



II OGÓLNOPOLSKA KONFERENCJA METODOLOGICZNA MEDIOZNAWCÓW

Interdyscyplinarne horyzonty badań mediów

www.konferencjamedioznawcza.id.uw.edu.pl

18 listopada 2011 r.

Instytut Dziennikarstwa Uniwersytetu Warszawskiego

17 listopada 2011 r. (czwartek) – warsztaty metodologiczne (program – patrz: PDF pt. *Warsztaty metodologiczne 2011 r.*)

18 listopada 2011 r. (piątek)

9.00 – 9.30 Rejestracja

Panel I: Poziom mikro

9.30 – 9.50 dr hab. Agnieszka Ogonowska (Uniwersytet Pedagogiczny im.KEN w Krakowie),

Przekazy audiowizualne jako nośniki pamięci kulturowej i medium pamięci komunikatywnej;

9.50 – 10.10 dr Paweł Ciołkiewicz (Wyższa Szkoła Pedagogiczna w Łodzi), *Analiza konwersacyjna jako narzędzie badania telewizyjnych dyskursów eksperckich;*

10.10 – 10.30 dr Magdalena Mateja (Uniwersytet Mikołaja Kopernika w Toruniu), *Raport z metodologicznego „pogranicza”. O badaniu medialnych portretów ofiar katastrofy smoleńskiej;*

10.30 – 10.45 Pytania do prelegentów

10.45 – 11.00 Przerwa kawowa

11.00 – 11.20 dr Katarzyna Maciejewska-Mieszkowska (Uniwersytet Warmińsko-Mazurski w Olsztynie), *Analiza dyskursu politycznego w kampanii wyborczej na urząd prezydenta Olsztyna na łamach „Gazety Olsztyńskiej” w 2010 roku;*



U n i w e r s y t e t

W a r s z a w s k i

**I N S T Y T U T
D Z I E N N I K A R S T W A**

00-927 Warszawa, ul. Nowy Świat 69, telefon/fax: 826-93-66

e -mail: tomasz.gackowski@id.uw.edu.pl (tel. 502-123-160)

Ogólnopolskie Konferencje Metodologiczne Medioznawców

Uniwersytet Warszawski

d. Centrum Informatyczne UW

17 listopada 2011 r. – warsztaty metodologiczne (1. Edycja)

18 listopada 2011 r. – obrady plenarne

Cel warsztatów:

- Stworzenie forum wymiany doświadczeń oraz opinii badaczy na temat różnych metod badań mediów - coroczny „monitoring metodologiczny” (najpopularniejsze metody badawcze, innowacyjne analizy mediów, nowe perspektywy badawcze);
- Integracja środowiska badaczy oraz teoretyków mediów z różnych zakątków Polski wokół zagadnień metodologicznych;
- Stworzenie metodologicznego przewodnika badań medioznawczych, który byłby przedmiotem corocznych rozważań uczestników warsztatów metodologicznych (możliwość korekty oraz rozwinięcia zapisów kodeksu, który miałaby z założenia formułę otwartą).

2. **Sekcja poświęcona badaniom telewizji –prowadzący:** prof. Maciej Mrozowski (UW), prof. Piotr Francuz (KUL);

- ➔ Problem analizy porównawczej w projektach badawczych poświęconych niejednorodnym audycjom telewizyjnym w różnych stacjach telewizyjnych;
- ➔ Ergonomia procesu kodowania przekazów telewizyjnych na podstawie wielopłaszczyznowych kluczy kategoryzacyjnych – np. problem transkrypcji materiałów telewizyjnych;
- ➔ Problem interpretacji instrukcji kodowych w toku procesu kodowania;
- ➔ Metody weryfikacji danych uzyskiwanych w procesie kodowania – współpraca w ramach grupy badawczej;
- ➔ Kategorie badawcze w analizie zawartości przekazów telewizyjnych – wizja i fonia, narracja, kontekst, bohaterowie, zjawiska, relacje, objaśnienia (eksperti), dynamika przekazu, podkład (muzyczny, off) etc.
- ➔ Telemetria w służbie badań medioznawczych programów telewizyjnych – punkt odniesienia, kryterium doboru próby badawczej, element strukturyzujący wnioski, płynące z badania przekazów medialnych?
- ➔ Badanie czynników oddziałujących na proces powstawania materiałów telewizyjnego – to, co widać, to, co słyszeć, motywacje prezentera, operatora kamery, reżysera, reportera etc. Jak ważyć kryteria przy uwzględnieniu wielu współautorów przekazu? Kogo czynić odpowiedzialnym za materiał – rozróżnienia metodologiczne w celu uchwycenia i przebadania praktyk tworzenia materiałów telewizyjnych

3. **Sekcja poświęcona badaniom radia – prowadzący –** prof. Tomasz Goban-Klas (UJ), prof. Stanisław Jędrzejewski (KUL)

- ➔ Problem porównywania wyników analiz określonych audycji radiowych w stacjach o różnych profilach;
- ➔ Ergonomia procesu kodowania audycji radiowych na podstawie klucza kategoryzacyjnego – arkusze kalkulacyjne, kwestia archiwizacji danych, problem konieczności transkrypcji etc.

- ➔ Uwzględnianie w badaniach audycji radiowych zakładanych przez stacje radiowe profili słuchaczy (osobowość, zainteresowania, a także parametry metrykalne – wiek, miejsce zamieszkania, zamożność etc.)
 - ➔ Radiometria i Radiotrack w służbie badań ilościowych – punkt odniesienia, wskazówki dla kluczy kategoryzacyjnych czy też uzupełnienie wyników analiz audycji radiowych?
 - ➔ Problem symultanicznego kodowania – głos przewodni – prowadzący, goście audycji, słuchacze na antenie, odgłosy z off-u, jingles – problem wyodrębniania części dla potrzeb analizy vs. próby symultanicznego kodowania na kilku poziomach;
4. **Sekcja poświęcona badaniom „nowych mediów” (Web. 1.0, 2.0, 3.0, „nowe media” i „nowe nowe media” – abstrahując czasowo od problemów definicyjnych) – prowadzący – dr Jan Zając (UW), dr Magdalena Szpunar (AGH)**
- ➔ Problem porównywania wyników analiz zawartości poszczególnych witryn i portali internetowych?
 - ➔ Oprogramowanie automatyczne do analizy parametrów ilościowych w sieci – np. crawling – użyteczność, obróbka surowych danych, wyciąganie wniosków – zalety i ograniczenia automatyzacji procesu archiwizacji danych;
 - ➔ Nettrack, Megapanel – punkt odniesienia, punkt wyjścia do analizy? Ograniczenia tych badań;
 - ➔ Problem dostępu do danych prywatnych a nieograniczone możliwości badania informacji publicznych w portalach społecznościowych? Ignorować czy próbować penetrować – jeśli tak to w jaki sposób i w jakim celu?
 - ➔ Wyznaczanie próby badawczej w badaniach Internetu – kryterium celowości kontra reprezentacja w świetle dookreślenia rzeczywistej populacji przedmiotu badań;
 - ➔ Problem badania interakcji użytkowników Internetu z portalami i witrynami, będącymi przedmiotem badań – śledzenie użytkownika, wyborów jakie dokonuje w trakcie obecności na danej stronie;