UNIVERZITET U TUZLI

FILOZOFSKI FAKULTET

DOKTORSKI STUDIJ KOMUNIKOLOGIJA

Tuzla, april, 2014. god.

METODOLOGIJA KOMUNIKOLOŠKIH ISTRAŽIVANJA

ISPITNI ZADATAK

Metodom analize sadržaja istražiti stanje dnevnih i sedmičnih informativno-političkih novina u Bosni i Hercegovini.

1. Pri teorijskoj konceptualizaciji istraživanja uzeti u obzir klasifikaciju mogućih ciljeva analize sadržaja po Wimmeru i Dominicku;
   1. opisivanje obrazaca i trendova u medijskim prikazima;
   2. testiranje hipoteza o utjecaju politike i ciljeva vlasnika medija na medijske sadržaje;
   3. uspoređivanje sadržaja medija sa stvarnim svijetom;
   4. procjena zastupljenosti pojedinih društvenih skupina u medijskim sadržajima i
   5. zaključivanje ​​o medijskim učincima.
2. Pri definiranju **istraživačkih pitanja i hipoteza** voditi se osnovnim principima savremenog novinarstva koje su artikulirali Bil Kovač i Tom Rozensti):
   1. Posvećenost istini,
      1. činjeničnost saznanja,
      2. zasnovanost na nepristrasnom pristupu izvještavanja,
      3. utemeljenost na relevantnim činjenicama,
      4. reprezentativnost činjenica
      5. preciznost u dimenzioniranju i orjentiranju činjenica
   2. Lojalnost prema građanima (javnosti),
   3. Težnja ka tačnosti - disciplina provjeravanja
   4. Težnja da vijesti budu sveobuhvatne i proporcionalne
   5. Neovisnost od onih o kojima se izvještava,
   6. Nadzirati vlast i govoriti u ime onih čiji se glas ne čuje,
   7. Pružati priliku za javnu kritiku i komentare
   8. Baviti se značajnim (relevantnim) pitanjima i prezentirati ih tako da budu zanimljiva
   9. Imati odgovornost prema savjesti.
3. Pri operacionalizaciji istraživanja uzeti u obzir klasifikaciju glavnih dimenzija komunikacijskih sadržaja koje je moguće kvantificirati (mjeriti) a koje odgovaraju glavnim područjima analize sadržaja po Krippendorffu:
4. *Fizičke osobine sadržaja –* odnose se nadimenzije (obim) jedinica analize sadržaja uključenih u uzorak istraživanja. - broj riječi u jedinici analize, broj rečenica, broj pausa, broj citata, broj navedenih podataka, broj izvora na koji se poziva autor, veličinu ilustracije, i sl.
5. *Sintaktičke osobine sadržaja -*  odnose se na vrste riječi i rečenica, neuobičajene upotrebe jezika i sl.
6. *Osobine referiranja -*  odnose se na način na koji analiziranim sadržajima označavaju osobe, događaji, ideje, vrijednosti i sl. Mjeriti: 1) funkciju ( referencijalna, ekspresivna, konativna, edukativna, rekreativna), 2) kvalitativna obilježja tog referiranja (izravno, neizravno, u pozitivnom ili negativnom tonu (dobra vijest – loša vijest), proponentsko, neutralno ili oponentsko, stereotipiziranje, stigmatiziranje, kontekstualiziranje, senzacionalističko, ili ozbiljno) - po pravilu podrazumijevaju mjerenje valencije i intenziteta.
7. *Propozicijska obilježja -*  odnose se na obilježja formata poruka- uključujući i vrste diskursivnih iskaza (žanrovska struktura).
8. *Tematska obilježja -*  (termatska struktura) odnose se na identifikovanje i klasificiranje sadržaja analizirane jedinice sa stajališta kataloga relevantnih aktuelnih tema.

1. Obavezno uključiti kontrolnu grupu – koju će činiti najtiražnije dnevne i sedmične novine iz regiona.
2. Zaključivanje zasnovati na adekvatnim statističkim instrumentima.