

Kurz ZUR 731a

HISTORICKÉ PROMĚNY VÝZKUMU MEDIÁLNÍCH ÚČINKŮ

(Teorie masové komunikace II.)

PÍSEMNÉ PRÁCE se umísťují do odevzdávací skřínky

KONZULTACE se konají v konzultačních hodinách (viz webové stránky *fss.muni.cz*) anebo v domluvených termínech.

PODMÍNKY PRO UDĚLENÍ ZÁPOČTU

Zápočet obdrží ti studenti, kteří:

a/ ve stanoveném termínu odevzdají zadaný počet písemných prací a jejichž práce budou přijaty (buď napoprvé, anebo po přepracování).

ZAKONČENÍ KURZU

Kurz je zakončen **závěrečnou zkouškou**, která má podobu **písemného testu**. Kurz úspěšně absolvují ti studenti, kteří získají (v řádném či opravném termínu) stanovený minimální počet bodů.

ZÁVĚREČNÁ ZKOUŠKA se koná v termínu určeném studijním oddělením (viz webové stránky *fss.muni.cz*)

ANOTACE

Kurs navazuje na úvodní přednášky z oblasti komunikační teorie (Úvod do komunikačních studií) a soustřeďuje pozornost na speciální problematiku výzkumu účinků masových médií, a to především z pohledu sociálně psychologického a sociologického. Kurs je rozčleněn do tří tematických bloků: etapa „silných účinků“ (teorie injekční stříkačky), etapa „omezených účinků“ (teorie persuaze, teorie selektivní percepce, dvoustupňová komunikace, teorie posílení apod.) a etapu „sílicích účinků“ (spirála mlčení, kultivační analýza, agenda setting, vědomostní propast, teorie závislosti atd). V této souvislosti věnuje kurs speciální pozornost prezentaci násilí a pornografie v masových. Posluchači se též seznámí se základními metodologickými přístupy a výzkumnými technikami využívanými při analýze účinků masových médií.

SYLABUS KURZU

ZUR 731a ÚVOD DO TEORIE MASOVÉ KOMUNIKACE

stupeň: bakalářský

vyučující: PhDr. Jaromír Volek, Ph.D.

výuka: uč. AVC

8.10. - 14.00 -15.30

4.11. - 10.00 -11.30

2.12. - 14.00 - 15.30

výstup: - závěrečná písemná zkouška –

+

- dílčí úkoly I-III bodování 0, 10, 20, 30 (maximum 90 bodů, min. 50)

TÉMATA PRO ZÁVĚREČNOU PRÁCI:

1/ **Persvazivní komunikace ve volební kampani** (popis a analýza vybrané komunikační strategie)

2/ **Politická a reklamní kampaň: podobnosti a odlišnosti** (komparace užitých persvazivních komunikačních strategií na vybraných kauzách)

3/ **Politická fáma v médiích** (popis a analýza vybrané kauzy)

4/ **Volební kampaň 2006** (popis a analýza vybrané mediální kauzy s využitím teorie „agenda setting“).

5/ **Mají masová média nějaké účinky?** (kritická reflexe vybraných teorií účinků)

6/ **Problematické obsahy v televizní vysílání a na Internetu** (komparační analýza)

7/ **Je třeba regulovat násilí na televizní obrazovce?** (formální esej)

NEPLATÍ PRO KOMBINOVANÉ STUDIUM

KRITÉRIA HODNOCENÍ - FORMÁLNÍ ESEJ

1/ stylistická úroveň

2/ práce se zdroji - formální náležitosti (odkazy, citace, bibliografie apod.)

3/ logická výstavba textu

4/ naplnění požadavků daného žánru

5/ originalita výkladu a celkový přínos základních zjištění

6/ provázanost teoretických východisek s vlastní analýzou

7/ adekvátnost volby a interpretace použitých teoretických koncepcí

8/ závěrečné shrnutí – jasnost, konkrétnost

9/ využití dostupné literatury a datového kontextu

10/ dodržení zadaného tématu

Každé kritérium je hodnoceno na škále 1-5.

BODOVÉ HODNOCENÍ ZÁV. PRÁCE:

1-1,49=130

1,5-1,99=110

2-2,49=90

2,5-2,99=70

V případě nedosažení 70 bodů je třeba esej přepracovat

Základní literatura:

- Kunczik, M.: Základy masové komunikace. Karolinum. 1995.
- McQuail, D.: Úvod do teorie masové komunikace. Portál 1999.

1.týden – téma: základní přístupy k analýze mediálního publika

Povinná četba:

- McQuail, D.: Úvod do teorie masové komunikace. Portál 1999. str. 315 – 355.
- Bryant, J., Thompson, S.: Media Effects: A Historical Perspective. In: Bryant, J., Thompson, S.: Fundamentals of Media Effects. McGraw-Hill, 2002, pp. 21-64.

Klíčové pojmy: *mediální publikum, typy publika, strukturální výzkum publika, behaviorální výzkum publika, sociokulturální výzkum publika.*

2. týden – téma: hlavní témata diskuse o mediálních účincích

Povinná četba:

- McQuail, D.: Úvod do teorie masové komunikace. Portál 1999. str. 359 – 405.
- Newbold, Ch.: The media effects tradition. In: Boyd-Barret, O., Newbold, Ch.(ed): Approaches to Media. Arnold 1995, pp. 118-123.

Klíčové pojmy: *základní fáze výzkumu publika, mediální účinky, typologie mediálních účinků, model účinků (Comstock), kampaň*

I. Úkol: vypracujte slovníkové heslo „mediální účinky“.

Rozsah cca 300-500 slov.

Termín odevzdání práce: do 29.10. - ODEVZDÁVÁRNA

3. týden – Studium percepce a mediální obsahy

Povinná četba:

- kol.: Psychologie vnímání. Karlova Universita 1985. str. 68-125.
- Barry, A., M.: Visual intelligence. Perception, image and manipulation in visual communication. State University of New York 1997. pp. 16-68.
- Barry, A., M.: Visual intelligence. Perception, image and manipulation in visual communication. State University of New York 1997. pp. 256-300.
- Bryant, J., Thompson, S.: Advertising Effects. In: Bryant, J., Thompson, S.: Fundamentals of Media Effects. McGraw-Hill, 2002, pp. 288-305.

Klíčové pojmy: *percepce, zrakový systém, zrakové vnímání prostoru, holistická percepční škola analytická percepční škola, subliminální percepce a její výzkum, percepční zákony podle tvarové (gestalt) psychologie, embeds, subliminální reklama, percepce a politické PR.*

4. týden - Role sociální percepce v masové komunikaci

Povinná četba:

- Nakonečný, M.: Sociální psychologie. Academia.2000. str. 81-97.
- Kunczik, M.: Základy masové komunikace. Karolinum. 1995. str.163-176.
- Klapper, J.: Reinforcement, Minor Change and Related Phenomena. In: The Effects of Mass Communication. Glencoe, Illinois 1960 str. 15-52.

Klíčové pojmy: *sociální percepce, selektivní expozice, selektivní percepce, selektivní retence, kognitivní disonance, teorie percepčního schematu (Graber), matching, cueing.*

5. týden - Teorie přesvědčování a výzkum účinků masových médií

Povinná četba:

- Bryant, J., Thompson, S.: Persuasion. In: Bryant, J., Thompson, S.: Fundamentals of Media Effects. McGraw-Hill, 2002, pp. 153-167.
- Nakonečný, M.: Sociální psychologie. Academia. 2000 str. 131-156.
- Klapper, J.: Contributory Aspects of the Communication and Communication Situation. In: The Effects of Mass Communication. Glencoe, Illinois 1960 str. 98-132.

Klíčové pojmy: *postoj, základní komponenty a funkce postoje, postojová konverze, sleeper effect, jednostranné a oboustranné sdělení, základní přesvědčovací strategie v masové komunikaci.*

II. Úkol: zvolte libovolné mediální sdělení (nejlépe reklamní povahy) a pokuste se identifikovat v jeho rámci použité konstrukční principy vycházející ze základních percepčních zákonů tvarové (gestalt) psychologie.

Termín odevzdání práce: do 29. 11. ODEVZDÁVÁRNA

6. týden - Dvoustupňová komunikace a názoroví vůdci

Povinná četba:

- Kunczik, M.: Základy masové komunikace. Karolinum. 1995. str.178-198.
- Katz, E.: Dvoustupňový tok komunikace: nejnovější zpráva o hypotéze. In: Jiráček, J., Říchová, B.: Politická komunikace a média. Karolinum 2000, str. 80-98.
- Katz, E., Lazarsfeld, P. F.: Between media and mass/the part played by people/ the two-stop flow of communication. In: Katz, E., Lazarsfeld, P. F.: Personal Influence. The Free Press pp. 15-42, 309-20.
- Klapper, J.: The Effects of Mass Communication. In: Berelson, B., Janowitz, M. (eds). Reader in Public Opinion and Communication. The Free Press 1966, pp. 473-86.
- Bryant, J., Thompson, S.: Diffusion of Innovations In: Bryant, J., Thompson, S.: Fundamentals of Media Effects. McGraw-Hill, 2002. pp. 113-126
- Bryant, J., Thompson, S.: News Effects. In: Bryant, J., Thompson, S.: Fundamentals of Media Effects. McGraw-Hill, 2002, pp. 233-246.

Klíčové pojmy: *fenomenistický přístup, tvůrce mínění (opinion leader), The People 's Choice, teorie posílení, Greenbergova J-křivka.*

7. týden – Konstrukce (nastolování) mediální agendy (agenda setting)

Povinná četba:

- Kunczik, M.: Základy masové komunikace. Karolinum. 1995. str.198-201.
- McCombs, M., Shaw, D.: The Agenda-Setting Function of the Mass media. In: Public Opinion Quarterly, vol. 36, No. 2, pp. 176-87.

Klíčové pojmy: *mediální agenda, politická agenda, veřejná agenda, prezidentská agenda, intermediální agenda.*

8. týden - Konstrukce (nastolování) mediální agendy (agenda setting)

Povinná četba:

- McCombs, M.: News Influence on Our Pictures of the World. in: Media Effects Research, Sage 1989, str. 1-16.
- McCombs, M., Shaw, D.: The Agenda-Setting Function of the Press. in: The Emergence of American Political Issues. Columbia Univ. Press. 1977. str. 72 -82.

Klíčové pojmy: *mediální agenda, politická agenda, veřejná agenda, prezidentská agenda, intermediální agenda.*

9. týden - Teorie vědomostní propasti

Povinná četba:

- Kunczik, M.: Základy masové komunikace. Karolinum. 1995. str.204-207.
- McQuail, D., Windhall, S.: Information gaps as effects. In: Mass Communication Models. Longman. 1996 str. 122-127.
- Selwyn, N.: Reconsidering political and popular understandings of the digital divide. In: New Media and Society. Sage, London vol 6 (3): 341-362.

Klíčové pojmy: *informační chudoba, stropový efekt, vlivová propast, digital divide*

III. Úkol: pokuste se v libovolném českém médiu identifikovat a analyticky popsat realizovanou mediální agendu.

Termín odevzdání práce: do 6.1. ODEVZDÁVÁRNA

10. týden - Spirála mlčení

Povinná četba:

- Kunczik, M.: Základy masové komunikace. Karolinum. 1995. str.204-207.
- Noelle-Neumann, E.: The Spiral of Silence. Chicago University Press. 1984, pp. 1-57.

Klíčové pojmy: *konsonantnost mediálních obsahů, train test, band wagon effect.*

11. týden - Kultivační teorie

Povinná četba:

- Gerbner, G.: Toward „cultural indicators“: the analysis of mass mediated public message systems. In: Allen W.D. (ed.): AV Communication Review. Vol 17, no. 2, pp. 137-48.
- Morgan, M., Signorielli, N.: Cultivation Analysis. Sage 1990 str. 13- 34.

Klíčové pojmy: *mediální kultivace, kultivační diferenciál, mainstreaming, rezonance.*

12. týden - Násilí a erotika na televizní obrazovce

Povinná četba:

- Kunczik, M.: Základy masové komunikace. Karolinum. 1995 str. 49-62, 145-158, 218-233.
- Eysenck, H.: Conclusions and Recommendations. In: Sex, Violence and the Media. Blackwell 1982, pp. 252-274.
- Williams, J.: Television Violence and Aggression in: Theory of Mass Communication. Univ. of Illinois 1992, pp. 251-271.
- Williams, J.: Effects of Media Erotica. in: Theory of Mass Communication. Univ. of Illinois 1992, pp. 273-285.

Klíčové pojmy: *typologie násilí na televizní obrazovce, katarze, stimulace, habitualizace, teorie učení, desenzitivizace, arousal*