://www.mediar.cz/ceska-televize-si-zacina-merit-naplnovani-verejne-sluzby/> (cit. 29. 11. 2012).
- ČESKÉ NOVINY. 2011. „Česká pošta roznesla téměř 99 procent formulářů ke sčítání lidu“, in: *České noviny*. (on-line) Dostupné z: <http://www.ceskenoviny.cz/zpravy/ceska-posta-roznesla-temer-99-procent-formularu-ke-scitani-lidu/614055> (cit. 7. 2. 2012).
- ČSÚ. 2012. *Informační společnost v číslech 2012*. (on-line) Dostupné z: http://www.czso.cz/csu/2012edicniplan.nsf/publ/9705-12-r_2012 (cit. 7. 11. 2012).
- DeFLEUR, Melvin L. – BALLOVÁ-ROKEACHOVÁ, Sandra. 1996. *Teorie masové komunikace*. Praha: Karolinum.
- DENZIN, Norman K. 1989. *The Research Act: a Theoretical Introduction to Sociological Methods*. London: Prentice Hall.
- DENZIN, Norman K. – LINCOLN, Yvonna S. 2000. „The discipline and Practice in Qualitative Research“. Pp. 1–29, in: Denzin, N. K. – Lincoln, Y. S. (eds.). *Handbook of Qualitative Research*. London: Sage.
- DESCARTES, René. 1992. *Rozprava o metodě*. Praha: Svoboda.
- DILTHEY, Wilhelm. 1980. *Život a dejinné vedomie*. Bratislava: Pravda.
- DINES, Gail – HUMEZ, Jean M. (eds.). 2002. *Gender, Race, and Class in Media: A Text-Reader*. London: Sage.

- DISMAN, Miroslav. 1995. *Jak se vyrábí sociologická znalost*. Praha: Karolinum.
- DOUBRAVOVÁ, Jarmila. 2008. *Sémiotika v teorii a praxi*. Praha: Portál.
- DOUGLAS, Jack. 1985. *Creative Interviewing*. London: Sage.
- DUDOVÁ, Radka. 2011. „Kvalitativní výzkum životních drah: life stories a biografický výzkum“, in: *Socioweb*. Vol. 11. (on-line) Dostupné z: <http://www.socioweb.cz/index.php?disp=teorie&shw=480&lst=108> (cit. 12. 1. 2012).
- DURKHEIM, Émile. 1969. *Pravidla sociologické metody*. Praha: Vysoká škola politická.
- ECO, Umberto. 1979. *The Role of the Reader. Explorations in the Semiotics of Texts*. Bloomington: Indiana University Press.
- ECO, Umberto. 1986. *Semiotics and the Philosophy of Language*. Bloomington: Indiana University Press.
- ECO, Umberto. 1995. *Skeptikové a těšitelé*. Praha: Svoboda.
- ECO, Umberto. 1997. *Jak napsat diplomovou práci*. Olomouc: Votobia.
- ECO, Umberto. 2004a. *Teorie sémiotiky*. Brno: JAMU.
- ECO, Umberto. 2004b. *Meze interpretace*. Praha: Karolinum.
- ELLIS, John. 1982. *Visible Fictions*. London: Routledge – Kegan Paul.
- EPSTEIN, Edward J. 1973. *News from Nowhere: Television and the News*. New York: Random House.
- ESOMAR. 2007. *ICC/ESOMAR International Code on Market and Social Research*. (on-line) Dostupné z: http://www.esomar.org/uploads/public/knowledge-and-standards/codes-and-guidelines/ICCESOMAR_Code_English_.pdf (cit. 5. 6. 2011).
- EVELAND, William P. 1996. „Gladys Engel Lang“. Pp. 254–264, in: Signorielli, Nancy (ed.). *Women in Communication: A Biographical Sourcebook*. Westport: Greenwood Press.
- FAIRCLOUGH, Norman. 1989. *Language and Power*. New York: Longman Inc.
- FAIRCLOUGH, Norman. 1995. *Media Discourse*. London: Arnold.
- FAIRCLOUGH, Norman. 2001. „The Discourse of New Labour: Critical Discourse Analysis“. Pp. 229–266, in: Wetherell, Margaret – Taylor, Stephanie – Yates, Simeon J. (eds.). *Discourse as Data*. London: Sage – The Open University.
- FAIRCLOUGH, Norman. 2003. *Analysing Discourse: Textual Analysis for Social Research*. London – New York: Routledge.
- FAIRCLOUGH, Norman – WODAK, Ruth. 1997. „Critical Discourse Analysis“. Pp. 258–284, in: van Dijk, Teun A. (ed.). *Discourse Studies*:

- A Multidisciplinary Introduction. Discourse as Social Interaction.* Vol. 2. London: Longman Inc.
- FAJKUS, Břetislav. 1997. *Současná filosofie a metodologie vědy.* Praha: Filosofia.
- FAJKUS, Břetislav. 2005. *Filosofie a metodologie vědy. Vývoj, současnost, perspektivy.* Praha: Academia.
- FAN, David P. 1988. *Predictions of Public Opinion from the Mass Media: Computer content analysis and mathematical modeling.* New York: Greenwood.
- FAY, Brian. 2002. *Současná filosofie sociálních věd. Multikulturní přístup.* Praha: Sociologické nakladatelství.
- FERJENČÍK, Ján. 2000. *Úvod do metodologie psychologického výzkumu.* Praha: Portál.
- FISKE, John. 1987. *Television Culture.* London: Methuen & Co.
- FISKE, John. 1989. *Understanding Popular Culture.* London – New York: Routledge.
- FISKE, John. 2000. *Introduction to Communication Studies.* London – New York: Routledge.
- FISKE, John – HARTLEY, John. 1978. *Reading Television.* London – New York: Routledge.
- FLUSSER, Vilém. 1994. *Za filosofii fotografie.* Praha: Hynek.
- FONTANA, Andrea – FREY, James H. 2003. „The Interview: From structured questions to negotiated text“. Pp. 61–106, in: Denzin, Norman K. – Lincoln, Yvonna S. *Collecting and Interpreting Qualitative Materials. Second Edition.* London: Sage.
- FORET, Martin. 2008. „O interpretaci vizuálního textu“, in: Bočák, Michal – Rusnák, Juraj (eds). *Médiá a text II.* 2008. Prešov: Prešovská univerzita v Prešove.
- FORET, Martin – LAPČÍK, Marek – ORSÁG, Petr. 2009. *Kultura – média – komunikace. Spektákl, mizející realita a /ne/bezpečí informací. Diskurs/y/ o diskursu.* Vol. 1, No. 1.
- FOUCAULT, Michel. 1980. „The Politics of Health in the Eighteenth Century“, in: Gordon, Colin (ed.). *Power/Knowledge.* New York: Pantheon Books.
- FOUCAULT, Michel. 1982. „Subjekt a moc“. Pp. 195–227, in: Foucault, Michel. 1996. *Myšlení vnějšku.* Praha: Hermann a synové.
- FOUCAULT, Michel. 1994a. *Diskurs, autor, genealogie.* Praha: Nakladatelství Svoboda.
- FOUCAULT, Michel. 1994b. *Toto nie je fajka.* Bratislava: Archa.

- FOUCAULT, Michel. 1999. *Dějiny sexuality I. Vůle k věděni*. Praha: Hermann & synové.
- FOUCAULT, Michel. 2000. *Dohlížet a trestat: kniha o zrodu vězení*. Praha: Dauphin.
- FOUCAULT, Michel. 2002. *Archeologie věděni*. Praha: Herrmann & synové.
- FOUCAULT, Michel. 2010. *Zrození kliniky*. Červený Kostelec: Pavel Mervart.
- FOWLER, Floyd J. Jr. 1995. *Improving Survey Questions: Design and Evaluation analysis*. London: Sage.
- FRANĚK, Marek. 2006. *Hudební psychologie*. Praha: Karolinum.
- GADAMER, Hans Georg. 1999. *Člověk a řeč*. Praha: OIKOYMENH.
- GALLUP, George H. 1939. *Public Opinion in a Democracy*. Princeton: Princeton University.
- GALLUP, George H. 1948. *Průvodce po výzkumu veřejného mínění*. Praha: Orbis.
- GALTUNG, Johan – RUGEOVÁ, Mari H. 1973. „Structuring and selecting news”, in: Cohen, Stanley – Young, Jock (eds.). *The Manufacture of News*. London: Constable – Beverly Hills: Sage.
- GAUNTLETT, David. 2011. *Media Studies 2.0.*, in: Theory.org.uk: Media / Identity / Resources and projects. (on-line) Dostupné z: <http://www.theory.org.uk/mediastudies2.htm> (cit. 5. 10. 2013).
- GAUNTLETT, David. 2007. *Creative Explorations. New approaches to identities and audiences*. New York: Routledge.
- GAWISER, Sheldon R. – WITT, Evans G. (nedatováno). *20 Questions a Journalist Should Ask About Poll Results*. (on-line) National Council on Public Polls. Dostupné z: <http://www.ncpp.org/?q=node/4> (cit. 8. 9. 2011).
- GEE, Paul J. 2005. *An Introduction to Discourse Analysis: Theory and Method*. New York: Routledge.
- GEERTZ, Clifford. 2000. *Interpretace kultur. Vybrané eseje*. Praha: Sociologické nakladatelství.
- GENETTE, Gérard. 1983. *Narrative Discourse: An Essay in Method*. New York: Cornell University Press.
- GENETTE, Gérard. 2002. „Hranice vyprávění“. Pp. 240–256, in: Kylaoušek, Petr (eds.). *Znak, struktura, vyprávění. Výbor z prací francouzského strukturalismu*. Brno: Host.
- GERBNER, George – GROSS, Larry – MORGAN, Michael – SIGNO-RIELLI, Nancy. 2002. „Growing up with Television: The cultivation

- perspective.“ Pp. 193–213, in: Morgan, Michael (ed.). *Against the Mainstream: The selected works of George Gerbner*. New York: Peter Lang.
- GIDDENS, Anthony. 1984. *The Constitution of Society. Outline of the Theory of Structuration*. Cambridge: Polity.
- GIDDENS, Anthony. 1999. *Sociologie*. Praha: Argo.
- GIELE, Janet Z. – ELDER, Glen H. (eds.). 1998. *Methods of Life Course Research: Qualitative and Quantitative Approaches*. London: Sage.
- GILLESPIE, Marie – TOYNBEE, Jason. 2006. *Analysing media texts*. Maidenhead: Open University Press.
- GINSBURG, Faye D. – ABU-LUGHOD, Lila – LARKIN, Brian. 2002. *Media Worlds: Anthropology on New Terrain*. Berkeley, Los Angeles: University of California Press.
- GLASGOW UNIVERSITY MEDIA GROUP. 1980. *More Bad News*. London: Routledge.
- GOFFMAN, Erving. 1999. *Všichni hrajeme divadlo*. Praha: Nakladatelství Studia Ypsilon.
- GOFFMAN, Erving. 1974. *Frame Analysis: An Essay on the Organization of Experience*. New York: Harper & Row.
- GROVES, Robert M. – FOWLER, Floyd J. – COUPER, Mick P. – LEPKOWSKI, James M. – SINGER, Eleanor. 2009. *Survey Methodology*. Hoboken: John Wiley & Sons, Inc.
- HABERMAS, Jürgen. 1972. *Knowledge and Human Interest*. Boston: Beacon Press.
- HÁJEK, Martin. 2010. „Počítačová textová analýza metodou sledování spoluvýskytů slov“. Pp. 19–37, in: *Data a výzkum – SDA Info*. Vol. 4, No. 1.
- HÁJEK, Martin – BAYER, Ivo. 2007. „Diskurzivní stabilita ‚ne/spravedlivého‘ – Kvantitativní obsahová analýza českých deníků z let 1996–2006“, in: *Pražské sociálně vědní studie*. Dostupné z: http://publication.fsv.cuni.cz/attachments/236_Hajek,%20Bayer.pdf (cit. 1. 12. 2011).
- HALL, Stuart. 1973. *Encoding and Decoding in the Television Discourse*. CCCS Stencilled Paper No. 7, Birmingham: University of Birmingham.
- HALL, Stuart. 1995. „The Rediscovery of ‚Ideology‘: return of the repressed in media studies.“ Pp. 354–364 in Boyd–Barret, Oliver – Newbold, Chris (eds.). *Approaches to Media: a reader*. London: Arnold.
- HALL, Stuart. 1997. *Representation: Cultural Representations and Signifying practices*. London: Sage.

- HALL, Stuart. 2005. „Kódování/dekódování“. Pp. 41–58, in: *Teorie vědy*. Vol. 2.
- HALLIN, Daniel C. – MANCINI, Paolo. 2008. *Systémy médií v postmoderním světě: tři modely médií a politiky*. Praha: Portál.
- HALLORAN, James. 1998. „Mass Communication Research: asking the right questions“. Pp. 9–34, in: Hansen, Anders – Cottle, Simon – Negine, Ralph – Newbold, Chris (eds.). *Mass Communication Research Methods*. Los Angeles – London: Palgrave – Macmillan.
- HANSEN, Anders – COTTLE, Simon – NEGINE, Ralph – NEWBOLD, Chris (eds.). 1998. *Mass Communication Research Methods*. Los Angeles – London: Palgrave – Macmillan.
- HARDING, Sandra. 1986. *The Science Question in Feminism*. Ithaca: Cornell University Press.
- HARPER, Douglas. 2002. „Talking about Pictures: A Case for Photo Elicitation“. Pp. 13–26, in: *Visual Studies*. Vol. 17, No. 1.
- HART, Roger A. 1997. *Children's Participation: The Theory and Practice of Involving Young Citizens in Community Development and Environmental Care*. London: Earthscan/UNICEF.
- HARTLEY, John. 2001. *Understanding News*. London and New York: Routledge.
- HASMANOVÁ MARHÁNKOVÁ, Jaroslava – HREŠANOVÁ, Ema. 2010. *První krok na sociologické stezce*. Plzeň: Západočeská univerzita v Plzni.
- HAUSENBLAS, Karel. 1984. „Texty, komunikáty a jejich komplexy“. Pp. 1–7, in: *SaS*. Vol. 45. Cit. podle REIFOVÁ, Irena a kol. 2004. *Slovník mediální komunikace*. Praha: Portál.
- HAWKES, Terence. 1999. *Strukturalismus a sémiotika*. Brno: Host.
- HAYES, Andrew F. 2007. „Answering the Call for a Standard Reliability Measure for Coding Data“. Pp. 77–89, in: *Communication Methods and Measures*. Vol. 1, No. 1.
- HEATH, Helen – COWLEY, Sarah. 2004. „Developing a Grounded Theory Approach: a Comparison of Glaser and Strauss“. Pp. 141–150, in: *International Journal of Nursing Studies*. Vol. 41.
- HEBDIGE, Dick. 2012. *Subkultura a styl*. Praha: Volvox Globator a Dauphin.
- HENDL, Jan. 1999. *Úvod do kvalitativního výzkumu*. Praha: Karolinum.
- HENDL, Jan. 2004. *Přehled statistických metod zpracování dat*. Praha: Portál.
- HENDL, Jan. 2005. *Kvalitativní výzkum: základní metody a aplikace*. Praha: Portál.

- HERMAN, Luc – VERVAECK, Bart. 2005. *Handbook of Narrative Analysis*. Lincoln University of Nebraska Press.
- HERMES, Joke C. 1995. *The 'Ethnographic Turn': The Histories and Politics of the New Audience Research*. University of Leicester. (on-line) Dostupné z: <http://www.le.ac.uk/oerresources/media/ms7500/mod1unit6/index.htm> (cit. 28. 8. 2011).
- HESSE-BIBER, Sharlene Nagy (ed.). 2011. *The Handbook of Emergent Technologies in Social Research*. Oxford: Oxford University Press.
- HINE, Christine. Nedatováno. *Virtual Ethnography*. Uxbridge, Middlesex: Centre for Research into Innovation, Culture and Technology Brunel University. (on-line) Dostupné z: <http://www.cirst.uqam.ca/pcst3/pdf/Communications/hine.pdf> (cit. 28. 10. 2012).
- HJELMSLEV, Louis. 1972. *O základech teorie jazyka*. Praha: Academia.
- HOBSON, Dorothy. 1982. *Crossroads: the Drama of Soap Opera*. London: Methuen.
- HOFFMANNOVÁ, Jana. 1992. „Metodologie ‚konverzační analýzy‘ a transkripční symboly“. Pp. 234–241, in: *Symbol v lidském vnímání, myšlení a vyjadřování*. Praha: Filozofický ústav ČSAV.
- HOLSTI, Ole R. 1969. *Content Analysis for the Social Science and Humanities*. Menlo Park: Addison-Wesley.
- HOMOLÁČ, Jiří – KARHANOVÁ, Kamila – NEKVAPIL, Jiří. 2003. *Obraz Romů v středoevropských masmédiích po roce 1989*. Brno: Doplněk.
- HÖIJER, Birgitta. 1990. „Studying Viewers' Reception of Television Programmes: theoretical and methodological considerations“. Pp. 29–56, in: *European Journal of Communication*. Vol. 5, No. 1. Cit. podle HANSEN, Anders – COTTLE, Simon – NEGINE, Ralph – NEWBOLD, Chris (eds.). 1998. *Mass Communication Research Methods*. Los Angeles: Palgrave – Macmillan.
- HROCH, Miroslav. 1985. *Úvod do studia dějepisu*. Praha: Státní pedagogické nakladatelství.
- HUBÍK, Stanislav. 1999. *Sociologie vědění*. Praha: Sociologické nakladatelství.
- HUBÍK, Stanislav. 2006. *Hypotéza*. České Budějovice: Jihočeská univerzita.
- CHAMBERLAYNE, Prue – BORNAT, Joanna – WENGRAF, Tom (eds.). 2003. *The Turn to Biographical Methods in Social Science. Comparative Issues and Examples*. London – New York: Routledge.
- CHANDLER, David. 2007. *Semiotics: The Basics*. London: Routledge. Taylor & Francis.

- CHARMAZ, Kathy. 2000. „Grounded Theory: objectivist and constructivist methods“. Pp. 509–535, in: Denzin, Norman K. – Lincoln, Yvonna S. (eds.). *Handbook of Qualitative Research*. Thousand Oaks: Sage.
- CHARMAZ, Kathy. 2003. „Qualitative interviewing and grounded theory analysis“. Pp. 311–330, in: Holstein, James A. – Gubrium, Jaber F. *Inside Interviewing: New Lenses, New Concerns*. London: Sage.
- ILLNER, Michal – FORET, Miroslav. 1980. *Sociální ukazatele*. Praha: Svoboda.
- JACYNO, Malgorzata. 2012. *Kultura individualismu*. Praha: Sociologické nakladatelství.
- JAKOBSON, Roman. 1991. *Lingvistická poetika (výber z diela)*. Bratislava: Tatran.
- JANÁK, Dušan. 2005. „Sociální věda vs. přírodní věda. Kodifikace rozdílu mezi přírodou a kulturou ve sporu o metodu sociálních věd na přelomu 19. a 20. století a jeho brněnské reminiscence“. Pp. 71–87, in: *Sociální studia*. Vol. 2, No. 2.
- JANKOWSKI, Nicholas W. 2002. „Qualitative Research and Community Media“. Pp. 162–174, in: Jensen, Klaus B. – Jankowski, Nicholas W. (eds.). *A Handbook of Methodologies for Mass Communication Research*. London – New York: Routledge.
- JANOUSEK, Ivo. 2001. *Gnoseologie komunikací*. Praha: Karolinum.
- JANOUSEK, Jaromír. 1992. „Sociálně kognitivní teorie Alberta Bandury“. Pp. 385–398, in: *Československá psychologie* 1992. Vol. 36, No. 5.
- JÄGER, Siegfried. 2002. „Discourse and Knowledge: theoretical and methodological aspects of critical discourse and dispositive analysis“. Pp. 32–62, in: Wodak, Ruth. – Meyer, Michael (eds.). *Methods of Critical Discourse Analysis*. London: Sage.
- JENNER, Bryan – TITSCHER, Stefan. 2000. *Methods of Text and Discourse Analysis*. London: Sage.
- JENSEN, Klaus B. – JANKOWSKI, Nicholas W. (eds.). *A Handbook of Methodologies for Mass Communication Research*. London – New York: Routledge.
- JERÁBEK, Hynek. 1997. *Počátky komunikačního výzkumu*. Praha: Karolinum.
- JIRÁK, Jan – KÖPPLOVÁ, Barbora. 2003. *Média a společnost*. Praha: Portál.
- JIROTKA, Zdeněk. 1985. *Saturnin*. Praha: Československý spisovatel.
- JØRGENSEN, Marianne – PHILLIPS, Louise (eds.). 2002. *Discourse Analysis as Theory and Method*. London: Sage.

- KARHANOVÁ, Kamila – KADERKA, Petr. 2001. *Obraz cizinců v médiích*. Praha: Ústav pro jazyk český AV ČR. (on-line) Dostupné z: <http://cizinci.mpsv.cz/clanek.php?lg=1&id=121> (cit. 2. 10. 2006).
- KARLÍK, Petr – NEKULA, Marek – RUSÍNOVÁ, Zdenka. 1995. *Příruční mluvnice češtiny*. Praha: Nakladatelství Lidové noviny.
- KATZ, Elihu – LIEBES, Tamara. 1993. *The Export of Meaning – multicultural reading of Dallas*. London: Routledge.
- KAUFMANN, Jean-Claude. 2010. *Chápající rozhovor*. Praha: Sociologické nakladatelství.
- KELLER, Jan. 1995. *Úvod do sociologie*. Praha: Sociologické nakladatelství.
- KELLER, Jan. 1996. *Sociologie byrokracie a organizace*. Praha: Sociologické nakladatelství.
- KELLER, Jan. 2004. *Dějiny klasické sociologie*. Praha: Sociologické nakladatelství.
- KELLNER, Douglas. 1995. *Media Culture: Cultural Studies, Identity and Politics Between the Modern and the Post-Modern*. London – New York: Routledge.
- KERLINGER, Fred N. 1972. *Základy výzkumu chování. Pedagogický a psychologický výzkum*. Praha: Academia.
- KITCHENS, Marshall. (nedatováno). *The Instructor's Perspective: A View from the Top*. (on-line) Transgendered and Transgressive. Dostupné z: <http://www.bgsu.edu/departments/english/cconline/kitchenslarkin/instructor.html>. (cit. 9. 10. 2011).
- KLIMEŠ, Jeroným. 2002. *Využití Oční kamery ve výzkumu reklamních materiálů*. (on-line) Tady je Jeronýmovo. Dostupné z: <http://klimes.mysteria.cz/clanky/psychologie/okkody/> (cit. 8. 9. 2011).
- KONČELÍK, Jakub – ORSÁG, Petr – VEČEŘA, Pavel. 2010. *Dějiny českých médií 20. století*. Praha: Portál.
- KONOPÁSEK, Zdeněk. 1994. „Editorial: ‚Máte v rukou první číslo...‘“, in: *Biograf*. Vol. 1, No. 1. (on-line) Dostupné z: <http://www.biograf.org/clanky/clanek.php?clanek=v101> (cit. 12. 10. 2010).
- KONOPÁSEK, Zdeněk. 1997. „Co si počít s počítačem v kvalitativním výzkumu: program ATLAS/ti v akci.“ Pp. 71–110, in: *Biograf*. Vol. 4, No. 12.
- KONOPÁSEK, Zdeněk. 2005. „Co znamená interpretovat text“. Pp. 85–95, in: Miovský, Michal – Čermák, Ivo – Chrz, Vladimír (eds.). *Kvalitativní přístup a metody ve vědách o člověku – IV: Vybrané aspekty teorie a praxe*. Olomouc: FF UP.
- KONOPÁSEK, Zdeněk. 2009. „Zapomeňte na pouhé transkripty: Atlas.ti, šestá verze.“ Pp. 95–113, in: *Biograf*. Vol. 16, No. 48.

- KOTHARI, C. R. 2009. *Research Methodology: Methods and Techniques*. New Delhi: New Age International.
- KOZINETZ, Robert V. 2010. *Netnography: ethnographic research in the age of the internet*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- KREJČÍ, Jindřich. 1999. „Přínos archivu sociologických dat.“ Pp. 1, in: *SDA Info VIII*. Vol. 1, No. 1–2.
- KREJČÍ, Jindřich. 2004. *Kvalita výzkumů volebních preferencí*. Praha: Sociologický ústav AV ČR.
- KREJČÍ, Jindřich. 2006. „Problém nízké návratnosti výběrových dotazovacích šetření“. Pp. 1–3, in: *SDA Info VIII*. Vol. 8, No. 2.
- KREJČÍ, Jindřich. 2007. „Non-response in Probability Sample Surveys in the Czech Republic“. Pp. 561–587, in: *Sociologický časopis*. Vol. 43, No. 3.
- KREJČÍ, Jindřich. 2008. „Koncept kvality výběrových šetření“. Pp. 19–41, in: Krejčí, Jindřich *Kvalita sociálněvědních výběrových šetření v České republice*. Praha: Sociologické nakladatelství.
- KRESS, Gunther – VAN LEEUWEN, Theo. 2001. *Multimodal Discourse. The Mode and Media of Contemporary Communication*. London: Edward Arnold.
- KRIPPENDORFF, Klaus. 2004a. *Content Analysis: an introduction to its methodology*. Thousand Oaks: Sage.
- KRIPPENDORFF, Klaus. 2004b. „Reliability in Content Analysis: Some common misconceptions and recommendations“. Pp. 411–433, in: *Human Communication Research*. Vol. 30, No. 3.
- KRONICK, Jane C. 1997: „Alternativní metodologie pro analýzu kvalitativních dat“. Pp. 57–67, in: *Sociologický časopis*. Vol. 33, No. 1.
- KŘIVOHLAVÝ, Jaro. 1988. *Jak si navzájem lépe porozumíme. Kapitoly z psychologie sociální komunikace*. Praha: Svoboda.
- KUHN, Thomas. 1997. *Struktura vědeckých revolucí*. Praha: OIKOYMENH.
- KUNCZIK, Michael. 1995. *Základy masové komunikace*. Praha: Karolinum.
- LAFFERTY, William M. – KNUTSEN, Oddbjorn. 1985. „Postmaterialism in a Social Democratic State“. Pp. 411–430, in: *Comparative Political Studies*. Vol. 17, No. 4. Cit. podle: RABUŠIC, Ladislav. 2000. „Je česká společnost ‚postmaterialistická‘?“ Pp. 3–22, in: *Sociologický časopis*. Vol. 36, No. 1.
- LAKATOS, Imre. 1999. „Lectures on Scientific Method“, in: Motterlini, Matteo (ed.). *For and Against Method*. Chicago: Chicago University Press.

- LANG, Kurt – LANG, Gladys E. 1953. „The Unique Perspective of Television and it's Effects: A Pilot Study“. Pp. 2–12, in: *American Sociological review*. Vol. 18. Cit. podle LAZARSELD, Paul F. – BERELSON, Bernard – GAUDET, Hazel. 1944. *The People's Choice. How the Voter makes up his Mind in a Presidential Campaign*. New York: Columbia University Press.
- LAPČÍK, Marek. 2009. „Diskurs jako téma diskursu. O diskursu bez Habermase i bez Foucaulta? (poznámky ke konceptualizaci pojmu)“. Pp. 93–116, in: *Kultura, média, komunikace*. Vol. 1, No. 1.
- LAPČÍK, Marek. 2012. *Televizní zpravodajství jako paradox. Jak (ne)rozumět zpravodajství*. Olomouc: UP.
- LAPČÍK, Marek. 2014. *Televizní zpravodajství jako paradox II*. Olomouc: UP.
- LASSWELL, Harold D. – LERNER, Daniel a kol. 1952. *The Comparative Study of Symbols: An Introduction*. Stanford: Stanford University Press – Hoover Institute and Library on War, Revolution, and Peace. Cit. podle NEUENDORFOVÁ, Kimberly A. 2002. *The Content Analysis Guidebook*. London: Sage.
- LAZARSELD, Paul F. 1940. *Radio and the Printed Page. An Introduction to the Study of Radio and Its Role in the Communication of Ideas*. New York: Duell, Sloan & Pearce.
- LAZARSELD, Paul F. 1958. „Evidence and Inference in Social Reserch.“ Pp. 99–130, in: *Deadlus*. Vol. 87, No. 4.
- LAZARSELD, Paul F. – BERELSON, Bernard – GAUDET, Hazel. 1944. *People's Choice: How the Voter Makes Up His Mind in a Presidential Campaign*. New York: Columbia University Press.
- LAZARSELD, Paul F. – FISKE, Marjorie. 1938. „The ‚Panel‘ as a new Tool for Measuring Opinion“. Pp. 596–612, in: *Public Opinion Quarterly*. 1938. Vol. 2, No. 4.
- LEEDS-HURWITZ, Wendy. 1993. *Semiotics and Communication: Signs, Codes, Cultures*. New York: Routledge.
- LEUDAR, Ivan – NEKVAPIL, Jiří. 1998. „On the Emergence of Political Identity in the Czech Mass Media: the Case of the Democratic Party of Sudetenland“. Pp. 43–58, in: *Czech Sociological Review*. Vol. 6, No. 1.
- LEWIS, Justin. 2001. *The Ideological Octopus: Explorations of Television and its Audience*. London: Routledge.
- LEWIS, Oscar. 1966. „The Culture of Poverty“. Pp. 19–25, in: *Scientific American*. 1966. Vol. 215.

- LÉVI-STRAUSS, Claude. 1996. *Myšlení přírodních národů*. Liberec: Dauphin.
- LÉVI-STRAUSS, Claude. 2006. *Mythologica I: Syrové a vařené*. Praha: Argo.
- LÉVI-STRAUSS, Claude. 2007. *Strukturální antropologie II*. Praha: Argo.
- LIBROVÁ, Hana. 1994. *Pestří a zelení. Kapitoly o dobrovolné skromnosti*. Brno: Veronica – Hnutí Duha.
- LIBROVÁ, Hana. 2003. *Vlažní a váhaví (Kapitoly o ekologickém luxusu)*. Brno: Doplněk.
- LIPPMANN, Walter. 1922. *Public Opinion*. New York: Brace and Co.
- LOUČKOVÁ, Ivana. 2010. *Integrovaný přístup v sociálně-vědním výzkumu*. Praha: Sociologické nakladatelství.
- LOWERY, Shearon – De FLEUR, Melvin L. 1983. *Milestones in Mass Communication Research. Media Effects*. New York – London: Longman.
- LULL, James. 1980. „The Social Uses of Television“. Pp. 197–209, in: *Human Communication Research*. Vol. 6, No. 3.
- LULL, James. 1990. *Inside Family Viewing: ethnographic research on television's audience*. London: Routledge.
- MACEK, Jakub. 2009. „Poznámky k teorii virtuálních komunit“, in: *Biograf*. Vol 50. (on-line) Dostupné z: <http://www.biograf.org/clanky/clanek.php?clanek=v5001>. (cit. 19. 09. 2011).
- MACEK, Jakub. 2012. „Nevyčíslitelné porozumění: kvalitativní výzkum on-line sociálních sítí“, in: *ProInflow*. (on-line) Dostupné z: <http://pro.inflow.cz/nevycislitelne-porozumeni-kvalitativni-vyzkum-on-line-socialnich-siti> (cit. 19. 10. 2012).
- MANOVICH, Lev. 2011. *Trending: The Promises and the Challenges of Big Social Data*. (on-line) Dostupné z: http://www.manovich.net/DOCS/Manovich_trending_paper.pdf (cit. 29. 11. 2012).
- MARTIN, Paul – BATESON, Patrick. 2009. *Úvod do teorie a metodologie měření chování*. Praha: Portál.
- MATĚJŮ, Petr – VLACHOVÁ, Klára (eds.). 1999. *Nerovnosti, spravedlnost, politika*. Praha: Sociologické nakladatelství.
- MAXWELL, Joseph A. 1996. *Qualitative Research Design: An Interactive Approach*. London: Sage.
- MAYRING, Philips. 2000. „Qualitative Content Analysis“. in: *Forum: Qualitative Social research*. Vol. 1, No. 2. (on-line) Dostupné z: <http://www.qualitative-research.net/index.php/fqs/article/view/1089#lit#lit> (cit. 15. 5. 2011).
- McCOMBS, Maxwell. 2009. *Agenda setting: nastolování agendy – masová média a veřejné mínění*. Praha: Portál.

- McGREGOR, Ewan – BOORMAN, Charley. 2012. *Na motorce kolem světa*. Praha: Radomír Fixa.
- McQUAIL, Denis. 1992. *Media Performance: Mass Communication and the Public Interest*. London: Sage.
- McQUAIL, Denis. 1997. *Audience Analysis*. Thousand Oaks: Sage.
- McQUAIL, Denis. 1999. *Úvod do teorie masové komunikace*. Praha: Portál.
- McQUAIL, Denis – WINDAHL, Sven. 1993. *Communication Models for the Study of Mass Communication*. London: Longman.
- MEAD, George H. 1975. *Umysl, osobowość i społeczeństwo*. Warszawa: Państwowe wydawnictwo naukowe.
- MEADOVÁ, Margaret. 2011. *Pohlaví a temperament u tří primitivních společností*. Praha: Sociologické nakladatelství.
- MERRILL, Barbara – WEST, Linden. 2009. *Using Biographical Methods in Social Research*. London: Sage.
- MERTEN, Klaus. 1995. *Inhaltsanalyse. Einführung in Theorie, Methode und Praxis*. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- MERTON, Robert K. 1968. *Social Theory and Social Structure*. Free Press. Cit. podle: Buriánek, Jiří. 1993. *Systémová sociologie. Problém operacionalizace*. Praha: Univerzita Karlova.
- MERTON, Robert K. 1987. „The Focused Interview and Focus Groups. Continuities and Discontinuities“. Pp. 550–566, in: *Public opinion Quarterly*. Vol. 51.
- MERTON, Robert K. 2000. *Studie ze sociologické teorie*. Praha: Sociologické nakladatelství.
- MEŠKO, Dušan – KATUŠČÁK, Dušan – FINDRA, Ján. 2006. *Akademická příručka*. Martin: Osveta.
- MILLS, Charles W. 1966. *Mocenská elita*. Praha: Orbis.
- MILLS, Charles W. 2002. *Sociologická imaginace*. Praha: Sociologické nakladatelství.
- MIOVSKÝ, Michal. 2006. *Kvalitativní přístup a metody v psychologickém výzkumu*. Praha: Grada.
- MONACO, James. 2006. *Jak číst film*. Praha: Albatros.
- MOORES, Shaun. 1993. *Interpreting Audiences: the ethnography of media consumption*. London: Sage.
- MORGAN, Michael – SIGNORIELLI, Nancy. 1990. *Cultivation Analysis: New Directions in Media Effects Research*. Newbury Park: Sage.
- MORLEY, David. 1980. *The ‚Nationwide‘ Audience: Structure and Decoding*. London: BFI.
- MORLEY, David. 1986. *Family Television: Cultural Power and Domestic Leisure*. London – New York: Routledge.

- MORLEY, David. 1992. *Television, Audiences and Cultural Studies*. London – New York: Routledge.
- MORLEY, David – SILVERSTONE, Roger. 2002. „Communication and Context: ethnographic perspectives on the „media audience““. Pp. 148–162, in: Jensen, Klaus B. – Jankowski, Nicholas W. *A Handbook of Methodologies for Mass Communication Research*. London – New York: Routledge.
- MORRIS, Charles W. 1970. „Základy teorie znaku“. Pp. 197–256, in: Palek, Bohumil. 1997. *Sémiotika*. Praha: Karolinum.
- MOŽNÝ, Ivo. 2006. *Rodina a společnost*. Praha: Sociologické nakladatelství.
- MOŽNÝ, Ivo – RABUŠIC, Ladislav. 1989. *Úvod do metodologie vědy pro sociology*. Brno: UJEP.
- MURPHY, Patrick D. 1999. „Doing Audience Ethnography: A Narrative Account of Establishing Ethnographic Identity and Locating Interpretive Communities in Fieldwork“. Pp. 479–504, in: *Qualitative Inquiry*. 1999. Vol. 5, No. 4.
- MURPHY, Robert F. 1999. *Úvod do kulturní a sociální antropologie*. Praha: Sociologické nakladatelství.
- MURPHY, Robert F. 2001. *Umlčené tělo*. Praha: Sociologické nakladatelství.
- MURTHY, Dhiraj. 2011. „Emergent Digital Ethnographic Methods for Social Research.“ Pp. 158–179, in: Hesse-Biber, Sharlene N. (ed.). *The Emergent Social Reserch*. Oxford: Oxford University Press.
- NAKONEČNÝ, Milan. 1997. *Encyklopedie obecné psychologie*. Praha: Academia.
- NEDBÁLKOVÁ, Kateřina. 2007. *Spoutaná Rozkoš. Sociální (re)produkce genderu a sexuality v ženské věznici*. Praha: Sociologické nakladatelství.
- NEKVAPIL, Jiří. 2006. „Úvodem k monotematickému číslu ‘Analýza promluv a textů, analýza diskurzu““. Pp. 263–267, in: *Sociologický časopis*. Vol. 42, No. 2.
- NEKVAPIL, Jiří. 2010. „Úvodem k monotematickému číslu ‘Etnometodologické inspirace““. Pp. 497–503, in: *Sociologický časopis*. Vol. 46, No. 4.
- NEUENDORFOVÁ, Kimberly A. 2002. *The Content Analysis Guidebook*. London: Sage.
- NEWBOLD, Chris. 1995. „Approaches to Cultural Hegemony within Cultural Studies“. Pp. 328–331, in: Boyd-Barrett, Oliver – Newbold, Chris (eds.). *Approaches to Media: A Reader*. London: Arnold.

- NIGHTINGALE, Virginia. 1996. *Studying Audiences. The Shock of the Real*. London – New York: Routledge.
- NIMMO, Dan D. – COMBS, James E. 1983. *Mediated Political realities*. London: Longman.
- OAKLEYOVÁ, Ann. 2000. *Pohlaví, gender a společnost*. Praha: Portál.
- OCHRANA, František. 2009. *Metodologie vědy (úvod do problému)*. Praha: FSV a FF UK.
- OSGOOD, Charles E. – SUCI, George J. – TANNENBAUM, Percy. 1957. *The Measurement of Meaning*. Urbana: University of Illinois Press.
- OSVALDOVÁ, Barbora a kol. 2011. *Zpravodajství v médiích*. Praha: Karolinum.
- PALEK, Bohumil (ed.). 1997. *Sémiotika*. Praha: Karolinum.
- PARSONS, Talcott. 1951. *The Social System*. Glencoe: Free Press.
- PARUSNIKOVÁ, Zuzana. 2000. „Biomoc a kult zdraví“. Pp. 131–142, in: *Sociologický časopis*. Vol. 36, No. 2.
- PAVELKA, Jiří. 2006. „Diskurzivní analýza ve výzkumu masmediální komunikace.“ Pp. 226–230, in Magál, Slavomír. – Mistrík, Miloš (eds.). *Masmediálna komunikácia v interdisciplinárnom výskume*. Trnava: Fakulta masmediálnej komunikácie Univerzity sv. Cyrila a Metoda v Trnave.
- PAVLIČÍKOVÁ, Helena. 2010. „Specific Philosophical and Ethical Aspects of Communications’ Process“. Pp. 462–465, in: *Society and Technology*. Zagreb: Croatian Communication Association.
- PEIRCE, Charles Sanders. 1972. „Grammatica speculativa.“ In Palek, Bohumil. *Lingvistické čítanky I. Sémiotika sv. 1*. Praha: Universita Karlova.
- PEIRCE, Charles Sanders. 1997. *Sémiotika*. Praha: Karolinum.
- PELIKÁN, Jiří. 2007. *Základy empirického výzkumu pedagogických jevů*. Praha: Karolinum.
- PEREGRIN, Jaroslav. 2005. *Kapitoly z analytické filosofie*. Praha: Filosofia.
- PETRUSEK, Miloslav. 1969. *Sociometrie (teorie, metoda, techniky)*. Praha: Svoboda.
- PETRUSEK, Miloslav. 1993. *Teorie a metoda v moderní sociologii*. Praha: Karolinum.
- PETRUSEK, Miloslav. 2008. „Neopozitivistická sociologie: Sociologie jako výzkum“. Pp. 9–34, in: Šubrt, Jiří (ed.). *Soudobá sociologie II. Teorie sociálního jednání a sociální struktury*. Praha: Karolinum.
- PETRUSEK, Miloslav. 2009. *Základy Sociologie*. Praha: Akademie veřejné správy, o.p.s.
- PETRUSEK, Miloslav a kol. 2011. *Dějiny sociologie*. Praha: Grada.

- PHILO, Greg. 1990. *Seeing and Believing: The Influence of Television*. London: Routledge.
- PIKÁLKOVÁ, Simona a kol. 2004. *Mezinárodní výzkum násilí na ženách – ČR/2003: příspěvek k sociologickému zkoumání násilí v rodině*. 1. vyd. Praha: SOÚ AV ČR.
- PINK, Sarah. 2007. *Doing Visual Ethnography: Images, Media and Representation in Research*. London: Sage.
- POKORNÝ, Petr. 2006. *Hermeneutika jako teorie porozumění*. Praha: Vyšehrad.
- POKORNÝ, Jan. 2010. *Lingvistická antropologie: jazyk, mysl a kultura*. Praha: Grada Publishing.
- POPPER, Karl R. 1997. *Logika vědeckého zkoumání*. Praha: OIKOYMENH.
- POPPER, Karl R. 1998. *Život je řešení problémů: o poznání, dějinách a politice*. Praha: Mladá Fronta.
- POPPING, Roel. 2000. *Computer-assisted Text Analysis*. London: Sage.
- POTTER, Jonathan – WETHERELL, Margaret. 1994. „Analyzing Discourse“, in: Bryman, Alan – Burgess, Robert G. (eds.). *Analyzing Qualitative Data*. London: Routledge.
- POTTER, Jonathan – WETHERELL, Margaret. 2003. „Unfolding Discourse Analysis“. Pp. 198–209, in: Wetherell, Margaret – Taylor, Stephanie – Yates, Simeon J. (eds.). *Discourse Theory and Practice: A Reader*. London: Sage.
- PROPP, Vladimír. 1999. *Morfologie pohádky a jiné studie*. Jinočany: H&H.
- PRUDKÝ, Libor. 2009. *Inventura hodnot. Výsledky sociologických výzkumů hodnot ve společnosti České republiky*. Praha: Academia.
- PUNCH, Keith F. 1998. *Introduction to Social Research: Quantitative and Qualitative Approaches*. London: Sage.
- PUNCH, Keith F. 2000. *Developing Effective Research Proposals*. London: Sage.
- PUNCH, Keith F. 2008. *Základy kvantitativního šetření*. Praha: Portál.
- RABUŠIC, Ladislav. 2000. „Je česká společnost ‚postmaterialistická‘?“ Pp. 3–22, in: *Sociologický časopis*. Vol. 36, No. 1.
- RADWAY, Janice A. 1984. *Reading the Romance – Woman, Patriarchy and Popular Literature*. London – New York: Verso.
- REICHHELD, Frederic F. 2003. „The only number you need to grow“, in: *Harvard Business Review*.
- RAGIN, Charles C. 1987. *The Comparative Method: Moving Beyond Qualitative and Quantitative Strategies*. Berkeley: University of California Press.

- RAMEŠ, Václav. 2005. *Slovník pro historiky a návštěvníky archivů*. Praha: Libri.
- REIFOVÁ, Irena. 1999. „Adorno a Lazarsfeld. Setkání skeptika a těšitele“. Pp. 181–191, in: *Sociologický časopis*. Vol. 32, No. 2.
- REIFOVÁ, Irena a kol. 2004. *Slovník mediální komunikace*. Praha: Portál.
- REIFOVÁ, Irena – NAVARRO, Jana. 2004. „Konstruování reality ve zprávách“. Pp. 106–111, in: Reifová Irena a kol. *Slovník mediální komunikace*. Praha: Portál.
- RENZETTI, Claire M. – CURRAN, Daniel J. 2005. *Ženy, Muži a Společnost*. Praha: Karolinum.
- RICHARDSON, John E. 2007. *Analysing Newspapers: An Approach from Critical Discourse Analysis*. Houndmills – New York: Palgrave – MacMillan.
- ROBSON, Colin. 1998. *Real World Research*. Oxford: Blackwell.
- ROGGE, Jan-Uwe – JENSEN, Klaus B. 1988. „Everyday Life and Television in West Germany: An Empathic-Interpretive Perspective on the Family as a System“. Pp. 80–115, in: Lull, James (ed.). *World Families Watch Television*. London: Sage.
- ROSE, Gillian. 2001. *Visual Methodologies: An Introduction to the Interpretation of Visual Materials*. London: Sage.
- RYŠAVÝ, Dan. 2003. „Sociální distance vůči Romům. Příklad vysokoškolských studentů“. Pp. 55–78, in: *Sociologický časopis*. Vol. 39, No. 1.
- ŘEHÁK, Jan. 1971. „Definice měření ve společenských vědách“. Pp. 638–648, in: *Sociologický časopis*. Vol. 7, No. 6.
- ŘEHÁK, Jan. 1973. „Měření ve společenských vědách. Závěry z diskuse o měření v sociologii“. Pp. 514–519, in: *Sociologický časopis*. Vol. 9, No. 5.
- ŘEHÁK, Jan. 1981. „Data, statistika a sociologie: Příspěvek k diskusi o vztahu teorie a empirie v interpretaci sociologických dat“. Pp. 273–290, in: *Sociologický časopis*. Vol. 17, No. 3.
- ŘEHÁK, Jan. 1985. „Závěrečné zprávy sociologického výzkumu (struktura a pravidla pro jejich přípravu)“. Pp. 639–660, in: *Sociologický časopis*. Vol. 21, No. 6.
- ŘEHÁK, Jan – ŘEHÁKOVÁ, Blanka. 1986. *Analýza kategorizovaných dat v sociologii*. Praha: Academia.
- ŘÍCHOVÁ, Blanka. 2007. „Komparativní politologie“. Pp. 74–102, in: Cabada, Ladislav – Kubát, Michal. *Úvod do studia politické vědy*. Plzeň: Vydavatelství a nakladatelství Aleš Čeněk.
- SACKS, Harvey. 1992. *Lectures on Conversation*. Oxford: Blackwell.

- SALKIND, Neil J. 2010. *Encyclopedia of research design*, sv. 3. London: Sage.
- SANGREN, Steven P. 2007. „Anthropology of anthropology? Further reflections on reflexivity“. Pp. 13–16, in: *Anthropology Today*. Vol. 23, No. 4.
- SAUSSURE, Ferdinand de. 1996. *Kurs obecné lingvistiky*. Praha: Academia.
- SEDLÁKOVÁ, Renáta. 2001. „Divácká recepce mýdlové opery Život na zámku“, in: Volek, Jaromír – Štětka, Václav (eds.). *Média a realita*. Brno: MU.
- SEDLÁKOVÁ, Renáta. 2007. *Obraz Romů v televizním zpravodajství – příklad mediální konstrukce reality (disertační práce)*. Brno: MU.
- SEDLÁKOVÁ, Renáta. 2008a. „Mediální konstrukce reality – reprezentace druhých“, in: Foret, Martin – Lapčík, Marek – Orság, Petr (eds.). *Média dnes – reflexe mediality, médií a mediálních obsahů*. Olomouc: UP.
- SEDLÁKOVÁ, Renáta. 2008b. „Na cestě je čas největším kapitálem – kapitola ze života řidičů dálkové dopravy“, in: Dudová, R. (ed.). *Souvislosti proměn pracovního trhu a soukromého, rodinného a partnerského života*. Praha: Sociologický ústav.
- SEDLÁKOVÁ, Renáta – VIDOVIČOVÁ, Lucie. 2005. *Mediální analýza obrazu seniorů*. Praha: Diakonie ČČE. Dostupné z: <http://www.spgv.cz/medialni-analyza-obrazu-senioru/>.
- SELBY, Keith – COWDERY, Ron. 1995. *How to Study Television*. Basingstoke: Macmillan.
- SHOEMAKER, Pamela J. – REESE, Stephen D. 1996. *Mediating the message: theories of influences on mass media content*. London: Longman.
- SCHEGLOFF, Emanuel A. 2006. *Sequence organization in interaction: A primer in conversation analysis*. Cambridge: Cambridge University Press.
- SCHERER, Helmut. 2005. „Úvod do metody obsahové analýzy“. Pp. 29–50, in: Schulz, Winfried – Reifová, Irena a kol. *Analýza obsahu mediálních sdělení*. Praha: Karolinum.
- SCHULZ, Winfried. 2000. „Masová média a realita. ‚Ptolemaiovské‘ a ‚Kopernikovské‘ pojetí“. Pp. 24–40, in: Jiráček, Jan – Říchová, Blanka. *Politická komunikace a média*. Praha: Karolinum.
- SCHULZ, Winfried – REIFOVÁ, Irena a kol. 2005. *Analýza obsahu mediálních sdělení*. Praha: Karolinum.
- SILVERMAN, David. 1998. *Harvey Sacks: Social science and conversational Analysis*. Cambridge: Polity Press.

- SILVERMAN, David. 2000. *Doing Qualitative Research: a practical handbook*. London: Sage.
- SILVERMAN, David. 2003. *Interpreting Qualitative Data: Methods for Analysing Talk, Text and Interaction*. London: Sage.
- SILVERMAN, David. 2005. *Ako robiť kvalitatívny výskum. Praktická príručka*. Bratislava: Ikar.
- SILVERSTONE, Roger. 1994. *Television and Everyday Life*. London: Routledge.
- SIMAR. (nedatováno). *Kvalitatívni standardy ICC/ESOMAR*. (on-line) Dostupné z: <http://simar.cz/standardy/kvalitativni-standardy-icc/esomar.html> (cit. 6. 5. 2011).
- SONTAGOVÁ, Susan. 2002. *O fotografii*. Praha: Paseka/Barrister & Principal.
- SOUKUP, Petr – RABUŠIC, Ladislav. 2007. „Několik poznámek ke statistické významnosti“. Pp. 379–395, in: *Sociologicky časopis*. Vol. 43, No. 2.
- SOUKUP, Václav. 2010. „Kyberantropologie a kyberkultura“. Pp. 15–22, in: *Anthropologia integra*. Vol. 1, No. 2. (on-line) Dostupné z: http://anthrop.sci.muni.cz/UserFiles/Clanky//2011/30_Kyberantropologie-a-kyberkultura.pdf (cit. 1. 12. 2012).
- SOUKUP, Václav. 2011. *Antropologie: teorie člověka a kultury*. Praha: Portál.
- SPEED, Gilmer J. 1893. „Do newspapers now give the news?“. Pp. 705–711, in: *The Forum*. Dostupné z: <http://www.unz.org/Pub/Forum-1893aug-00705> (cit. 12. 11. 2011).
- SPEER, Susan A. 2005. *Gender Talk: Feminism, Discourse and Conversation Analysis*. London: Routledge.
- STRAUSS, Anselm L. – CORBINOVÁ, Juliet M. 1990. *Basics of Qualitative Research: Grounded Theory Procedures and Techniques*. London: Sage.
- STRAUSS, Anselm L. – CORBINOVÁ, Juliet M. 1999. *Základy kvalitatívniho výzkumu. Postupy a techniky metody zakotvené teorie*. Boskovice: Albert.
- SUPERSURVEY. 2009. *Online Survey Tutorials*. (online). SuperSurvey Knowledge Base. Dostupné z: <http://knowledge-base.supersurvey.com/index.htm>. (cit. 2. 4. 2011).
- SVĚŘÁK, Zdeněk – SMOLJAK, Ladislav. 1967. *Vyšetřování ztráty třídní knihy*. Divadelní hra.
- SVĚŘÁK, Zdeněk – SMOLJAK, Ladislav. 1985. *Dobytí severního pólu*. Divadelní hra.

- SZYMANEK, Krzysztof – WIECZOREK, Krzysztof A. – WÓJCIK, Andrzej S. 2004. *Umění argumentace: úlohy na zkoumání argumentů*. Olomouc: Univerzita Palackého.
- ŠAFR, Jiří – HÄUBERER, Julia. 2008. „Subjektivní sociální distance k profesím: existují v české společnosti subjektivní třídní hranice?“. Pp. 28–38, in: *Naše společnost*. Vol. 6, No. 1.
- ŠANDEROVÁ, Jadwiga. 2007. *Jak číst a psát odborný text ve společenských vědách*. Praha: Sociologické nakladatelství.
- ŠIMŮNEK, Michal. 2004. „Gallupův ústav: Co si myslí občan, divák a konzument“. Pp. 27–30, in: *Revue pro média*. Vol. 4, No. 10.
- ŠIMŮNEK, Michal. 2006. „Geoffrey Batchen: tři knihy o palčivé touze fotografovat“. Pp. 67–75, in: *Mediální studia*. Vol. 1, No. 1.
- ŠIMŮNEK, Michal. 2009. „Několik námětů pro rozvíjení vizuální gramotnosti“. Pp. 87–100, in: Pavličíková, Helena – Šebeš, Marek – Šimůnek, Michal. *Mediální pedagogika. Média a komunikace v teorii a učitelské praxi*. České Budějovice: Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích.
- ŠMAUSOVÁ, Gerlinda. 2002. „Proti tvrdošíjně představě o ontické povaze gender a pohlaví“. Pp. 15–27, in: *Sociální studia*. Vol. 0, No. 7.
- ŠOLTYS, Otakar. 2004. „Komplexní komunikát a ikonizace mediální krajiny“. Pp. 257–270, in: Patráš, Vladimír (eds.). *Súčasná jazyková komunikácia v interdisciplinárnych súvislostiach*. Banská Bystrica: Univerzita Mateja Bela.
- ŠUBRT, Jiří a kol. 1998. *Kapitoly ze sociologie veřejného mínění. Teorie a výzkum*. Praha: Karolinum.
- ŠUBRT, Jiří a kol. 2008. *Soudobá sociologie II*. Praha: Karolinum.
- ŠUBRT, Jiří – BALON, Jan. 2010. *Soudobá sociologická teorie*. Praha: Grada.
- TĚŠITELOVÁ, Marie. 1987. „O využití výsledků kvantitativní lingvistiky“. Pp. 225–236, in: *Naše řeč*. Vol. 70, No. 5.
- THE AMERICAN ASSOCIATION FOR PUBLIC OPINION RESEARCH. 2009. *Standard Definitions. Final Dispositions of Case Codes and Outcome Rates for Surveys. 6th edition*. AAPOR. (on-line) Dostupné z: http://www.aapor.org/AM/Template.cfm?Section=Standard_Definitions&Template=/CM/ContentDisplay.cfm&ContentID=1819. (cit. 12. 7. 2011).
- THE ‘ETHNOGRAPHIC TURN’: THE HISTORIES AND POLITICS OF THE NEW AUDIENCE RESEARCH. (nedatováno). Studijní materiál. (on-line) Dostupné z: <http://www.le.ac.uk/oerresources/media/ms7500/mod1unit6/index.htm> (cit. 15. 7. 2012).

- TODOROV, Tzvetan. 2002. „Kategorie literárního vyprávění.“ Pp. 143–179, in: Kyloušek, Petr (ed.). *Znak, struktura, vyprávění. Výbor z prací francouzského strukturalismu*. Brno: Host.
- TRAMPOTA, Tomáš. 2006. *Zpravodajství*. Praha: Portál.
- TRAMPOTA, Tomáš – VOJTĚCHOVSKÁ, Martina. 2010. *Metody výzkumu médií*. Praha. Portál.
- TUČEK, Milan. 1995. *Paul R. Abramson a Ronald Inglehart: Value Change in Global Perspective*. Ann Arbor: University of Michigan Press.
- TUCHMAN, Gaye. 1980. *Making News: A study in the construction of reality*. New York: Free Press.
- TURKLE, Sherry. 2011. *Alone Together: why we expect more from technology and less from each other*. New York: Basic Book.
- TURNER, Graeme. 2003. *British Cultural Studies: an introduction*. London: Routledge.
- URBÁNEK, Eduard. 1989. *Kritika fenomenologické sociologie*. Praha: UK.
- VALČEK, Peter. 2006. *Slovník literárnej teórie A–Ž*. Bratislava: Literárne informačné centrum.
- VALČEK, Peter. 2012. *Slovník teórie médií A–Ž*. Bratislava: Literárne informačné centrum.
- VAN DIJK, Theun A. 1983. „Discourse Analysis: Its Development and Application to the Structure of News“. Pp. 20–43, in: *Journal of Communication*. Vol. 33, No. 2.
- VAN DIJK, Theun A. 1987. *Communicating Racism: Ethnic Prejudice in Thought and Talk*. London: Sage.
- VAN DIJK, Theun A. 1988. *News as a Discourse*. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.
- VAN DIJK, Theun A. 1993. „Principles of Critical Discourse Analysis“. Pp. 249–283, in: *Discourse and Society*. Vol. 4, No. 2.
- VAN DIJK, Theun A. 1998. *Ideology: A Multidisciplinary Approach*. London: Sage.
- VAN DIJK, Theun A. 2000. „New(s) Racism: a Discourse Analytical Approach“. Pp. 33–49, in: Cottle, Simon (ed.). *Ethnic Minorities and the Media*. Buckingham – Philadelphia: Open University Press.
- VAN DIJK, Theun A. 2002. „The Interdisciplinary Study of News as Discourse.“ Pp 108–120, in: Jensen, Klaus B. – Jankowski, Nicholas W. (eds.). *Handbook of Qualitative Methods in Mass Communication Research*. London: Routledge.
- VAN LEEUWEN, Theo – JEWITT, Carey. 2001. *Handbook of Visual Analysis*. London: Sage.

- VAN MAANEN, John. 1988: *Tales of the Field: On Writing Ethnography*. Chicago: University Chicago Press.
- VAN ZONEN, Liesbet. 1994. *Feminist Media Studies*. London: Sage.
- VANĚK, Miroslav a kol. 2003. *Orální historie: Metodické a „technické“ postupy*. Olomouc: UP.
- VANĚK, Miroslav. 2004. *Orální historie ve výzkumu soudobých dějin*. Praha: ÚSD AV ČR.
- VAUS de, David A. 2002. *Surveys in Social Research*. Milton Park: Routledge.
- VÁVRA, Martin – ČÍŽEK, Tomáš. 2011. „Sekundární analýza socio-ekonomických dat a zdroje dat“, in: Krejčí, Jindřich (ed.). *Zkoumání veřejného mínění, zdroje dat a kvalita dat z výběrových šetření*. Praha: Sociologický ústav AV ČR.
- VINOPAL, Jiří. 2003. „Kdo je ‚levičák‘ a kdo ‚pravičák‘?“. Pp. 18–21, in: *Naše společnost*. Vol. 1, No. 1–2.
- VODÁKOVÁ, Alena – PETRUSEK, Miloslav (eds.). 1996. *Velký sociologický slovník I*. Praha: Karolinum.
- VYBÍRAL, Zbyněk. 2000. *Psychologie lidské komunikace*. Praha: Portál.
- VYBÍRAL, Zbyněk. 2001. „Kritické přivítání diskurzivní psychologie“. Pp. 526–536, in: *Československá psychologie*. Vol. 45, No. 6.
- VYBÍRAL, Zbyněk. 2007. „Diskurzivní psychologie versus diskurzivní analýza?“. Pp. 584–591, in: *Československá psychologie*. Vol. 50, No. 6.
- VYSEKALOVÁ, Jitka – KOMÁRKOVÁ, Růžena. 2002. *Psychologie reklamy*. Praha: Grada.
- WALLACE, Walter L. 1971. *The Logic of Science in Sociology*. New York: Aldine.
- WEBER, Max. 1983. *K metodologii sociálních věd*. Bratislava: Pravda.
- WEBER, Max. 1998. *Metodologie, sociologie a politika*. Praha: OIKOYMENH.
- WEBER, Max. 1998a. „Smysl ‚hodnotové neutrality‘ v sociologických a ekonomických vědách“. Pp. 64–108, in: Weber, Max. *Metodologie, sociologie a politika*. Praha: OIKOYMENH.
- WEBER, Max. 1998b. „Objektivita sociálněvědního a sociálněpolitického poznání“. Pp. 7–63, in: Weber, Max. *Metodologie, sociologie a politika*. Praha: OIKOYMENH.
- WEBER, Max. 1998c. „Základní sociologické pojmy“. Pp. 133–168, in: Weber, M. *Metodologie, sociologie a politika*. Praha: OIKOYMENH.
- WEBER, Max. 1998d. „Protestantská etika a duch kapitalismu“. Pp. 185–245, in: Weber, Max. *Metodologie, sociologie a politika*. Praha: OIKOYMENH.

- WEISSE, Petr – ZVĚŘINA, Jaroslav. 2001. *Sexuální chování v ČR – situace a trendy*. Praha: Portál.
- WEST, Mark D. 2001. *Theory, Method, and Practice in Computer Content Analysis*. Westport – Connecticut: Ablex Publishing.
- WETHERELL, Margaret – TAYLOR, Stephanie – YATES, Simeon J. 2001. *Discourse Theory and Practice: A Reader*. London: Sage.
- WILLIAMSON, Judith. 1993. *Decoding Advertisements. Ideology and Meaning in Advertising*. London – New York: Marion Boyars.
- WILSON, Holly S. – HUTCHINSON, Sally A. 1996. „Methodology mistakes in grounded theory“. Pp. 122–124, in: *Nursing Research*. Vol. 45, No. 2.
- WIMMER, Andreas – GLICK SCHILLER, Nina. 2002. „Methodological nationalism and beyond: Nation-state building, migration and the social sciences“. Pp. 301–334, in: *Global Networks*, Vol. 2, No. 4.
- WIMMER, Roger D. – DOMINICK, Joseph R. 2010. *Mass Media Research: An Introduction*. Boston: Wadsworth Cengage Learning.
- WINDELBAND, Wilhelm. 1967. „Štrasburský rektorský prejav 1894“. Pp. 524–537, in: Hruškovský, Igor – Zigo, Milan (eds.). *Antológia z diel filozofov. Pozitivismus, voluntarizmus, novokantovstvo*. Bratislava: Vydavateľstvo politickej literatúry.
- WINCH, Peter. 2004. *Idea sociální vědy a její vztah k filosofii*. Brno: CDK.
- WITTGENSTEIN, Ludvig. 1998. *Filosofická zkoumání*. Praha: Filosofia.
- WODAK, Ruth. 2001. „The Discourse-historical Approach“. Pp. 63–95, in: Wodak, Ruth – Meyer, Michael (eds.). *Methods of Critical Discourse Analysis*. London: Sage.
- WODAK, Ruth – MEYER, Michael (eds.). 2001. *Methods of Critical discourse analysis*. London: Sage.
- ZÁBRODSKÁ, Kateřina. 2009. *Variace na gender. Poststrukturalismus, diskurzivní analýza a genderová identita*. Praha: Academia.
- ZÁKON č. 40/1995 Sb., o regulaci reklamy.
- ZÁKON č. 101/2000 Sb., o ochraně osobních údajů.
- ZÁKON č. 273/2001 Sb., o právech příslušníků národnostních menšin.
- ZÁKON č. 435/2004 Sb., o zaměstnanosti. (s účinností od 5. ledna 2012)
- ZICH, František. 1976. *Sociologický výzkum*. Praha: Svoboda.
- ZVĚŘINA, Josef. 1971. *Výtvarné dílo jako znak*. Praha: Obelisk.
- ZWETTLER, Otto – VACULÍK, Jaroslav – ČAPKA, František. 1996. *Úvod do studia dějepisu a technika historikovy práce*. Brno: Masarykova univerzita.

Použité materiály

- ČESKÁ TELEVIZE. 2011. *Show Jana Krause 23. 9. 2011*. Dostupné z: <http://www.youtube.com/watch?v=puDRgOTwiCU&lr=1> (cit. 12. 9. 2011).
- ČESKÁ TELEVIZE. 2012. *Události 1. 3. 2012*. Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/ivysilani/10393496397-udalosti-za-okamzik-a-pocasi/212411000440301> (cit. 10. 11. 2012)
- MLADÁ FRONTA DNES. 2001. „Zásah u Matiční.“ Pp. 6, in: *MF Dnes*, 24. 3. 2001.
- NOVA. 2000. „Vztahy Romů a obyvatel v Karlových Varech“, in: *Televizní noviny 17. 1. 2000*. Praha: Televize Nova.

Věcný rejstřík

A

- abstrakce 23, 25
- agentura
 - ~ mediální 382
- American Anthropological Association 269
- anachronie 373
- analogie 23, 25
- analýza 23, 25, 378, 403, 470
 - ~ audiovizuálních textů/
sdělení 381n
 - ~ členská kategorizační 466n
 - ~ dat 212, 283, 329, 405, 473,
476
 - ~ diachronní 292, 388, 390
 - ~ diskurzivní 303, 426n, 436,
455, 460
 - ~ diskurzu 426n, 437, 446
 - ~ dokumentů 262, 288, 291,
385, 390
 - ~ druhého stupně
označování 357n
 - ~ frekvenční 302
 - ~ instituce 457n, 459
 - ~ konverzační 235, 428, 461n,
465
 - ~ kritická diskurzivní 429, 431,
436, 442
 - ~ kvalitativní 329, 395
 - ~ kvalitativních dat 396n, 460
 - ~ narativní 227n, 369
 - ~ obsahová 288n, 294, 295,
300, 301, 310, 315, 319, 322
 - ~ prvního stupně
označování 346n
 - ~ sekundární 153, 154
 - ~ sémiotická 330, 333, 340, 360,
363, 378
 - ~ sémioticko-strukturální 329n,
340, 342, 344
 - ~ sociálních sítí 268
 - ~ statistická 28
 - ~ strukturální 372, 378
 - ~ strukturální objektivita 307
 - ~ synchronní 292
 - ~ třetího stupně
označování 376n
 - ~ vyprávění/narativu 369n,
373, 375
- anketa 157
- anonymita 161, 174n, 221, 269
- antropologie 280
 - ~ kyberantropologie 267
 - ~ médií 278
 - ~ sociální 278
- arch záznamový 250, 252n, 318

- archeologie vědění 435
 archivace dat 232
 archiv datový 232
 archiv Medard 232
 Asociace televizních agentur
 (ATO) 91
 audience studies 261, 262
 autor 391, 481, 482
 avatar 266
- B**
- BBC 305, 353
- C**
- CAPI - Computer Assisted Personal Interviewing 165, 171
 CATI - Computer Assisted Telephone Interviewing 171n
 celek (long shot) 350
 Center for Contemporary Cultural Studies 259
 central tendency bias 203
 Centru kulturálních, mediálních a komunikačních studií 11
 Centrum orální historie Ústavu pro soudobé dějiny AV ČR 230
 Centrum pro studium současné kultury 32
 cíle výzkumné 77
- Č**
- Česká televize 304
 Český statistický úřad 170, 172n
 čtení
 ~ alternativní 360
 ~ dohodnuté (negotiated) 378, 380
 ~ dominantní 377
 ~ hravé (ludic) 360
 ~ interpretativní 390n, 394
 ~ opoziční 378, 380
 ~ preferované 377
- D**
- data 21, 254, 414n, 477
 ~ empirická 30
 ~ hromadná 328
 ~ kardinální 180
 ~ kvalitativní 391, 395n, 424
 ~ kvantitativní 51, 268
 ~ měkká 51, 53, 151, 253, 396
 ~ nominální 180
 ~ ordinální 180
 ~ osobní 174, 231
 ~ primární 154
 ~ příprava 232
 ~ tvrdá 51, 53, 151, 253, 397
 dedukce viz také metoda deduktivní 23, 26, 58, 402, 407n
 deník
 ~ terénní 250, 280n, 470
 ~ výzkumu 470
 denotace 338n, 357, 382
 design výzkumu 57, 77
 deskripce 19, 74, 75, 425, 443
 detail (close-up) 350
 digital humanities 268
 diskurz 341, 370, 426, 429n, 444, 447, 456
 ~ diskurzivní formace 432, 435, 442, 458
 ~ legislativní 444
 ~ mediální 444, 446, 448
 ~ medicínský 433n
 ~ (nového) rasismu 446n, 449n
 ~ politický 433
 ~ zpravodajský 346, 349, 353, 447
 diskuse 477

~ skupinová viz focus group
~ výsledků 473
dotazník 157n, 176n
~ uspořádání 176
dotazování 155
~ kvalitativní 207n
~ kvantitativní 157n, 210n
~ poštovní 159, 164
~ prostřednictvím
internetu 172
~ prostřednictvím tazatele 164
~ standardizované 158
~ telefonické 170

E

efekt morčete 168, 257
empirie 21
entometodologie 429, 461
ESOMAR (European Society
for Opinion and Marketing
Research) 174n
etika výzkumu 74, 79, 174n,
216, 219, 221, 231, 274, 277
etnocentrismus 261
etnografie 258, 260n, 273, 281,
399
~ virtuální 265, 267n
etnometodologie 259
experiment 23, 29n
~ kvaziexperiment 29
~ posttest 29
~ pretest 29
~ přirozený 29
~ sekundární 29
~ umělý 28
explanace 19, 74n, 113, 443
explorace 74
expoze 372
eye tracking 152

F

fabule 370
fakta viz data
falešné mínění 189, 195, 199
falibilismus 19, 34
falzifikace 35
~ naivní 36
~ sofistikovaná 36
falzifikacionismus 117
focus group 236, 240n, 245
~ příprava 237
~ rizika 241
~ scénář 237n
~ vedení 241n, 246
formulace otázek 182
~ chyby v kladení otázek 183
framing viz zarámování

G

generalizace 23, 53, 60
Glasgow University Media
Group 305
gnozeologie 17
going native 255
graf 479n
grounded theory viz teorie zakot-
vená

H

haló efekt 179
hermeneutika 391n, 396
~ hermeneutický kruh 392
historie 369, 386
~ orální 227n, 229
hloubka ostrosti 351
hodnoty zpravodajské 322,
326n
hudba 353, 383
hyperrealita 368

- hypotéza 35n, 111n, 117, 146,
148, 301, 470, 472, 476
- ~ ad hoc 120
 - ~ alternativní 121
 - ~ formulování 116
 - ~ nulová 121
 - ~ operacionalizovaná 120
 - ~ pracovní 120, 132
 - ~ předvědecká 118
 - ~ Sapir-Whorfova 40, 334
 - ~ statistická 121
 - ~ teoretická 113, 118n, 144
 - ~ východisková 118
- Ch**
- chyba výběrová 103, 105, 107
- chyby
- ~ pozorovatele 270, 272
 - ~ sběru dat 271
 - ~ výzkumníka 270
- chyby formulace variant
odpovědí 195n, 199
- chyby v kladení otázek 191, 199,
221
- I**
- ideologický čtverec
van Dijkův 450
- ideologie 349, 362n, 376n, 384,
442, 444, 446n, 450, 454
- imaginace sociologická 398, 411
- index
- ~ součtový/sumační 138, 148
- indikátor 27, 120, 122, 134,
138n, 145
- ~ reprezentační 138
 - ~ sumační 138
- indukce viz také metoda induk-
tivní 23, 26, 58, 253, 407n
- informant 207n, 212, 215, 221,
410, 415
- informátor viz informant
- interakcionismus symbolic-
ký 332, 400
- interdiskurzivita 442n
- interpretace 254, 261, 272, 283,
297, 329, 349, 391n, 394, 396n,
398, 403, 409, 438, 443, 473
- interpretant 332
- intersubjektivita 21, 23, 296, 316
- intertextualita 359, 364, 442,
443
- interviewer bias 169
- interview viz rozhovor
- J**
- jazyk 332, 382, 439
- ~ 1. a 2. řádu 40
 - ~ langue 335
 - ~ parole 335
 - ~ přirozený 40
- jednotka
- ~ kódovací 313, 314, 318
 - ~ kontextová 313
 - ~ statistická 90
 - ~ výzkumná 88n, 250, 301, 310,
313, 319
 - ~ záznamová 313
- K**
- katarze 372
- katastrofa 372
- kategorie 26, 300n, 316, 341,
413n
- kategorizace 26, 299, 318, 414
- ~ analytické čítání
kategorií 299
- kategorizace dat 127n
- kauzalita viz souvislost kauzální

- klasifikace 23, 26, 420
 klíč kódovací 313, 315n, 319
 kniha kódovací (kódovník) 316,
 318, 324
 kód 318, 331, 336n, 341n, 346,
 353n, 376, 378, 381, 413n
 ~ omezený 336
 ~ rozvinutý 336
 ~ zpravodajství 353
 kodér 318
 kódování 295, 318n, 412, 414n,
 420, 424
 ~ axiální 412, 421
 ~ otevřené 412n
 ~ selektivní 412, 422
 ~ zakotvené teorie 412
 komparace 23, 25, 386, 389
 kompozice 350, 381
 komunikace
 ~ párová sekvence 464
 ~ repliky komunikačních
 partnerů 464
 ~ střídání mluvčích 464
 komunikát 330
 ~ komplexní 354, 356
 komunikátor 293, 295
 konceptualizace pojmu 118n,
 136n, 143
 konotace 338n, 356n, 363, 382,
 443
 konstrukce reality
 ~ mediální 265, 296, 304, 306,
 384
 ~ sociální 432
 konstruktivismus 156, 227n,
 296, 305
 krize 372
 kruh Vídeňský 34, 37
 kultura 426, 427
 kvóta 99
 ~ volná a vázaná 100
 kyberkultura 267
- L**
- library research 85n, 315
 literatura
 ~ primární 83
 ~ sekundární 83
- M**
- matice
 ~ datová 318
 Media Tenor 307
 memos - analytické
 poznámky 417
 měření 24, 27, 30, 319
 metafora 357n
 metoda
 ~ deduktivní 58, 60, 315
 ~ experimentální 28
 ~ historicko-srovnávací 386,
 388, 389n
 ~ induktivní 58, 253
 ~ kvalitativní 288
 ~ kvantitativní 288
 metodika 23, 473
 metodologie 393
 ~ mediálních studií 13
 ~ obecná 18, 23
 ~ oborová 11, 24
 ~ speciálně vědní 24, 36
 metody
 ~ empirické 23
 ~ obecně teoretické 23
 ~ obecně vědní 24
 ~ speciální 24
 ~ vědecké 22
 ~ výzkumné 21
 metody sběru a analýzy dat 473
 metonymie 357n

- míra kodérské reliability 320n
 míra návratnosti 160, 166
 míra validity 55n
 moderátor 241n, 246n
 mytémy 372
 mýtus 333, 356, 362, 368, 371, 376, 378n
 ~ barthésovský 339, 359, 362, 379
- N**
- narativ viz vyprávění
 nastolování témat (agenda setting) 348
 nástroj výzkumný 63, 254
 návratnost (response rate)
 ~ míra návratnosti 160, 166
 ~ nízká 162
 neuromarketing 152
 neutralita hodnotová 45
 novopozitivismus 33, 37
- O**
- objektivismus 19, 296, 304
 objektivita 23, 34, 303, 306n
 obor hodnot proměnné 123n, 126, 145n, 198, 316
 obrat etnografický 261
 obraz 382, 385, 455
 ~ technický 338
 obsah 382
 ~ latentní 328, 448
 ~ zjevný 328
 ochrana osobních údajů 175, 231
 omezení výzkumu v sociálních vědách 45
 operacionalizace 120, 126, 131n, 134n, 138, 140, 144, 252, 319, 472
 ~ vícenásobná 142
 ~ v kvalitativním výzkumu 142
 opora výběru (sampling frame) 94n
 opozice binární 361n, 372n, 451n
 organizace
 ~ mediální 44, 88n, 279, 406
 otázka
 ~ dichotomická 198
 ~ dvouhlavňová 186
 ~ filtrační 177, 181
 ~ identifikační 179n
 ~ kontrolní 181
 ~ maticový formát 202
 ~ meritorní 180
 ~ nepřímá 181
 ~ odvozená 68, 472
 ~ otevřená 179, 197, 220
 ~ polouzavřená 197
 ~ polynomická 198
 ~ primární 211
 ~ projekční 179, 182, 190, 222
 ~ pro sběr dat 73
 ~ přímá 181
 ~ řazení 178, 220, 222
 ~ sekundární 211
 ~ sondážní 211
 ~ sugestivní 186n
 ~ technická 180
 ~ typy 180
 ~ úvodní 178
 ~ uzavřená 193
 ~ výzkumná 68n, 71, 73, 407, 470, 472
 ~ základní 68
 ~ zavádějící 188
 ověřitelnost 316
 označované (signifikát) 333, 338n, 357
 označování 332, 337n, 376

- ~ druhého stupně 337n, 342, 357
- ~ prvního stupně 342, 346
- ~ simultánní 354
- ~ třetího stupně 337, 342
- označující (signifikant) 333, 338n, 357, 363
- ~ fluktuující 368

- P**
- panel 90, 173
- paradigma 31n, 336, 361, 365, 367
- ~ alternativní 33
- ~ dominantní 33
- ~ interpretativní 33, 50, 251, 283
- ~ konfliktní 33, 50
- ~ konsenzuální 33, 50
- ~ konstruktivistické 39, 156, 305
- ~ kritické 261n, 297, 331
- ~ kulturní 33
- ~ kvalitativní 47n, 328
- ~ kvantitativní 47
- ~ objektivistické 304
- ~ procesuální 33, 292
- ~ sémiotické 33, 296n
- participant 244, 256, 401
- ~ rekrutace 244
- partner
- ~ komunikační 214
- peripetie 372
- pilotáž viz výzkum pilotní
- platnost viz reliabilita
- pluralita
- ~ operacionálních definic 140
- pojem 31, 144
- ~ emický 260
- ~ etický 260
- pojetí vědy cyklické 60
- pojmenování (nominace) 347
- polocelek (medium shot) 350
- popis
- ~ hustý/zhuštěný (thick description) 280, 470
- populace 473
- ~ cílová 86, 311, 473, 476
- porozumění 254, 259, 329
- porozumění textu 391
- postup
- ~ deduktivní 310
- ~ diachronní 310, 388, 390
- ~ hypoteticko-deduktivní 112
- ~ induktivní 463
- ~ kvalitativní 396
- ~ synchronní 310, 388, 390
- pozitivismus 33
- poznatky 469, 472
- pozorování 21, 23, 27, 60, 253, 260
- ~ etnografické 257n, 263, 265, 269
- ~ kontrolované 252
- ~ kvalitativní 253, 270
- ~ kvantitativní 270
- ~ nekontrolované 252
- ~ nepřímé 249
- ~ nestandardizované 251
- ~ nestrukturované 251, 254
- ~ nevyvolané 252, 258
- ~ nezúčastněné/
neparticipativní 251, 254
- ~ otevřené 252, 256n
- ~ přímé 249
- ~ rizika 270n
- ~ skryté 252, 256, 274
- ~ standardizované 273
- ~ strukturované 251n
- ~ terénní 274n

- ~ vědecké 249n
 - ~ vyvolané 252, 258
 - ~ zúčastněné/
 - participativní 249, 251, 254n, 260, 263n
 - pozorovatel 250, 252n, 258, 270, 284, 400
 - pragmatika 332
 - prameny historické 386, 388
 - pravdivost poznání 23, 34
 - predikce 19
 - princip adekvátnosti 41
 - problém výzkumný 69, 74, 472
 - projekt výzkumu 57, 65, 68, 76, 77n
 - proměnná 122n, 129, 301, 316, 318
 - ~ dichotomická 124
 - ~ diskrétní (nespojité) 124
 - ~ intervalová 131
 - ~ kardinální 130
 - ~ kvalitativní 129
 - ~ nespojitá 127
 - ~ nominální 129
 - ~ ordinální 130
 - ~ poměrová 131
 - ~ spojitá 124, 127
 - předmět výzkumu 21, 68n
 - předvýzkum 63, 205, 206, 320
 - přejímání otázek z jiných výzkumů 192
 - přepis dat 248, 409, 463, 465
 - přepis rozhovoru 234n
 - příběh 369n, 372, 381
 - příběh životní (life story) 227n
 - přístup
 - ~ etnografický 258, 263
 - ~ integrovaný 61
 - ~ interpretativní 41
 - ~ kvalitativní 52n, 328
 - ~ kvantitativní 52, 53, 126, 328
 - psychologie
 - ~ diskurzivní 428
 - publikum 381
 - ~ etnografický výzkum 262
 - ~ fanoušci 89
 - ~ subkultury 249, 267, 273
 - ~ virtuální komunity 268
 - ~ výzkum televizních diváků 263
 - ~ výzkum virtuálních komunit 265
- R**
- rámování 377
 - reakční čas 229
 - realismus kritický 34
 - realita 227
 - ~ mediálně konstruovaná 265
 - ~ sociálně konstruovaná 39
 - ~ sociální 39
 - recepce 236, 261n, 297n, 331
 - ~ etnografický výzkum 262
 - redukce sociálního systému
 - ve výzkumu 43n
 - referent 332
 - rekvizity 352
 - reliabilita (spolehlivost) 53, 55, 140, 271, 316, 320, 387, 477
 - ~ kodérská 319, 321
 - ~ míra reliability viz míra kodérské reliability
 - ~ tazatelská 169
 - reportáž 347
 - reprezentace 53
 - ~ druhých 449, 453n
 - ~ genderu (femininity, maskulinity) 361n, 366
 - ~ mediální 312, 314m, 445, 448, 449

- ~ menšin (etnických) 326n, 447, 449, 453, 466
 - ~ přírody 366n, 368
 - reprezentant 332
 - reprezentativita 53, 92n, 99
 - response bias 203
 - response rate viz návratnost
 - rešerše viz studie přehledová
 - rizika výběru vzorku 103
 - ~ rizika samovýběru 160
 - rozhovor 208, 240, 281, 414, 470
 - ~ biografický 212, 228
 - ~ evidence 232
 - ~ hloubkový 210n, 215, 262
 - ~ chápající 215
 - ~ chronologický 231
 - ~ narativní 227n
 - ~ návod 224
 - ~ polostrukturovaný 210n
 - ~ protokol o vedení 232n
 - ~ skupinový 236, 262
 - ~ standardizovaný 155, 210
 - ~ strukturovaný 209n, 231
 - ~ vedení 222, 231
- S**
- samovýběr
 - ~ rizika samovýběru 160
 - saturace
 - ~ dat 407n
 - ~ teoretická 424
 - ~ vzorku 102
 - sběr dat 156, 207, 217, 267, 280, 402, 407n, 470, 476
 - ~ kvalitativní 253n
 - scéna 352
 - scénář rozhovoru 209, 238
 - sebereflexe kritická 45, 272, 284, 410, 460, 472
 - sémantický diferenciál 203n
 - sémantika 331
 - sémiotika 330n
 - semióza 428
 - signifikant viz označující 332
 - SIMAR 172n
 - simulakra 368
 - sít tazatelská 164
 - skupina
 - ~ experimentální 30
 - ~ kontrolní 30
 - slova klíčová 314
 - social network analysis 268
 - sociologie 31, 461
 - ~ biografická 227n
 - ~ rozumějící 38
 - sociometrie 268
 - software pro analýzu kvalitativních dat 302, 411, 416n, 420
 - soubor
 - ~ datový 319, 397, 477
 - ~ výběrový 87, 105
 - ~ základní 87, 92, 310
 - souhlas poučený 221, 232
 - souvislost kauzální 26, 420
 - spolehlivost viz validita
 - standardizace dat 53, 157, 210, 295
 - studia
 - ~ komunikační 10, 385
 - ~ kulturní 31, 249, 258, 274, 287, 385, 457
 - ~ mediální 9, 11n, 31, 33, 249, 258, 261, 274, 287, 297, 385n, 411
 - ~ nových médií 265
 - studie
 - ~ případová 52, 87
 - ~ přehledová (rešerše) 83
 - subjektivita 410
 - subjekt/objekt 432, 436, 448

- survey 51, 157n, 174
 syntagma 335, 346, 364
 syntaktika 331
 syntéza 23, 25
 systém
 ~ informačně otevřený/
 uzavřený 42
 ~ přirozený 42n
 syžet 370
- Š**
 šetření
 ~ dotazníkové 155, 157n, 174
 ~ kvalitativní 51, 61, 277
 ~ kvantitativní 51, 61, 311, 478
 ~ longitudinální 41, 90
 ~ omnibusová 170
 ~ průřezová 41
 ~ statistické 157
 ~ výběrová 87
 ~ vyčerpávající 86
 škála 130, 198, 200n
 ~ Likertova typu 202
 ~ postmaterialismu 133, 192,
 194
 ~ sociální distance
 Bogardusova 133, 203
 škola
 ~ Birminghamská 32, 259, 261,
 298, 331
 ~ Glasgowská mediální 236,
 305
 ~ Chicagská 259, 400
 šok kulturní 270, 278, 280
- T**
 tabulka 478, 479
 talking head 347
 tazatel 167, 169, 171, 176, 206,
 208, 211n, 215n, 400, 410
- techniky
 ~ nevtíravé (unobtrusive
 methods) 153, 267, 274, 288
 ~ výzkumné 24
 téma výzkumu 66, 69, 310
 teorie 30, 301, 404, 406, 407, 421
 ~ středního dosahu 402
 ~ vědecká 30
 ~ zakotvená (grounded
 theory) 398, 400n, 406n, 412,
 420
 ~ zpravodajských hodnot 324,
 326, 353
 terén viz výzkum – terénní
 termín 31
 terminologie 31
 ~ oborová 31
 test
 ~ komutační 360, 366, 379,
 440
 testování hypotéz 114
 text 330, 331, 341n, 354, 357,
 360, 367, 370, 372, 376, 381n,
 391n, 443, 451
 ~ otevřený 298, 349
 ~ uzavřený 298, 349
 tonalita viz valence
 transkripce viz přepis rozhovoru
 triangulace
 ~ dat 268
 ~ metod 78, 262
 tvorba dat 155
- U**
 ukazatel viz indikátor
 úroveň měření 129
 uzavírání (closing) 348, 377
- V**
 valence (vyznění) 303

- validita (platnost) 53, 55, 126, 140, 271, 320, 394, 410, 477
- ~ empirická 54
- ~ externí 54, 141
- ~ interní 54, 140
- ~ komunikativní 141, 408
- ~ konstruovaná 54, 141
- ~ obsahová 141
- ~ prediktivní 141
- ~ souběžná 141
- ~ teoretická 54
- ~ vnitřní 273
- ~ založená na členství ve skupině 141
- ~ založená na mínění expertů 142
- ~ zjevná 142
- vědění a moc 433, 434, 436
- vedení rozhovoru 214, 217, 228
- vědy 18
- ~ duchovní 38
- ~ humanitní 31
- ~ idiografické 52
- ~ nomotetické 52
- ~ normální 32
- ~ přírodní 27, 33, 37
- ~ sociální 31, 36, 40, 45, 479
- velikost vzorku 106, 107
- verifikace 34, 35
- věty protokolární 34
- výběrová chyba viz chyba výběrová
- výběr vzorku 91, 93, 473, 476
- ~ klíč švédský 98
- ~ kvótní 99
- ~ metoda konstruovaného týdne 311
- ~ nahodilý 107
- ~ náhodná procházka 98
- ~ náhodný bez opakováním 96
- ~ náhodný s opakováním 96
- ~ oblastní 97
- ~ prostý náhodný 93n, 102, 107
- ~ samovýběr 107n
- ~ soudců 101
- ~ stratifikovaný 97
- ~ strukturální 101
- ~ systematický 96
- ~ technika sněhové koule 102
- ~ vícefázový 97
- ~ vícestupňový 97
- ~ záměrný 93, 99, 101n, 312
- vyprávění/narativ 370, 373
- ~ funkce postav 374
- vysvětlení 38, 254
- výzkum 21, 469, 476
- ~ aplikovaný 22
- ~ deskriptivní 75
- ~ dlouhodobý (longitudiální) 263
- ~ etnografický 89
- ~ explorativní 74
- ~ kvalitativní 51, 59, 61n, 208, 329, 395n, 402, 404
- ~ kvantitativní 51, 59, 61, 293n, 329, 478
- ~ pilotní 62
- ~ terénní 269, 271, 274, 275, 280
- ~ základní 22
- výzkum v knihovně 82n
- výzkumník 45, 184, 208, 212, 250, 255, 257, 260, 269n, 274n, 277, 279, 300, 318n, 329, 355, 370, 375, 400n, 406, 408n, 470, 475
- význam 334, 339, 341n, 356, 360, 376, 382, 385, 409n, 452
- ~ preferovaný 442
- ~ skrytý/latentní 437

- vzdálenost ohnisková 351
 vzorek 86, 311, 314, 319
 ~ výzkumný 314
 vztahy
 ~ mezi jevy 30, 33
 ~ mezi pojmy 404
 ~ mezi proměnnými 28
- Z**
- zacílení/zaostření (focusing) 348
 zarámování (framing) 348n
 závěr výzkumu 473, 477
 závěry/poznatky 425, 469, 472, 477
 ~ vědecké stati 472
 závislost statistická 28
 znak 122, 135, 331n, 341, 343, 354, 356n, 359n, 362n, 365n, 379n, 385, 393, 442
 ~ hlavní 346
 ~ hodnota znaku 334
 ~ ikonický 384
 ~ kardinální 129
 ~ motivovanost znaku 334
 ~ multiakcentuální 455
 ~ nominální 129
 ~ ordinální 129
 ~ vedlejší 346
 zobecnění (generalizace) 25
 zpravodajství 326, 327, 349, 353n, 359, 384, 448, 466
 zpráva závěrečná (výzkumná) 399, 469, 470, 472, 474, 478
 ~ časopisecké stati 471n, 475
 ~ monografie 471, 475
 ~ odborný text 471, 474, 480, 481
 ~ vyprávění z terénu 398
 zvuk 353, 383

Jmenný rejstřík

A

Abu-Lughodová, Lila 270
Aderson, Benedict R. 267
Alan, Josef 32, 156, 227, 400
Allport, Gordon W. 294
Angová, Ian 109, 262, 284
Aristoteles 372

B

Babbie, Earl R. 23, 53, 79
Bacon, Francis 22, 26
Bachten, Geoffrey 333
Ballová-Rokeachová, Sandra
J. 354
Bandura, Albert 29
Barthes, Roland 333, 337, 339,
357, 359, 369, 370n, 375, 383,
384, 447
Baudrillard, Jean 368
Bauman, Zygmunt 20, 449
Benjamin, Walter 383
Bennett, Lance W. 327
Bennett, Tony 457, 458
Berelson, Bernard 90, 289, 291
Berger, Peter 31, 39
Bernstein, Basil 336
Bignell, John 330

Bishop, Hywel 446
Bitrich, Tomáš 416
Blahuš, Petr 106
Blažek, Bohuslav 356
Blumer, Herbert 259, 400
Bočák, Michal 426, 430, 433
Bourdieu, 458
Brooks, David 480
Brunsdonová, Charlotte 372
Buriánek, Jiří 32

C

Carnap, Rudolf 34, 142
Cetl, Jiří 367
Clifford, James 283
Comte, August F. X. 33
Corbinová, Juliet 59, 401n, 408,
411n, 414, 424
Cowdery, Ron 381
Cowleyová, Sarah 403
Curran, James 298, 331

D

DeFleur, Melvin 29, 354
Denzin, Norman K. 78, 260,
395
Derrida, Jacques 428

- Descartes, René 22
Dijk, Theun A. van 148, 264,
427, 429, 446n
Dilthey, Wilhelm Ch. L. 38, 396
Disman, Miroslav 28, 43, 53,
120, 167, 257
Dominick, Joseph R. 320
Douglas, Jack 214
Durkheim, Émile 11, 38
- E**
Eco, Umberto 298, 333, 349
- F**
Fairclough, Norman 427n, 435,
437, 442n, 445, 462
Fajkus, Bedřich 17, 19, 34, 36n,
142, 430
Fay, Brian 17, 38
Ferjenčík, Ján 54
Findra, Ján 471
Fiske, John 33, 292, 298, 334,
337n, 356, 359, 431, 433, 437
Flusser, Vilém 338, 383, 384
Foret, Martin 289, 355
Foucault, Michel 333, 427, 429,
430n, 437, 457
Franěk, Marek 353
- G**
Gadamer, Hans Georg 391, 393
Gallup, George H. 85, 94
Galtung, Johan 322
Garfinkel, Harold 259, 461
Gaudetová, Hazel 90, 291
Gauntlett, David 10, 237, 265
Gee, James Paul 427, 429, 439
Geertz, Clifford 35, 255, 260, 283
Genett, Gérard 370, 372n
- Gerbner, George 127, 294
Giddens, Anthony 261
Glaser, Barney G. 400n, 408
Goffman, Erwing 168, 282, 348,
461
Greimas, Algirdas J. 374, 450
- H**
Habermas, Jürgen 12, 431
Halloran, James 47, 261
Hall, Stuart 262, 298, 331, 334,
377, 385, 428, 449
Hansen, Anders 275, 342, 395
Harawayová, Donna 457
Hardingová, Sandra 363
Harper, Douglass 383
Harris, Marvin 260
Hartley, John 322, 328, 337n,
341, 346, 349, 359
Hasmanová-Marmánková, Jaro-
slava 471
Heathová, Helen 403
Hebdige, Dick 329
Hendl, Jan 19, 53n, 78, 106, 391,
471n
Hjelmslev, Louis 338, 360
Hobsonová, Dorothy 262, 284
Hoffmannová, Jana 463
Holsti, Ole 295
Hovland, Carl 29
Hrešanová, Eva 471
Hroch, Miroslav 229, 386
Hubík, Stanislav 31, 367
- Ch**
Chandler, David 341, 375
Charmazová, Katty 401
Chomsky, Noam 40, 462

J

Janoušek, Ivo 420
Jaworski, Adam 446
Jensen, Klaus 263
Jeřábek, Hynek 291
Jørgensenová, Marianne 431

K

Kaderka, Petr 450, 466
Karhanová, Kamila 450, 466
Katuščák, Dušan 471
Katz, Elihu 66, 236, 243, 248,
262, 360
Kaufmann, Jean-Claude 215
Keller, Jan 18, 33, 40, 367, 402
Kellner, Douglas 79
Kerlinger, Fred N. 20, 21, 29, 54,
111, 205, 221
King, Lary 220
Končelík, Jakub 389
Konopásek, Zdeněk 396, 416
Krejčí, Jindřich 478
Krippendorff, Klaus 320
Kronicková, Jane C. 390n
Křivohlavý, Jaro 279
Kuhn, Thomas S. 19, 32, 33

L

Lakatos, Imre 36
Lakoffová, Robin 436
Lang, Kurt 305
Langová, Gladys E. 305
Lapčík, Marek 287, 343, 355,
360, 426, 431
Lasswell, Harold D. 293
Lazarsfeld, Paul Felix 90n, 134,
135, 142, 236, 291
Leeuwen, Theo van 429
Leudar, Ivan 466

Lévi-Strauss, Claude 279, 339,
361, 371
Lewis, Oscar 409
Librová, Hana 367
Liebesová, Tamara 66, 236, 243,
248, 262, 360
Lincolnová, Yvona S. 395
Lippmann, Walter 304
Locke, John 22
Loučková, Ivana 53, 55, 78, 82,
112, 121, 258, 423
Luckmann, Thomas 31, 39
Lull, James 254, 263, 273

M

Maanen, John Van 399
Macek, Jakub 60, 267
Manovic, Lev 268
Mayring, Philipp 290
McCombs, Maxwell 348
McQuail, Denis 33, 39, 292
Mead, George Herbert 332, 400
Meadová, Margaret 271
Merten, Claus 289, 306n
Merton, Robert King 32, 76,
236, 402, 406
Meško, Dušan 471
Mill, John Stuart 26
Mills, Charles Wright 45, 119,
329, 398, 411, 480
Miovský, Michal 398
Mitchell, William J. T. 289
Monaco, James 346
Morley, David 236, 243, 262n,
272, 297
Morris, Charles William 331,
333, 357
Mukařovský, Jan 357
Murphy, Robert F. 35, 249, 254,
277

Murthy, Dhiraj 269

N

Nedbálková, Kateřina 282

Nekvapil, Jiří 430, 466

Neuendorfová, Kimberly 291,
293, 294, 295

Noelle-Neumannová, Elisabeth 306

O

Ogden, Charles K. 333

Ochrana, František 24, 476

Orság, Petr 389

Osgood, Charles E. 203

Osvaldová, Barbora 306

P

Parkin, Frank 377

Parsons, Talcot 445

Peirce, Charles Sanders 20, 26,
34, 332, 333, 334

Petrusek, Milan 23, 34, 40n,
151, 268, 420

Phillipsová, Luise 431

Philo, Greg 236

Popper, Karl Raimund 17, 19,
26, 34, 36n, 60, 113, 117, 374,
411

Potter, Jonathan 428

Propp, Vladimir J. 370n

Punch, Keith F. 73, 472

R

Rabušic, Ladislav 469

Radwayová, Janice 262

Ragin, Charles 61

Reese, Stephen 264, 336

Reifová, Irena 305, 428

Richards, Ivor A. 333

Rogge, Jan-Uwe 263

Roseová, Gillian 429, 431, 455,
456, 457, 458

Rugeová, Mari H. 322

Ř

Řehák, Jan 27, 28, 121, 129, 471,
475, 479

Řeháková, Blanka 28, 121, 129

Říchová, Blanka 386

S

Sacks, Harvey 461n

Saussure, Ferdinand de 332,
334, 335

Sedláková, Renáta 257, 326, 356,
380, 416, 449, 450, 453

Selby, Keith 381

Shoemakerová, Pamela 264, 336

Schegloff, Emanuel 461

Scherer, Helmut 294

Schulz, Winfried 305

Schütz, Alfred 38

Silverman, David 207n, 417,
463, 470, 474, 476

Silverstone, Roger 264

Sontagová, Susan 383

Strauss, Anselm L. 59, 400n,
411n, 424, 452

Š

Šanderová, Jadwiga 83, 471

Šmajš, Josef 367

Šmausová, Gerlinda 363

Šoltys, Otakar 355

T

Todorov, Tzvetan 370, 372

Trampota, Tomáš 153, 304, 336
Tuchmanová, Gaye 264, 305,
336
Turner, Graeme 32, 297

V

Valček, Peter 357
Vaněk, Miroslav 230
Večeřa, Pavel 389
Vidovičová, Lucie 380, 416
Vodáková, Alena 23, 420
Vojtěchovská, Martina 153, 304
Vološinov, Valentin N. 335
Vybíral, Zbyněk 428, 432

W

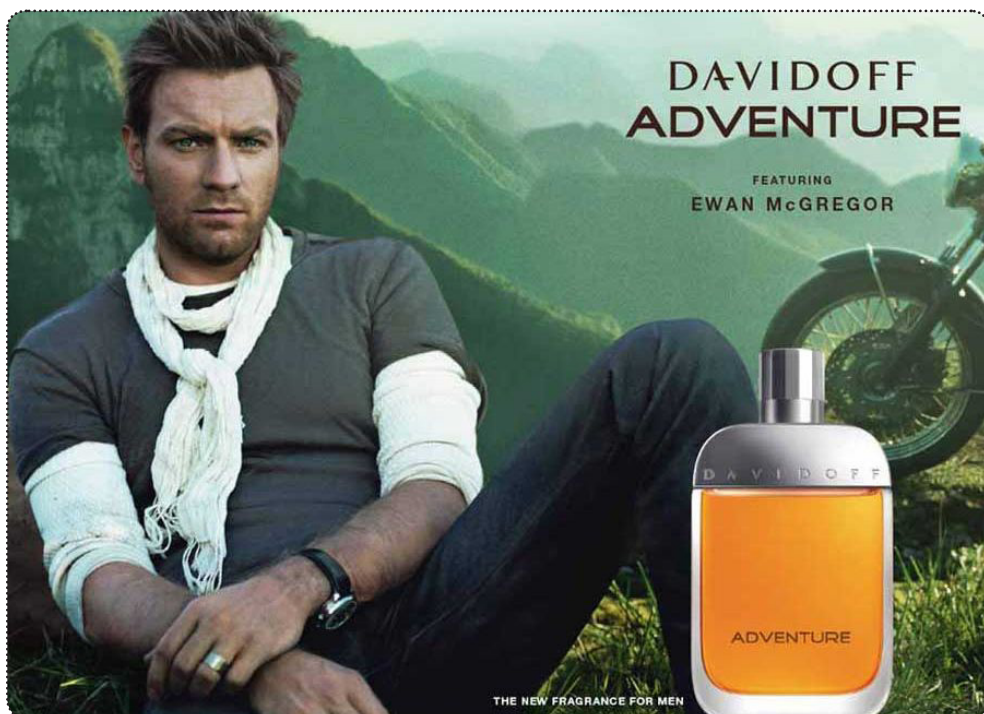
Weber, Max 38, 45, 74, 292, 358,
406, 437, 473
Wetherellová, Margaret 428
Williamsonová, Judith 367
Wimmer, Roger D. 320
Windelband, Wilhelm 52
Winch, Peter 38, 39
Wittgenstein, Ludwig 428
Wodaková, Ruth 428n, 431

Z

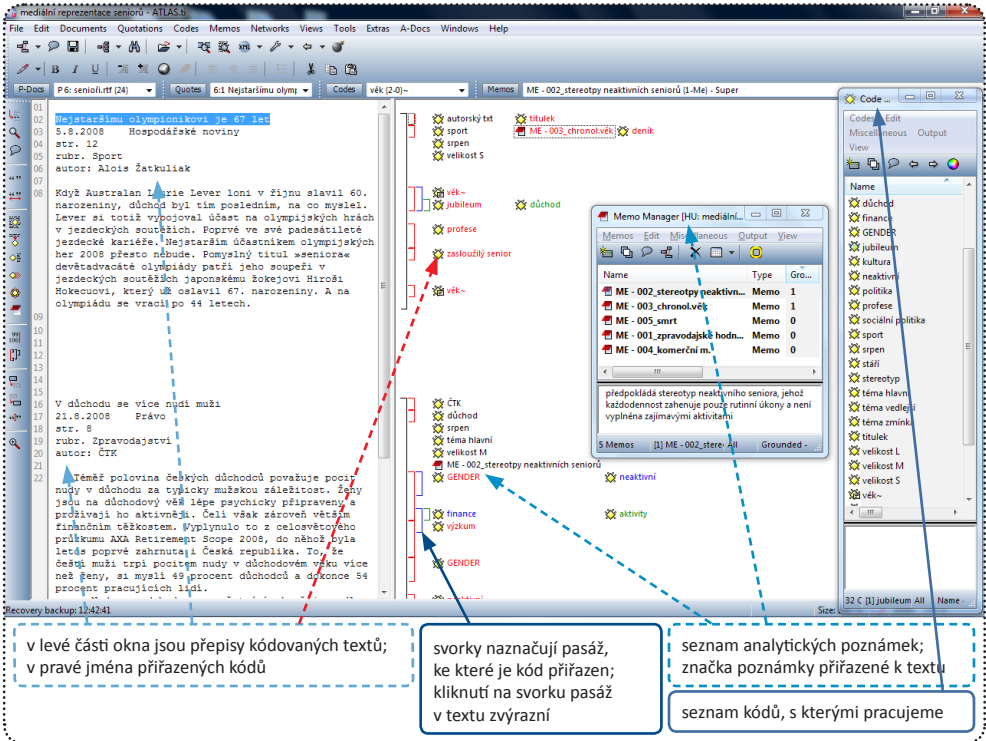
Zábrodská, Kateřina 428
Zoonenová, Lisbet van 372



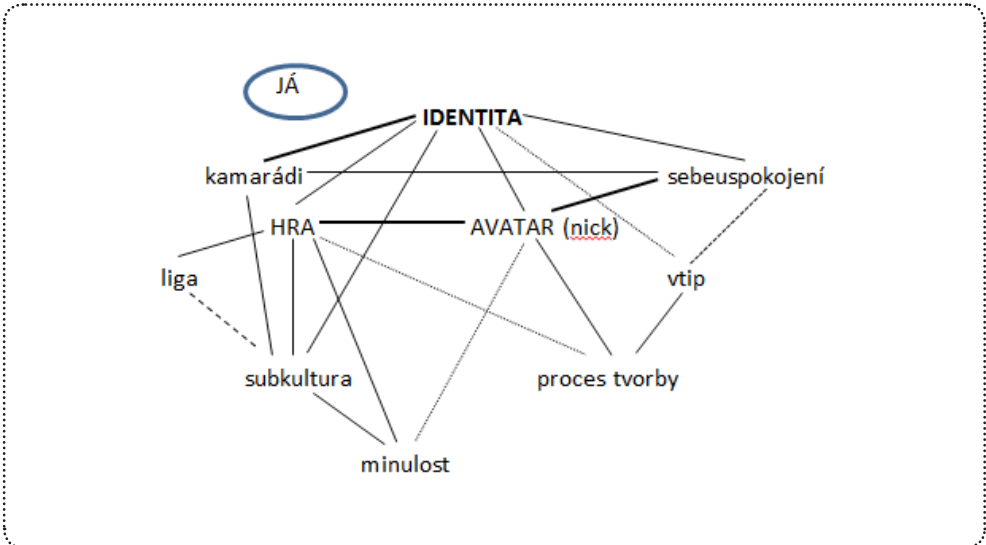
Obr. 1 Stromy, nebo les?



Obr. 13 Reklamní sdělení



Obr. 14 Výzkumná jednotka okódovaná v programu Atlas.ti



Obr. 15 Vizualizace propojení kategorií*

* Síla a typ čar vyjadřují sílu vztahu mezi kategoriemi; čím silnější čára, tím více jsou pasáže označené těmito kódy provázány. Využit lze i různé typy čar pro vyjádření odlišných vztahů.



Všichni si mě berou
jenom pro peníze

Jsem váš
Termínovaný účet

- garance předčasného
výběru bez sankcí

Úroková sazba
až 3,6 % ročně

 **KB**

Můj svět. Moje banka.

Obr. 17 Tisková verze komentovaného reklamního spotu



Bonusové vyobrazení: Paul F. Lazarsfeld a Harold D. Lasswell při studiu nových médií*

* Autor vyobrazení T. Vovsík.

Nabídka
publikací

nakladatelství

GRADA

Grada Publishing

Dějiny českých médií

Od počátku do současnosti

Petr Bednařík, Jan Jirák, Barbara Köpplová



Dějiny českých médií

Od počátku do současnosti

PETR BEDNAŘÍK, JAN JIRÁK, BARBARA KÖPPLOVÁ

448 stran

ISBN 978-80-247-3028-8

Publikace z nakladatelství Grada Publishing si můžete zakoupit u svého knihkupce nebo objednat v zákaznickém servisu nakladatelství:

ČR – Grada Publishing, a.s.
U Průhonu 22, 170 00 Praha 7
tel.: +420 234 264 401
fax: +420 234 264 400
e-mail: obchod@grada.cz

SR – Grada Slovakia, s.r.o.
Moskovská 29, 811 08 Bratislava
tel. +421 2 556 45 189
fax: +421 2 556 45 179
e-mail: grada@grada.sk

www.grada.cz

Nabídka
publikací

nakladatelství

GRADA

Grada Publishing

Komunikace ve veřejné správě

Vladimír Heger



Komunikace ve veřejné správě

VLADIMÍR HEGER

256 stran

ISBN 978-80-247-3779-9

Publikace z nakladatelství Grada Publishing si můžete zakoupit u svého knihkupce nebo objednat v zákaznickém servisu nakladatelství:

ČR – Grada Publishing, a.s.
U Průhonu 22, 170 00 Praha 7
tel.: +420 234 264 401
fax: +420 234 264 400
e-mail: obchod@grada.cz

SR – Grada Slovakia, s.r.o.
Moskovská 29, 811 08 Bratislava
tel. +421 2 556 45 189
fax: +421 2 556 45 179
e-mail: grada@grada.sk

Nabídka
publikací

nakladatelství

GRADA

Grada Publishing

Public relations

Dějiny – teorie – praxe

Ladislav Kopecký



Public relations

Dějiny – teorie – praxe

LADISLAV KOPECKÝ

240 stran

ISBN 978-80-247-4229-8

Publikace z nakladatelství Grada Publishing si můžete zakoupit u svého knihkupce nebo objednat v zákaznickém servisu nakladatelství:

ČR – Grada Publishing, a.s.
U Průhonu 22, 170 00 Praha 7
tel.: +420 234 264 401
fax: +420 234 264 400
e-mail: obchod@grada.cz

SR – Grada Slovakia, s.r.o.
Moskovská 29, 811 08 Bratislava
tel. +421 2 556 45 189
fax: +421 2 556 45 179
e-mail: grada@grada.sk

Nabídka
publikací

nakladatelství

GRADA

Grada Publishing



Politika a média v konzumní společnosti

VLASTIMIL RŮŽIČKA

192 stran

ISBN 978-80-247-3667-9

Publikace z nakladatelství Grada Publishing si můžete zakoupit u svého knihkupce nebo objednat v zákaznickém servisu nakladatelství:

ČR – Grada Publishing, a.s.
U Průhonu 22, 170 00 Praha 7
tel.: +420 234 264 401
fax: +420 234 264 400
e-mail: obchod@grada.cz

SR – Grada Slovakia, s.r.o.
Moskovská 29, 811 08 Bratislava
tel. +421 2 556 45 189
fax: +421 2 556 45 179
e-mail: grada@grada.sk

www.grada.cz

Nabídka
publikací

nakladatelství

GRADA

Grada Publishing

Stylistika pro žurnalisty

Eva Minářová



Stylistika pro žurnalisty

EVA MINÁŘOVÁ

296 stran

ISBN 978-80-247-2979-4

Publikace z nakladatelství Grada Publishing si můžete zakoupit u svého knihkupce nebo objednat v zákaznickém servisu nakladatelství:

ČR – Grada Publishing, a.s.
U Průhonu 22, 170 00 Praha 7
tel.: +420 234 264 401
fax: +420 234 264 400
e-mail: obchod@grada.cz

SR – Grada Slovakia, s.r.o.
Moskovská 29, 811 08 Bratislava
tel. +421 2 556 45 189
fax: +421 2 556 45 179
e-mail: grada@grada.sk

Kniha je určena nejen studentům, kteří se v rámci svého studia zabývají analýzou mediálních obsahů a účinků médií, ale i zájemcům o fungování médií. Ocení ji také všichni ti, kdo pracují s výzkumnými zprávami nebo jsou zadavateli výzkumných šetření v oblasti sociálních věd.

Publikace uvádí čtenáře do metodologie a empirického výzkumu **sociálních věd**, provádí jej jeho jednotlivými etapami a poskytuje vodítka pro samostatnou vědeckou práci v oblasti výzkumu médií. Hlavní snahou autorky je představit nejčastěji užívané postupy ve **výzkumech médií** a kultury realizovaných v České republice. Čtenáři si tak osvojí základní pravidla **vědecké práce** a postupy vytváření a ověřování poznatků v oblasti **mediálních, kulturních** a částečně i **komunikačních studií**. Text představuje především linii vycházející ze sociologické tradice.



www.grada.cz



Grada Publishing, a. s.
U Průhonu 22, 170 00 Praha 7
tel.: +420 234 264 401
fax: +420 234 264 400
e-mail: obchod@grada.cz

ISBN 978-80-247-3568-9



Publikace čtenářům:

- » pomáhá zvýšit obeznamenost s termíny z oblasti výzkumu médií a s jejich správným užíváním;
- » usnadňuje pochopit vztah mezi teoretickou a empirickou částí vědy, mezi teorií a konkrétními výzkumnými technikami;
- » poskytuje znalost základních výzkumných postupů mediálních, komunikačních a kulturních studií, a to jak ve vztahu k mediálním obsahům, tak k jejich příjemcům;
- » zvyšuje schopnost porozumět závěrečným zprávám z výzkumných šetření a posoudit kvalitu prezentovaných dat a vyvozených závěrů;
- » rozvíjí dovednosti potřebné pro přípravu a realizaci výzkumu mediální komunikace;
- » zvyšuje schopnost vhodně a jasně prezentovat výzkumná zjištění akademické obci i široké veřejnosti;
- » upozorňuje, jakých chyb se vyvarovat při realizaci vlastního šetření a publikování jeho výsledků.