

## SYLABUS KURZU ZUR 539

### TELEVIZE A JEJÍ PUBLIKUM V KAŽDODENNÍ PERSPEKTIVĚ

**Katedra mediálních studií a žurnalistiky**

**stupeň:** magisterský

**vyučující:** PhDr. Jaromír Volek, Ph.D.

**výstup:** zkouška

**výuka:** přednáška: středa 13.30-15.00 posluchárna – AVC

seminář: 15.15 - 16.00 (učebna č. 54)

#### ANOTACE

Cílem kurzu je představit historickou i aktuální roli televize a přiblížit její komunikační specifika, a to jak ve srovnání se staršími technologiemi, tak ve srovnání s tzv. novými médii. Kurz je strukturován do tří základních částí semináře zaměřeného na nácvik práce se speciálním software pro analýzu chování publik:

**A/ TEORIE KAŽDODENNOSTI: STARÁ NOVÁ MÉDIA A NOVÁ NOVÁ MÉDIA**

**B/ ZÁKLADNÍ FORMY TELEVIZNÍHO OSLOVENÍ: ŽÁNRY A FORMÁTY**

**C/ MEDIÁLNÍ PUBLIKA: OD TELEVIZNÍCH DIVÁKŮ K ROZPTÝLENÝM PUBLIKŮM NOVÝCH MÉDIÍ.**

Kurs se zaměřuje na roli televize v rámci každodenních životních praxí jejího publika a přibližuje těsnou provázanost tohoto média s rutinizovanou povahou každodennosti. Kurs nabízí posluchačům možnost seznámit se s reflexí uvedené problematiky v širokém spektru různých teoretických východisek zahrnujících především sociologickou, psychoanalytickou a fenomenologickou perspektivu. Součástí kurzu je deset seminářů, ve kterých se posluchači seznámí s různými metodami analýzy chování mediálních publik (elektronické měření sledovanosti, deníčkové měření poslechovosti, analytické software: Golem, Data analyzer).

#### SYSTÉM HODNOCENÍ

**Pro absolvování kurzu je třeba splnit následující podmínky:**

1/ získat zápočet ze semináře za **zápočtový test (dva výpočty každý za 20b. = 40b. min. 20b.)**

2/ získat minimálně 70 bodů ze sedmi dílčích testů (z toho jedna domácí analýza sledovanosti)

(systém bodování 0, 5, 10, 15)

**Kritéria bodování testů:** a/věcná správnost, b/ logické, přehledné a stylisticky korektní uspořádání c/ aplikace, vlastní relevantní komentář, kritika

**Za každý test je možné získat 15 bodů (celkem 105b.)**

*Důvody pro omluvu absence upravuje studijní řád. Pokud bude absence omluvena je možné test absolvovat v náhradním termínu*

**K povinnému bodovému zisku z dílčích testů je možné přidat body za dvě bonusové analýzy k seminářům A2 a C10 (každá max. 20b.)**

**Závěrečné hodnocení je dáno součtem bodového hodnocení obou popsanych úkolů a volitelných bonusových analýz.**

#### **CELKOVÉ HODNOCENÍ:**

A=134+ (105+40)

B=123-133

C=112-122

D=101-111

E=90-100 (70+20)

## A/ MÉDIA V (POZDNĚ) MODERNÍ KAŽDODENNOSTI: STARÁ NOVÁ MÉDIA A NOVÁ NOVÁ MÉDIA

### **A1/ (21.2.) TELEVIZE JAKO NÁSTROJ ROZPOJOVÁNÍ/ SPOJOVÁNÍ KAŽDODENNOSTI V ČASE A PROSTORU**

**klíčová slova:** *modernita, časo-prostorové rozpojení (space-time distanciation), časoprostorové vyvázání (disembedding) zprostředkovaná interakce, zprostředkovaná kváziinterakce (quasi-mediated interaction), časo-prostorové koordináty, televizibilita.*

#### **Literatura:**

- \* Giddens, A.: Důsledky modernity. Slon 1999, str. 11-74.
- \* Moores, S.: Media/theory. Thinkong about media communications. Routledge, 2008, pp. 7-34 (Time and space)
- \*Thompson, J.B.: Rozvoj zprostředkované interakce. In: Média a modernita. Sociální teorie médií, Karolinum, pp. 70-98.
- Lefebvre, H.: Work and Leisure in Everyday Life. In: Critique of Everyday Life. Verso 1991. pp. 29-42.
- Williams, R.: Culture is Ordinary. In: Resources of Hope: Culture, Democracy, Socialism. London, Verso, 1989, pp. 3-14.
- Kracauer, S.: Boredom. In: The Mass Ornament: Weimar Essays. Harvard University Press. pp. 331-4.

### **A2/ (28. 2.) MODERNÍ KAŽDODENNOST NEBO KAŽDODENNÍ ŽIVOT V MODERNITĚ?**

**klíčová slova:** *lebenswelt, struktury relevance, „každodennost“, „každodenní život“, strategie mocných, taktiky slabých.*

#### **Literatura:**

- \* De Certeau, M.: General Introduction to *The Practice of Everyday Life*. In: Practice of Everyday Life. University of Californie Press 1984. pp. xi-xxiv.

### **A3/ (7.3.) KAŽDODENNOST JAKO TRATEGIE MOCNÝCH VS. TAKTIKY SLABÝCH.**

#### **Literatura:**

- Higmore, B.: Introduction: Questioning Everyday Life. In: The Everyday Life Reader. Routledge 2002.pp. 1-34.

#### **SEMINÁŘ: ANALÝZA KAŽDODENNÍCH MOTIVŮ A JEJICH FUNKCÍ**

*ECCE HOMO HOMOLKA. Filmové studio Barrandov, 1969, režie: Jaroslav Papoušek.*

Dostupné na <http://onlinevidea.tv/video/4279/ecce-homo-homolka#.UwRtSdzhZLN>

(Bonusová analýza použitých každodenních motivů a jejich funkce v narativních struktuře filmu. Konkrétní zadání ve studijních materiálech v IS).

### **A4/ (14. 3.) FUNKCE TELEVIZE: TELEVIZE JAKO NÁSTROJ KONSTRUKCE BEZPEČÍ**

**klíčová slova:** *objektově relační teorie (teorie objektních vztahů; ontologické bezpečí; přechodný objekt; přechodná zkušenost; potenciální prostor; kognitivní, emocionální, relaxační, integrační funkce; mytifikace.*

#### **Literatura:**

- \* Fiske, J., Hartley, J.: Reading Television. Routledge 1978, pp. 85-100.
- \* Mellencamp, P.: TV Time and Catastrophe, or Beyond the Pleasure Principle of Television. In: Logics of Television. BFI 1990.
- \*Winnicott, D.: Lidská přirozenost. Psychoanalytické nakladatelství 1999. str. 83-94.
- Winnicott, D.: The Theory of Parent-Infant Relationship. In: The Maturation Processes and the

Facilitating Environment. Karnac Books. 1990.

- Winnicott, D.: From Dependence Towards Independence in the Development of the Individual. In: The Maturational Processes and the Facilitating Environment. Karnac Books. 1990.

### **SEMINÁŘ: I. ÚVOD: ZÁKLADNÍ CHARAKTERISTIKY ELEKTRONICKÉHO MĚŘENÍ SLEDOVANOSTI, MĚŘENÍ ČTENOSTI (MEDIA PROJEKT) A POSLECHOVOSTI (RADIO PROJEKT)**

*projekce: Can you Believe TV Ratings. NOVA. Public Broadcasting Television 1995.*

- Webster, J.G., Phalen, P.,F., Lichty, L.W.: An Introduction to Audience Research.

In: Rating Analysis. The Theory and Practice of Audience Research. London. Lawrence Erlbaum Associates, 2000. pp. 1-12.

### **A5/ (21.3.) TELEVIZE JAKO KULTURNÍ TECHNOLOGIE A SPOLUTVŮRCE DOMOVA**

**klíčová slova:** *sociotechnický systém; kulturní technologie; zprivátněná mobilita (mobile privatization); Zworikin; Baird; Jenkins.*

#### **Literatura:**

\*Abramson, A.: The invention of television. In: Smith, A.: Television: An International History. Sage 1998.

\*Spiegel, L.: Installing the Television Set. Popular Discourses on Television and Domestic Space, 1948-1955. In: Camera Obscura, 16:1, 1998.

- Gray, A.: Technology in the domestic environment. In: Video Playtime: The gendering of a leisure technology. Routledge 1992.

- Smith, A.: Television across the World. In: Television. An International History. Oxford Univ. Press 1998.

- Cairncross, F.: Konec vzdálenosti. Computer Press 1999. kap. 3 - 7, 9, 10. (knihovna FSS)

- Ang, I.: Global Media/Local Meaning. In: Living Room Wars. Routledge 1996.

### **SEMINÁŘ II SEMINÁŘ: ZÁKLADY PRÁCE S PROGRAMEM GOLEM: HLAVNÍ FUNKCE**

#### **A6/ (28. 3.) TELEVIZE JAKO ČLEN RODINY**

**klíčová slova:** *domov; domácnost; politika obývacího pokoje; situační androgynie; testování reality, rodinný televizní rituál.*

#### **Literatura:**

•Morley, D: **Television in the Family. In: Family Television: Cultural Power and Domestic Leisure. Routledge 1986.**

\*Ang, I.: Gender and/in media consumption. In: Living Room Wars. Routledge 1996.

- Rogge, J.: The media in everyday family life: some biographical and typological aspects. In: Seiter, E.: Remote Control: Television, Audiences and Cultural Power. Routledge 1989.

- Gray, A.: Gender and class in the household. In: Video Playtime: The gendering of a leisure technology. Routledge 1992.

- Spiegel, L.: Television in the Family Circle: The Popular Reception of a New Medium. In: Logics of Television. BFI 1990.

**SEMINÁŘ III.: ZÁKLADY PRÁCE S PROGRAMEM GOLEM: pořady a cílové skupiny NASTAVENÍ VYBRANÝCH PARAMETRŮ: tvorba logických výrazů výpočetní ukazatele – ATS, Rating, typy analýz – detailní analýza**

## **B/ VYBRANÉ STRATEGIE TELEVIZNÍHO OSLOVENÍ: ŽÁNRY A FORMÁTY**

### **B7/ (4. 4.) O POVAZE TELEVIZNÍ NARATIVITY I.: MÝDLOVÁ OPERA**

**klíčová slova:** *televizní narace: mýtická a rituální; abstraktní a zkušenostní čas; cyklický a lineární čas; empirický realismus; emocionální realismus; tragická pocitová struktura, „direct cinema“, „cinema verité“, „docu soap“, estetika „Reality TV“, narativní formy, diváci reality TV.*

#### **Literatura:**

• **Ang, I.: Between reality and fiction. In: Watching Dallas. Soap opera and melodramatic imagination. Routledge 1985, pp. 13-50.**

\* Moran, A.: The Pie and Crust: Television Program Formats. In: Allen, R., Hill, A.: The Television Studies Reader. Routledge, 2004, pp. 258-266.

\* Allen, R.: Making Sense of Soaps. In: Allen, R., Hill, A.: The Television Studies Reader. Routledge, 2004, pp. 242-257.

- Morse, M.: News as Performance: The Image as Event. In: Allen, R., Hill, A.: The Television Studies Reader. Routledge, 2004, pp. 209-225.

- Fiske J.: Narrative. In: Television Culture. Routledge 1987.

- Mattelart, M.: Women and Cultural Industries. In: Media, Culture and Society, vol. 4, no. 2, pp. 135-50.

- Roscoe, J.: Big Brother Australia: Performing the „Real“ Twenty-Four-Seven. In: Allen, R., Hill, A.: The Television Studies Reader. Routledge, 2004, pp. 311-321.

- Livingstone, S., Lunt, P.: Studio Discussions. In: Allen, R., Hill, A.: The Television Studies Reader. Routledge, 2004, pp. 322-331.

- Radway, J.: Reading Romance. In: Allen, R., Hill, A.: The Television Studies Reader. Routledge, 2004, pp. 219-225.

- Ellis, J.: Television as Working – Through. In: Gripsrud, J. (ed): Television and Common Knowledge. Routledge 1999, pp. 55-70.

- Brown, M., A.: Feminist cultural television criticism – culture, theory and practice. In: Brown, M., A.: Television and women’s Culture: The Politics of the Popular. Sage 1990, pp. 11-17.

\* Kavka, M.: Reality TV. Edinburg University Press, 2012, pp. 75-109 (Second-Generation Reality TV: Surveillance and Competition).

- Kavka, M.: Reality TV. Edinburg University Press, 2012, pp. 145-177 (Third-Generation Reality TV: Economics of Celebrity)

- Lumby, C.: Real Appeal: The Ethics of Reality TV. In: Lumby, C., Probyn, E.: Remote Control. New Media, New Etics. Cambridge University Press, 2003. pp. 11-24.

- Fetveit, A.: Reality TV in the Digital Era: A Paradox in Visual Culture? In: Allen, C., R., Hill, A.: The Television Studies Leader. London, Routledge, 2004. pp. 544-556.

**SEMINÁŘ IV:** Typy analýz – analýza skupin pořadů, přelivy

## **C/ OD TELEVIZNÍCH DIVÁKŮ K ROZPTÝLENÝM PUBLIKŮM NEJNOVĚJŠÍCH NOVÝCH MÉDIÍ**

### **C8/ (11. 4.) TELEVIZE JAKO VEŘEJNÁ SLUŽBA V NOVÉM TECHNOLOGICKÉM PROSTŘEDÍ A JEJÍ REGULACE**

**klíčová slova:** *veřejný zájem; veřejná služba, veřejná sféra, občanská kultura,*

\* Smith, A.: Television as a Public Service Medium. In: Smith, A.: Television: An International History. Sage 1981.

\* Peter Dahlgren: Public service media, Old and New: Vitalizing Civic Culture. *Canadian Journal of Communication*, vol. 24 (2001)

- Marc Raboy: Creating the Conditions for Communication in the Public Good. *Journal of Communication*, vol. 31 (2006).
- Scannell, P.: Public service broadcasting and modern public life. In: *media, Culture and Society: critical reader*. Sage 1990.

**\*REGULACE TELEVIZNÍHO VYSÍLÁNÍ VE VYBRANÝCH ZEMÍCH:**

RRTV ČR: <http://www.rrtv.cz/cz/>

\*zákon 231/2001 Sb. ze dne 17. května 2001, o provozování rozhlasového a televizního vysílání  
<http://www.rrtv.cz/cz/static/zakony/pdf/231-2001.pdf>

\*zákon 483/1991 Sb. ze dne 7. listopadu 1991, o České televizi  
<http://www.rrtv.cz/cz/static/zakony/pdf/483-1991.pdf>

\*Rada ČT : [www.ceskatelevize.cz/rada-ct/](http://www.ceskatelevize.cz/rada-ct/)

\*zákon 484/1991 Sb. ze dne 7. listopadu 1991, o Českém rozhlasu  
<http://www.rrtv.cz/cz/static/zakony/pdf/484-1991.pdf>

Rada ČRo: [www.rozhlas.cz/rada](http://www.rozhlas.cz/rada)

- BBC\_Charta BBC - <http://www.bbc.co.uk/info/policies/charter>
- OFCOM: <http://www.ofcom.org.uk/>
- ZDF <http://www.zdf.com/index.php?id=startseite>
- CSA - The Conseil supérieur de l'audiovisuel: <http://www.csa.fr/>, <http://www.csa.fr/multi/index.php?l=uk>  
 Směrnice Televize bez hranic  
[Směrnice Evropského Parlamentu a Rady 2007/65/ES ze dne 11. prosince 2007 o audiovizuálních mediálních službách \(AVMS\)](#)  
[Směrnice č. 89/552/EEC a její novelizace č. 97/36/EC](#)

**SEMINÁŘ V. DATA ANAYZER:** Typy analýz

- **TEST: ZADÁNÍ ÚKOLU: VÝPOČET, KTERÝ BUDE ZADÁN NA SEMINÁŘI A VYPRACOVÁN SAMOSTNĚ V NÁSLEDUJÍCÍM TÝDNU (A ODEVZDÁN 18. 4. DO ODEVZDÁVÁRNÝ).**

**C9/ (18. 4.) HISTORICKÉ PROMĚNY VÝZKUMU MEDIÁLNÍHO PUBLIKA I.: KRITICKÁ**

**PERSPEKTIVA**

*Klíčová slova: teorie dominantního textu; Screen Theory, teorie konstruované subjektivity, decentrovaná subjektivita; stadium zrcadla; oblast imaginárního; oblast symbolického; reálno(le réel); jazyk*

**Literatura:**

- \* Lodziak, C.: Studying the Power of Television. In: *The Power of Television*. Sage 1986.
- \* Mitchell, A., Blacková, M.: Jacques Lacan. In: *Freud po Fredovi*. Triton, pp. 220-230.
- \* Sarup, M.: Lacan and Psychoanalysis. Sage 1990. pp 6-33.
- Roberts, J.: Critical Social Theory and the Study of Television. In: *Critical Theory*. Sage 1994.
- Fiske J.: Pleasure and Play. In: Fiske J.: *Television Culture*. Routledge 1987.
- Lacan, J.: The Mirror Stage as Formative Function of the *I* as Revealed in Psychoanalytic Experience. In: Lacan, J.: *Ecrits: A Selection*. London. Tavistock 1977. pp. 1-8.
- Lacan, J.: The Agency of the Letter in the Unconscious or Reason Since Freud. In: Lacan, J.: *Ecrits: A Selection*. London. Tavistock 1977. pp. 161-197.

**SEMINÁŘ VI.: ANALÝZA PRVKŮ DECENTROVANÉ SUBJEKTIVITY.**

MUŽ NA MĚSÍCI. Universal Picture, 1999, režie Miloš Forman.

Dostupné na ONLINE VIDEO.TV

<http://onlinevideo.tv/video/6066/muz-na-mesici#.UwRvptzhZLN>

**BONUSOVÝ ÚKOL (konkrétní zadání v IS).**

## **C10/ (25. 4.) ČTECÍ TÝDEN: STUDIUM LITERATURY**

### **HISTORICKÉ PROMĚNY VÝZKUMU MEDIÁLNÍHO PUBLIKA I.: BEHAVIORÁLNÍ PERSPEKTIVA**

**klíčová slova:** *behaviorální a kritické paradigma, mediální publika(um); typy publik(a); typy analýzy publik (a); behaviorální, kritické, post-kritické paradigma.*

#### **Literatura:**

\*McQuail, D.: Audience Analysis. Sage 1997, pp. 1-24.

## **C11/ (2. 5.) HISTORICKÉ PROMĚNY VÝZKUMU MEDIÁLNÍHO PUBLIKA III. AKTIVNÍ PUBLIKA**

**klíčová slova:** *„etnografický obrat“; teorie dominantního publika; Birminghamská škola; model zakódování/dekódování; teorie užití a uspokojení (uses and gratification theory); recepční analýza; populární potěšení (popular pleasures); provinilá potěšení (guilty pleasures), interpretativní komunity, kvalitativní výzkum, focus group.*

#### **Literatura:**

•Fiske J.: **Active Audiences. In: Television Culture. Routledge 1987.**

\*Alasuutari, P.: Introduction: Three Phases of Reception Studies. In: Alasuutari, P.: Rethinking the Media Audience: The New Agenda 1999, pp. 1-21.

\*Seiter, E.: Qualitative Audience Research. In: Television and New Media Audiences. Oxford Television Studies. Oxford University Press, 2002. pp 9-33.

- Seiter, E.: Feminist Methods: The Patents' Support Group. In: Television and New Media Audiences. Oxford Television Studies. Oxford University Press, 2002. pp 34-57.

- Fiske J.: Activated Text. In: Fiske J.: Television Culture. Routledge 1987.

- Lull, J.: An Emerging Tradition: ethnographic research on television audiences. In: Inside Family viewing. Routledge 1990.

- Gray, A.: Audience and Reception Research in Retrospect: The Trouble with Audiences. In: Alasuutari, P.: Rethinking the Media Audience: The New Agenda 1999, pp. 22-37.

- Fiske, J.: Moments of Television. In: Seiter, E.: Remote Control: Television, Audiences and Cultural Power. Routledge 1989.

- Morley, D.: The Nationwide Audience. In: Allen, R., Hill, A.: The Television Studies Reader. Routledge, 2004, pp. 95-104.

- Dahlgreen, P.: What's the meaning of this? Viewers plural sense making of Tv news. In: Culture and Power: Media, Culture and Society reader. Sage 1994.

## **SEMINÁŘ VII: ZÁKLADY PRÁCE SE SOFTWARE DATA ANALYZER: ANALÝZA ČTENOSTI**

• **TEST: ZADÁNÍ ÚKOLU: VÝPOČET, KTERÝ BUDE VYPRACOVÁN SAMOSTATNĚ A ODEVZDÁN DO 9. 5. (ODEVZDÁVÁRNA).**

## **C12/ (9. 5.) ČTECÍ TÝDEN**

### **PUBLIKUM JAKO MEDIÁLNÍ KONSTRUKT**

**klíčová slova:** *branding, programování, tvorba vysílacího schématu (program scheduling), kontraprogramování, ratingová demokracie; ratingová estetika,*

\*Abelman, R., Atkin, D., J.: Audience Measurement: Flaws and Fallacies. In: The Viewing Audience. Hampton Press 2002.

- Webster, J.G., Phalen, P., F., Lichty, L.W.: Audience Ratings: Analysis of Gross Measures. In: Rating Analysis. The Theory and Practice of Audience Research. Lawrence Erlbaum Associates, 2000. pp. 185-208.

- Tulloch, J.: The Implied Audience in Soap Opera Production: Everyday Rhetorical Strategie Among Television Profesional. In: Alasuutari, P.: Rethinking the Media Audience: The New Agenda 1999.

-Ang, J.: Living-room wars: new technologies, audience measurement and the tactics of television consumption. In: Silverstone, R., Hirsch, R, E.: Consuming technologies: Media and Information in Domestic Spaces. Routledge 1992.

### **C13/ (16.5.) POST- KRITICKÉ PARADIGMA**

**klíčová slova:** *jednoduché publikum; masové publikum; rozptýlené publikum; aktivní publikum; spektaklizace, estetizace, komodifikace, performativizace každodennosti.*

#### **Literatura:**

• **Abercrombie, N., Longhurst, B.: Audiences. Sage 1998, pp. 68-76.**

\* Volek, Jaromír. Televizní publika ve věku digitální fragmentace. In KAŇKA Petr, KOFRÁNKOVÁ Václava, MAYEROVÁ Indrid, ŠTOLL Martin a kol.(eds.): AUTOR–VIZE–MEZE–TELEVIZE. Česká televize, Praha, Vysoká škola múzických umení v Bratislavě, ÚSTR, Praha. DOI: 10.13140/RG.2.1.2776.8089

[https://www.researchgate.net/publication/294581792\\_Televizni\\_publika\\_ve\\_veku\\_digitalni\\_fragmentace](https://www.researchgate.net/publication/294581792_Televizni_publika_ve_veku_digitalni_fragmentace)

- Ang, I.: Living Room Wars: Rethinking Audience for a Postmodern World. In: Allen, R., Hill, A.: The Television Studies Reader. Routledge, 2004, pp. 226-234.

### **SEMINÁŘ VIII.: ZÁPOČTOVÝ TEST**

#### **LEGENDA:**

• Texty povinné na přednášku, ze kterých se píše test

\*Texty, které je třeba prostudovat a využít v závěrečném eseji – pokud odpovídají zvolenému tématu

- Doporučené texty