

## 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 prezentace násilí a pornografie v masových. Posluchači se též seznámí se základními metodologickými přístupy a výzkumnými technikami využívanými při analýze účinků masových médií.

## SYLABUS KURZU

### HISTORICKÉ PROMĚNY VÝZKUMU MEDIÁLNÍCH ÚČINKŮ ZUR 410

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

**výuka:** čtvrtek

### **PODMÍNKY PRO ABSOLVOVÁNÍ KURZU**

**Předmět absolvují ti studenti, kteří:**

a/ absolvují šest testů realizovaných na přednáškách (3, 5, 7, 9, 11 týden) a získají z nich minimálně 40.bodů. Testovaný text je v sylabu uveden vždy na prvním místě a tučně zvýrazněn. (hodnocení dílčích testů: 0, 5, 10).

b/ úspěšně absolvují závěrečný písemný test (minimum 70b.)

Konečné hodnocení je tvoří součet bodů za oba úkoly. (E=110b.)

## **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**

\* 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**

\* 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*

### **3. týden – Studium percepce a mediální obsahy I.**

\* Aumont, J.: Podíl oka. In: **Obraz. Akademie múzických umění v Praze, 2005. str. 9-70**

- Barry, A., M.: Visual intelligence. Perception, image and manipulation in visual communication. State University of New York 1997. pp. 16-68.

- kol.: Psychologie vnímání. Karlova Universita 1985. str. 68-125.

**Klíčové pojmy:** *percepce, zrakový systém, zrakové vnímání prostoru, holistická percepční škola, analytická percepční škola.*

### **4. týden – Studium percepce a mediální obsahy II.**

\* Aumont, J.: Podíl pozorovatele. In: **Obraz. Akademie múzických umění v Praze, 2005. str. 73-111.**

- 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:** *percepční zákony podle tvarové (gestalt) psychologie, subliminální percepce a její výzkum, podprahová reklama, embeds, percepce a politické PR.*

### **5. týden - Role sociální percepce v masové komunikaci**

\* Klapper, J.: **Reinforcement, Minor Change and Related Phenomena. In: The Effects of Mass Communication. Glencoe, Illinois 1960 str. 15-52.**

\* Kunczik, M.: Základy masové komunikace. Karolinum. 1995. str.163-176.

- Nakonečný, M.: Sociální psychologie. Academia.2000. str. 81-97.

- Amodio, D., M., Devine, P., G: Changing Prejudice. The Effects of Persuasion on Implicit and Explicit Forms of Race Bias. Brock, T., C., Green, M., C. (eds.): Persuasion. Psychological Insights and Perspectives. London. Sage, 2005. pp. 249-280.

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

### **6. týden - Teorie přesvědčování a výzkum účinků masových médií**

\* Bryant, J., Thompson, S.: Persuasion. In: Bryant, J., Thompson, S.: Fundamentals of Media Effects. McGraw-Hill, 2002, pp. 153-167.

- Kardes, F.: The Psychology of Advertising. In: Brock, T., C., Green, M., C. (eds.): Persuasion. Psychological Insights and Perspectives. London. Sage, 2005. pp. 281-303.
- 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.*

### 7. týden - Dvoustupňová komunikace a názoroví vůdci

\* **Katz, E.: Dvoustupňový tok komunikace: nejnovější zpráva o hypotéze. In: Jiráček, J., Říchová, B.: Politická komunikace a média. Karolinum 2000, str. 80-98.**

\* Kunczik, M.: Základy masové komunikace. Karolinum. 1995. str.178-198.

• Kapferer, J., N.: Fama nejstarší médium světa. Praha. Práce, 1989 str. 22-108, 162-197.

• Bryant, J., Thompson, S.: Diffusion of Innovations In: Bryant, J., Thompson, S.: Fundamentals of Media Effects. McGraw-Hill, 2002. pp. 113-126.

- 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.

- 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.

- Škutina J., Šikl, J.: Kriminální příběhy. Praha. Práce, 1969 (anatomie fámy - případová studie )

**Klíčové pojmy:** *fenomenistický přístup, tvůrce mínění (opinion leader), The People 's Choice, teorie posílení, Greenbergova J-křivka, fáma – historické souvislosti, výkladové teorie fámy, fáma v politice*

### 8. týden – Konstrukce (nastolování) mediální agendy (agenda setting)

\* Iyengar, S., McGrady, J.: Mass Media and Political Persuasion. In: Brock, T., C., Green, M., C. (eds.): Persuasion. Psychological Insights and Perspectives. London. Sage, 2005. pp 225-249.

• 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.*

### 9. týden - Konstrukce (nastolování) mediální agendy (agenda setting)

\* **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.

- Bryant, J., Thompson, S.: News Effects. In: Bryant, J., Thompson, S.: Fundamentals of Media Effects. McGraw-Hill, 2002, pp. 233-246.

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

### 10. týden - Teorie vědomostní propasti

\* Selwyn, N.: Reconsidering political and popular understandings of the digital divide. In: New Media and Society. Sage , London vol 6 (3): 341-362.

• 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.

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

### 11. týden - Spirála mlčení

\* Noelle-Neumann, E.: *The Spiral of Silence*. Chicago University Press. 1984, pp. 1-57.

• Kunczik, M.: *Základy masové komunikace*. Karolinum. 1995. str.204-207.

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

### 12. týden - Kultivační teorie

\* Morgan, M., Signorielli, N.: *Cultivation Analysis*. Sage 1990 str. 13- 34.

- 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.

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

### 13. týden - Násilí a erotika na televizní obrazovce

\* Eysenck, H.: *Conclusions and Recommendations*. In: *Sex, Violence and the Media*. Blackwell 1982, pp. 252-274.

• Kunczik, M.: *Základy masové komunikace*. Karolinum. 1995 str. 49-62, 145-158, 218-233.

- Williams, J.: *Television Violence and Agression* 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*

#### LEGENDA:

#### ZNALOST TUČNĚ VYTIŠTĚNÝCH TEXTŮ JE NA PŘEDNÁŠCE TESTOVÁNA

\* texty povinné na danou přednášku

• texty povinné pro ukončení kurzu

- rozšiřující, doporučené