

Weerakkody, Niranjala. 2015. *Research Methods for Media and Communication. second edition: Oxford University Press Avstralija, 320 p.*

Knjiga *Research Methods for Media and Communication* mednarodno priznane avtorice, znanstvenice in profesorice komunikologije in medijev na Univerzi Deakin v Avstraliji, obsega 320 strani teksta formata A4, ki vključuje predgovor avtorice, zahvalo, slovar pomembnih izrazov in pojmov, ter popis relevantne citirane in uporabljene znanstveno - strokovne literature. Založnik druge dopolnjene izdaje knjige je Oxford University Press Avstralija.

Pričujoča knjiga je vsebinsko razdeljena na pet tematskih sklopov, ki skupaj tvorijo 16 poglavij: Splošni uvod (1. del), Raziskovalni pristopi - kvantitativni (2.del), Raziskovalni pristopi- kvalitativni (3.del), Drugi raziskovalni pristopi (4. del), Analiza kvalitativnih in kvantitativnih podatkov (5.del).

Knjiga opisuje različne aspekte in proces raziskovalnega dela s poudarkom na področju medijev in komunikacije. Zelo nazorno, v razumljivem in jasnem jeziku in formulacijah predstavi uporabo kvantitativnih in kvalitativnih metod raziskovanja na področju medijev in komunikacije. Aplikativni pomen konceptov in metod avtorica predstavi na praktičnih primerih iz lastne prakse, bodisi praktičnih primerov s področja novinarstva, medijev in komunikacije. Prav tako se poslužuje »namigov« s katerimi bralcu na zelo elementaren, preprost način pojasni zapletene pojme in koncepte, kar še dodatno prispeva k boljšemu razumevanju vsebine. Avtorica je izjemna v svojem jezikovnem, pojasnjevalno preprostem slogu s katerim zahtevno strokovno vsebino približa bralcu in ga pritegne.

Metodologija in raziskovalne metode so temelj vsakega raziskovalnega dela, njihovo poznanje, razumevanje in uporaba pa temeljno orodje vsakega raziskovalca. Prav zato ima knjiga *Research Methods for Media and Communication* posebno vrednost tako za teorijo kot prakso. Gre za knjigo h kateri se lahko vedno znova vračajo in jo s pridom uporabljajo tako študenti, strokovnjaki kot akademiki.

Prvi del knjige v obsegu 7 poglavij v začetku predstavi raziskovalni proces kot del družbene realnosti s katero smo se vsi že srečali, bodisi da smo zanj slišali, da smo bili vanj vpleteni ali smo koristili rezultate raziskovalnega procesa, bodi si smo bili v vlogi raziskovalca samega. Raziskovalni proces gradi na treh temeljnih nivojih. Na prvem odgovarja na vprašanja kot so kaj, zakaj, če je tako kaj po-

tem in kaj če. Naslednji nivo se naveže na opazovanje ali zbiranje podatkov, temelječih na uveljavljenih teoretičnih in raziskovalnih temeljih, ki so ustrezni glede na postavljene hipoteze ali razskovalna vprašanja, uporabljene specifične podatke in metode. Zadnji nivo pa se nanaša na analizo opazovanj ali podatkov, ter njihovo razlago in evalvacijo. V nadaljevanju so obravnavane epistemologije, raziskovalne paradigme, metodologije in metode. Raziskovalne epistemologije predstavljajo temelj in definirajo izvedbo raziskave (definirajo kako izvedemo raziskavo in prezentiramo rezultate), zato je bistveno opredeliti epistemologijo in teoretično osnovo, ki je hkrati v pomoč pri izbiri ustrezne metodologije in metod. Avtorica nazorno prikaže kako se lotiti raziskovalnega dela, od definiranja raziskovalnega področja do definiranja problema, izvajanja pregleda literature, priprave predloga projekta in planiranje dela. Predstavi kako izdelati raziskovalno poročilo in opozori na etičnost v raziskovanju in publiciranju. Skozi prednosti in slabosti predstavi vzorčenje, ter različne nivoje merjenja kot so nominalno, ordinalno, intervalno in merjenje razmerij.

Drugi del v obsegu 3 poglavij obravnava oblikovanje in uporabo, ter prednosti in slabosti anketnih vprašalnikov, telefonskih intervjujev in intervjujev v živo. Predstavi izvedbo analize teksta, njeno praktično uporabo, omejitve metode analize teksta, ter praktično uporabo na področju novinarstva, medijev in komunikacije. V zadnjem poglavju obravnava eksperimentalni pristop v raziskovanju, različne vrste eksperimentov njihovo upotrabu in omejitve na specifičnem komunikološkem področju.

V tretjem delu v treh poglavjih avtorica podrobno predstavi kvalitativno metodologijo in sicer strukturiran, pol strukturiran in nestrukturiran intervju. Predstavi terensko raziskovanje in ciljne skupine, kot metodo zbiranja kvalitativnih podatkov za pilotne in raziskovalne študije.

Četrty del v obsegu dveh poglavij obravnava raziskavo primera in v tej zvezi različne vrste kot so raziskovalne, deskriptivne in eksplanatorne, kot tudi posamične in mnogotere. Avtorica jasno, po korakih predstavi kako izvesti raziskavo primera. Zadnje poglavje obravnava tekstualno analizo.

V zadnjem petem delu, ki obsega le eno to je 16 poglavje avtorica obravnava analizo kvantitativnih podatkov, prikaže komparativno metodo in kodiranje, ter nekatere računalniške programe (NUD*IST, Nvivo, Excel, SPSS) za kvantitativno analizo podatkov. Vsako poglavje se zaključi s

kratkim povzetkom, predlogi nadaljnjih aktivnosti, ter dodatno literaturo in viri.

Avtorica zaključí knjigo s slovarjem pojmov in popisom relevantne citirane in uporabljene znanstveno- strokovne literature.

Glede na zapisano lahko zaključimo, da je mednarodno priznana profesorica in avtorica Niranjala Weerakkody v pričujoči knjigi nazorno in preiščljeno v celoto zaokročila znanstveno – strokovno zahtevno materijo in jo s prefinjeno dostopnim in razumljivim slogom približala akademski in strokovni javnosti. Predstavljena knjiga ni le študijsko gradivo, je priročnik in poglobljeno delo h kateremu se vedno znova vrača tako študent kot izkušen raziskovalec, kar delu daje posebno vrednost.

Knjiga je posebej priporočljivo branje študentom komunikologije in strateškega komunikacijskega managementa, medijev in novinarstva, pa tudi širši strokovni in akademski javnosti.

Priljeno: 2017 – 03 – 01

Ksenija Korenjak Kramar, univ. dipl. prav,
 mag. ek. in posl. ved

Študentka doktorskega študijskega programa
 Strateški komunikacijski management, Alma Mater
 Europaea

Ule, Mirjana. 2009. Psihologija komuniciranja in medosebnih odnosov. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede, 430 str.

Strateški komunikacijski management obsega številna področja komunikacije in eno izmed pomembnih je tudi komunikacija na ravni medosebnih odnosov. Psihologija komuniciranja ter razumevanje vzpostavljanja medosebnih odnosov predstavljajo osnovna znanja vsakega raziskovalca na področju strateškega komunikacijskega managementa, saj mu omogočajo lažje, bolje in učinkovitejše obvladovanje in upravljanje z informacijami in komunikacijo na vseh ravneh. Pogled skozi prizmo razvoja socialnih medijev nam pokaže, da so vnesli v naš vsakdan možnost tvorjenja dvostranskega komunikacijskega procesa in tako posegli tudi na področje razumevanja psihologije komuniciranja in tvorjenja medosebnih odnosov.

Knjiga se osredotoča na komunikacijo s položaja posameznika v interakciji z okoljem, v tem primeru z drugimi posamezniki, s katerimi tvori komunikacijski proces, ki ga avtorica imenuje grajenje

medosebnih odnosov. Knjiga predstavlja eno izmed temeljnih del na področju psihologije komuniciranja in medosebnih odnosov. Struktura dela se razvija od obravnave psiholoških in socialnih kontekstov komuniciranja, jezika kot socialnega in kulturnega dejavnika v sistemu, neverbalnega in odnosnega komuniciranja, pa vse do grajenja medosebnih odnosov iz vidika psihologije medosebnega komuniciranja. Obravnavano delo osvetljuje pet področij: kritična analiza procesov socialne konstrukcije, diskurzivno in narativno analizo verbalnega in neverbalnega komuniciranja ter analiza razumevanja sporočil, konceptualizacije dinamike medosebnega komuniciranja preko naracije, razlikovanje med različnimi načini in vzorci komuniciranja v okvirju medosebne komunikacije ter podrobno obravnavo neformalne dialoške etike, ki temelji na empatiji in ravnotežju v socialnih izmenjavah.

Prvi del knjige obravnava psihološke in socialne kontekste komuniciranja in med temi podrobno obravnava komuniciranje kot socialni in tudi simbolični proces, osvetli kognitivne procese komuniciranja ter razloži teoretske tradicije v komuniciranju, pri katerih se avtorica osredotoči na taksonomske teorije, hevristične teorije, interpretativne teorije in razlagalne teorije.

Iz vidika strateškega komunikacijskega managementa so tukaj še posebej zanimive teorije, ki pojasnjujejo ustvarjanje novih kulturnih vzorcev in načinov življenja ter t.i. metateorije. Prvi del bi lahko vseboval več informacij o kognitivnih procesih komuniciranja, predvsem o pomenu in delovanju možganov in spomina pri procesu medosebne komunikacije.

Drugi del knjige se osredotoča na jezik, kot socialni in kulturni sistem. V tem okvirju avtorica pojasni vlogo jezika v komuniciranju, dejavni značaj jezika in govora ter jezik osvetli iz vidika ideologije in dominacije v komuniciranju. Jezik obravnava iz vidika njegove lokucijske vsebine, perlokucijskega učinka in tudi iz vidika ilokucijske moči. Avtorica kritično opredeli jezik in jezikovno komuniciranje, ki zahteva generativna načela, obravnava komunikacijski pomen, ki je seveda določen kontekstualno, opredeljuje jezikovne strukture, ki so funkcionalno oblikovane ter pojasni večfunkcionalno rabo jezika. Posebna dimezija tega poglavja je obravnava govora, ki ga avtorica imenuje »govor utišanih skupin«, kjer se kritično predeli do posebnosti obvladovanja ali nadvladovanja ene družbene skupine ned drugo zaradi nadzorovanja jezika družbenih skupin.