

SYLABUS KURZU ZUR 409

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 A KAŽDODENNOSTI A 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/ TEORIE KAŽDODENNOSTI A MÉDIA

A1/ (24.2.) KAŽDODENNOST NEBO KAŽDODENNÍ ŽIVOT?

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 California Press 1984. pp. xi-xxiv.

A2/ (2. 3.) STRATEGIE MOCNÝCH VS. TAKTIKY SLABÝCH.

Literatura:

- Hignore, 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://onlinevideo.tv/video/4279/ecce-homo-homolka#.UwRtSdzhZLN>

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

A3/ (9.3.) TELEVIZE A (POZDNĚ) MODERNÍ KAŽDODENNOST 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.

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.

A4/ (16. 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 Maturational 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: ZÁKLADY PRÁCE S PROGRAMEM GOLEM: HLAVNÍ FUNKCE

A5/ (23.3.) 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: ZÁKLADY PRÁCE S PROGRAMEM GOLEM: základní výstupy a typy analýzy

A6/ (30. 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: 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/ (6. 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: Typy analýz – analýza skupin pořadů, přelivy

C/ OD TELEVIZNÍCH DIVÁKŮ K ROZPTÝLENÝM PUBLIKŮM NEJNOVĚJŠÍCH NOVÝCH MÉDIÍ

C8/ (13. 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/

*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

- 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: DATA ANALYZER: Typy analýz

- **TEST: ZADÁNÍ ÚKOLU-VÝPOČTU, KTERÝ BUDE VYPRACOVÁN V NÁSLEDUJÍCÍM TÝDNU A ODEVZDÁN DO 20. 4. DO ODEVZDÁVÁRNY.**

C9/ (20. 4.) ČTECÍ TÝDEN

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.

C10/ (27. 4.) HISTORICKÉ PROMĚNY VÝZKUMU MEDIÁLNÍHO PUBLIKA II.: KRITICKÁ PERSPEKTIVA

Klíčová slova: *teorie dominantního textu; Screen Theory, teorie konstruované subjektivity, decentrovaná subjektivita; stadium zrcadla; oblast imaginárního; oblast symbolického; reálno(le réél); 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: ANALÝZA PRVKŮ DECENTROVANÉ SUBJEKTIVITY.
MUŽ NA MĚSÍCI. Universal Picture, 1999, režie Miloš Forman.
Dostupné na ONLINE VIDEO.TV
<http://onlinevideo.tv/video/6066/muž-na-měsíci#.UwRvptzhZLN>
BONUSOVÝ ÚKOL (konkrétní zadání v IS).

C11/ (4. 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)*, *intepretativní 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: ZÁKLADY PRÁCE SE SOFTWARE DATA ANALYZER: ANALÝZA ČTENOSTI

• **TEST: ZADÁNÍ ÚKOLU-VÝPOČTU, KTERÝ BUDE VYPRACOVÁN V NÁSLEDUJÍCÍM TÝDNU A ODEVZDÁN DO 11. 5. DO ODEVZDÁVÁRNY.**

C12/ (11. 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 Televiewing 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/ (18.5.) POST- KRITICKÉ PARADIGMA

klíčová slova: *jednoduché publikum; masové publikum; rozptýlené publikum; aktivní publikum; spektáklizace, 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

- 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: 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