

SYLABUS KURZU ZUR 104

Název kurzu: **ÚVOD DO KOMUNIKAČNÍCH A MEDIÁLNÍCH STUDIÍ**

stupeň: **bakalářský**

výuka: **pondělí 11.30-13.00**

učebna: **č. 51**

typ studijního programu: **prezenční**

vyučující: **PhDr. Jaromír Volek, Ph.D. (e-mail: volek@fss.muni.cz)**

seminář: **Mgr. et Mgr. Kateřina Kirkosová, Ph.D. (k.kirkosova@mail.muni.cz)**

Mgr. et Mgr. Marína Urbániková, Ph.D. (m.urbanikova@mail.muni.cz)

Mgr. et Mgr. Michal Tkaczyk (tkaczyk.muni@gmail.com)

Základní literatura

- Jirák, J., Kopplová, B.: Média a společnost. Portál 2003.
- Burton, G., Jirák, J.: Úvod do studia médií. Barrister and Principal. 2001.
- DeFleur, M., Ball-Rokeach, S.: Teorie masové komunikace. Karolinum. 1996.
- Lohisse, J.: Komunikační systémy: Socioatropologický pohled. Praha. Karolinum, 2003.
- Volek, J.: Úvod do komunikačních studií. Brno. FSS. 2002 (Skriptum v elektronické podobě)

Anotace

Kurs tvoří první část čtyřsemestrového cyklu přednášek zaměřených na analýzu role masové komunikace a masových médií v moderní, respektive postmoderní společnosti. Úvodní část si klade za cíl seznámit posluchače s dvěma základními komunikačními perspektivami (procesuální a sémiotickou) a s jejich teoretickými východisky. Hlavním cílem kurzu je objasnit znakovou podstatu interpersonální a masové komunikace, a to především z pohledu kulturního, sociologického a lingvistického (Barthes, Fiske, Hartley, Hall, Hurwitz). Posluchači se v této souvislosti seznámí se základními východisky sémiotické analýzy mediálních sdělení.

Hlavní tematické okruhy kursu: vymezení pojmu komunikace/ základní komunikační modely/ znaky a významy/ hlavní principy sémiotické analýzy masmediálních obsahů.

Kurs je plánován jako dvanáct dvouhodinových přednášek a šest seminářů. Předpokládá se domácí studium povinné a doporučené literatury.

Podmínky pro absolvování kurzu

1/ získá minimálně 66 b. v závěrečném **písemném testu** (max. 112 b.)

2/ získá minimálně 20 b. za závěrečnou **sémiotickou analýzu**, která musí být odevzdána do 3.1. 2018 na sekretariát katedry. (max. 50 b.)

3/ získá minimálně 30 b. za **práci v seminářích** (max. 50 b.)

Závěrečné hodnocení je výsledkem součtu bodů:

a/ z písemného testu +

b/ bodů za sémiotickou analýzu

c/ bodů získaných za práci v seminářích

Absence a jejich omluvy se řídí pravidly uvedenými ve studijním řádu.

Celkové hodnocení:

A=195 - 212 (112+50+50)

B=174 – 194

C=153 – 173

D=132 - 152

E=116 - 131 (66+20+30)

Minimum 116 b. Maximum 212 b.**HODNOTÍCÍ KRITÉRIA**

a/ **ZÁVĚREČNÝ PÍSEMNÝ TEST:** věcně správné zodpovězení uzavřených otázek generovaných počítačem (čas 45minut)

b/ SÉMIOLOGICKÁ ANALÝZA:

Samostatně nebo ve dvojčlenných skupinách vypracujte dle osnovy ve studijních materiálech sémiotickou analýzu libovolného masmediálního komunikátu (zpravodajství, publicistika, politická reklama, sociální reklama, produkty populární kultury apod.). Práce bude hodnocena podle 1/ stylistické úrovně 2/ práce se zdroji (formální náležitosti, odkazy, citace, bibliografie) 3/ dodržení zadaného tématu a naplnění požadavků daného žánru 4/ využití dostupné literatury a datového kontextu 5/ logická výstavba textu 6/ korektní aplikace a interpretace použitých teoretických koncepcí 7/ závěrečného shrnutí – jasnost, konkrétnost 8/ originality výkladu a celkového přínosu základních zjištění.

(zadání na: <https://is.muni.cz/auth/el/1423/podzim2017/ZUR104/>)

Minimální rozsah 900 slov.

Předmětem analýzy nesmí být produktová reklama!

C/ **SEMINÁŘE:** pravidelná účast na seminářích formou naplnění v sylabu zadaných úkolů.

Během 1. semináře budou studenti rozdělení do několika skupin, ve kterých společně vypracují analýzu zadaného tématu a jednu z nich kterou odprezentují. Účast na seminářích je povinná.

Texty je třeba odevzdat osobně na začátku semináře. Hodnotí se stylistická úroveň, věcná správnost, originalita aplikace (hodnocení na škále 0-5-10 b., (max. 50 b.)

PODROBNÝ PROGRAM KURZU

1. týden (18. 9.): Základní informace o organizaci kurzu

2. týden: Komunikační a mediální studia – základní vymezení

Povinná četba:

- Burton, G., Jirák, J.: Úvod do studia médií. Barrister and Principal 2001(str. 13-50, 140-143).

Klíčové pojmy: komunikace; typy komunikace; mediální komunikace; funkce médií; metody zkoumání médií.

3. týden: Komunikace: základní vymezení

Povinná četba:

- DeFleur, M., Ball-Rokeach.S.: Teorie masové komunikace. Karolinum. 1996 (str. 17-59).

- Lohisse, J.: Komunikační systémy: Socioatropologický pohled. Praha. Karolinum, 2003, str. 13-55.

- Volek, J.: Úvod do komunikačních studií. kap. I. Skriptum. FSS MU 2002.

Klíčové pojmy: základní etapy vývoje lidské komunikace; komunikace v preliterárních kulturách; interpersonální komunikace vs. masová komunikace.

4. týden: Základní komunikační teorie a modely: procesuální a sémiotická škola

Povinná četba:

- Burton, G., Jirák, J.: Úvod do studia médií. Barrister and Principal 2001 (str. 51-61).

- Leeds-Hurwitz, W.: Introducing semiotics. in: Semiotics and Communication: Signs, Codes, Cultures. Hillsdale 1993 (str. 3-21).

- Deutsch. K.: Komunikační modely a systémy rozhodování: některé důsledky pro výzkum. In: Jirák, J., Říchová, B.: Politická komunikace a média. Karolinum 2000, str. 52-66.

- Volek, J.: Úvod do komunikačních studií. kap. II. Skriptum. FSS MU 2002.

Klíčové pojmy: komunikační teorie; komunikační model; procesuální komunikační škola; sémiotická škola; přenosový komunikační model; matematická teorie komunikace; informace, entropie, redundance, zpětná vazba, komunikační šum; komunikační model H. Lasswella; Jakobsonův komunikační model.

5. týden: Znaky a významy

Povinná četba:

- de Saussure, F.: Kurs obecné lingvistiky. Odeon 1989 (str. 95-103, 139-147).

- Leeds-Hurwitz, W.: Signs. in: Semiotics and Communication: Signs, Codes, Cultures. Hillsdale, 1993 (str. 22-50).

- Volek, J.: Úvod do komunikačních studií. kap. III. Skriptum. FSS MU 2002.

- Leeds-Hurwitz, W.: Codes. in: Semiotics and Communication: Signs, Codes, Cultures. Hillsdale 1993 (str. 51-73).

- Leeds-Hurwitz, W.: in: Food as Sign and Code. Semiotics and Communication: Signs, Codes, Cultures. Hillsdale 1993, (str. 83-103).

- Volek, J.: Úvod do komunikačních studií. kap. IV. Skriptum. FSS MU 2002.

Klíčové pojmy: znak ikonický, indexový, symbolický; označované, označující; arbitrálnost, ikonicitu, motivovanost znaku; jazyková hodnota, komunikační kódy: základní vymezení, analogické a digitální kódy; prezentační a reprezentativní kódy; nonverbální komunikace; omezený a rozvinutý kód; deficitní a diferenční řečová teorie; kód širokým a malým dosahem; bardská funkce médií.

6. týden: Znaký a kódy

Povinná četba:

- de Saussure, F.: Kurs obecné lingvistiky. Odeon 1989 (str. 119-156).
- Volek, J.: Úvod do komunikačních studií. kap. III. Skriptum. FSS MU 2002.

Klíčové pojmy: la langue, parole; synchronní, diachronní; paradigma, syntagma; mediální paradigma; simultánní označování.

7. týden: Dva stupně označování - konotace mýtus

Povinná četba:

- Barthes, R.: Mýtus dnes. In: Barthes, R.: Mytologie. Praha. Dokořán, 2004 (str. 107-157).
- Volek, J.: Úvod do komunikačních studií. kap. V. Skriptum. FSS MU 2002.

Klíčové pojmy: označování; denotace; konotace; mýtus; každodenní metafory a metonymie; mechanismus naturalizace; kontramýtus; ideologie; hegemonie.

30. /31. října/ 1. listopadu

1. SEMINÁŘ: znak, význam, kontext: způsoby zvýznamňování a rozumění každodennosti

Literatura

Chandler, Daniel. 2007. *Semiotics: The Basics*. London: Routledge or Chandler, Daniel. *Semiotics for Beginners, chapter 2 Signs*, online: <http://visual-memory.co.uk/daniel/Documents/S4B/>

Klíčové pojmy

znak, signifikace, semióza; **Saussurův dyadický model (označující – označované)**; Peircův triadický model (representamen – interpretant – objekt); typologie: ikon – index – symbol; simultánní označování

Úkol

Evropě to osladíme (http://www.youtube.com/watch?v=1pVoUE5_yXs). Identifikujte a popište znaky, které v daném sdělení fungují jako ikony, indexy, symboly. Zaměřte se na strategii simultánního označování a uveďte příklady. Analýza vybraných politických kampaní.

8. týden: Ideologie, hegemonie, preferované čtení

Povinná četba:

- Hall, S. (1982): The rediscovery of ideology: return of the repressed in media studies. In: Gurevitch, M. et al.: Culture, Society and the Media. Methuen, pp. 354-363.
- Volek, J.: Úvod do komunikačních studií. kap. VI. Skriptum. FSS MU 2002.

Klíčové pojmy: ideologie; hegemonie; preferované čtení; sémiotická krádež; model zakódování/dekódování; základní čtenářské pozice – S. Hall; zpravodajské hodnoty

6. / 7. / 8. listopadu

2. SEMINÁŘ: syntagma a paradigma: formální a významové vazby v textu

Literatura

Chandler, Daniel. 2007. *Semiotics: The Basics*. London: Routledge or Chandler, Daniel. *Semiotics for Beginners, chapters 4 Paradigms and Syntagms*, online: <http://visual-memory.co.uk/daniel/Documents/S4B/>

Gambles, Helen: A Semiotic Analysis of a Newspaper Story, online:

<http://www.aber.ac.uk/media/Students/hlg9501.html>

Klíčové pojmy

paradigmatické (asociativní) vztahy; syntagmatické vztahy; binární opozice, preferované čtení, komutační test

Úkol

Horor v Norsku. Paradigmatická a syntagmatická analýza vybraných titulních stran.

9. týden: Strukturalistická východiska analýzy mediálních sdělení

Povinná četba:

- Burton, G., Jiráček, J.: Úvod do studia médií. Barrister and Principal 2001 (str. 63-66).
- Fiske, J.: Introduction to Communication Studies. Routledge. London 1995 (str. 128-132).

Klíčové pojmy: vědecké a primitivní myšlení; kategorizace a binární opozice; logika konkrétního; anomální kategorie; rituály přechodu; struktura mýtu (Claude Lévi-Strauss).

13. / 14. / 15. listopadu

3. SEMINÁŘ: metafora a metonymie

Literatura

Lakoff, George – Johnson, Mark. 2002. Metafory, kterými žijeme. Brno: Host, s. 15-54.

Klíčové pojmy

metafora a každodennost, metaforická systematičnost, metafora a kulturní koherence;
metafora: strukturní, orientační, ontologická, personifikace; metonymie, synekdocha

Úkol

Řecká nákaza se nezadržitelně šíří Evropou. Identifikujte v daném sdělení příklady jednotlivých typů metafor (strukturní, orientační, ontologická) a metonymie a vysvětlete je. Popište jejich funkci v textu a určete jejich vzájemné vztahy (podporují se, oslabují se, nebo se nijak neovlivňují?). Analýza vybraných zpráv o řecké ekonomické krizi.

10. týden: Zpravodajství jako forma ideologizované komunikace: aplikace

PROJEKCE:

- SRPNOVÉ PASTORÁLE, ČST 1970.
- OKUPACE ČESKOSLOVENSKA V SRPNU 1968 POHLEDEM RUSKÉ PROPAGANDY, ROSSIA 1, 2015.

<https://www.youtube.com/watch?v=ARevUT9Ki1Q>

Povinná četba:

- Hartley, J.: Understanding News. Routledge. London 1994 (str. 38-62, 87-106).
- Volek, J.: Úvod do komunikačních studií. kap. VI. Skriptum. FSS MU 2002.

Klíčové pojmy: zpravodajský diskurz; zpravodajské formy oslovení a zobrazení publika; realistická metonymie; the mediator, vox pop, the probing/tough interview; test záměny

20. / 21. /22. listopadu

4. SEMINÁŘ: mýty a mytológia: mystifikácia premieňajúca kultúru na univerzálnu prirodzenosť

Literatura

Fiske, J., Hartley, J. 1978. *The signs of television*. Pp. 37-58 in *Reading Television*. London and New York: Routledge.

Barthes, R. 2004. Římané na plátně (pp. 24-26). Prací prášky a detergenty (pp. 35-37). Víno a mléko (pp. 55-58). Biftek a hranolky (pp. 59-61). In: *Mytologie*. Praha: Dokořán.

Klíčové pojmy: denotácia, konotácia, dvojestupňové označovanie, **mýtus**, naturalizácia mýtov

Úloha: *České pivo ako mýtus*. Aké hlavné rysy konštituuju základnú štruktúru mýtu sprevádzajúceho české pivo? Analýza vybraných reklamných spotov.

11. týden: Základní součásti zpravodajské narace

Povinná četba:

- Burton, G., Jiráček, J.: Úvod do studia médií. Barrister and Principal 2001 (str. 200-225).

- Volek, J.: Úvod do komunikačních studií. kap. VI. Skriptum. FSS MU 2002.

Klíčové pojmy: narace; realističnost; fikce vs. fakta; hlavní elementy zpravodajské narace; institucionalizované a zprostředkované názory, zarámování, zaostření, uskutečnění, uzavření.

12. týden – téma: Populární kultura jako ideologizovaný spektakl

- Kellner, D. (1990): Contested Terrain and the Hegemony of capital. In: *Television and the Crisis of Democracy*. Westview Press, pp. 14-22.

- Newbold, Ch. (1995): Approaches to cultural hegemony within cultural studies. In: *Approaches to media*. Arnold, pp. 328-331.

- Bennett, T. (1986): Popular culture and “the turn to Gramsci”. In: Bennett, T., Mercer, C., Woollacott, J. (eds): *Popular Culture and Social Relations*. Open Univ. Press. pp. xi-xix.

- 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 umění v Bratislavě, ÚSTR, Praha. DOI: 10.13140/RG.2.1.2776.8089

https://www.researchgate.net/publication/294581792_Televizni_publika_ve_veku_digitalni_fragmentace

Klíčové pojmy: ideologie, kontra-hegemonie, populární kultura, spektakularizace

4/5/6 prosince

5. SEMINÁŘ: od ideológie ako falošného vedomia k ideológii ako procesu označovania a konštrukcie privilegovaných významov

Literatura: Dorfman, A., Mattelart, A. 1991. *How To Read Donald Duck: Imperialist Ideology in the Disney Comic*. Kap. 5: *The Ideas Machine*, pp. 70-79 New York: International General.

Klíčové pojmy: falošné vedomie, hegemonia, **ideológia**, model zakódovania/dekódovania

Úloha: *Politika reprezentácie v úvodnej zručke telenoveľy Esmeralda*

(<http://www.youtube.com/watch?v=q015TeUTp9w&feature=related>). Identifikujte a popíšte stratégie vytvárania súhlasu s nerovnými triednymi a rodovými vzťahmi.

13. týden: Možnost individuální konzultace k volbě tématu a zpracování závěrečné sémiotické analýzy

11/12/13 prosinec

6. SEMINÁŘ: Ako napísať záverečnú prácu? Pokyny k vypracovaniu sémiotickej analýzy

Literatura

Bignell, Jonathan. 1997. Media Semiotics: An Introduction. Manchester: Manchester University Press, kap. 2 Advertisements, s. 28-54.

klíčové pojmy: sémiotická analýza, tvorba odborného textu, štruktúra odborného textu, práca s literatúrou, citácie