**ZURb1104 Teorie masové komunikace**

**Sylabus (podzim 2021)**

**Ukončení:** zkouška

**Počet kreditů:** 5

**Místo a čas výuky:** P51**,** středa 12:00–13:40

**Vyučující:**, Mgr. et Mgr. Marína Urbániková, Ph.D. ([urbaniko@fss.muni.cz](mailto:urbaniko@fss.muni.cz)), prof. PhDr. David Šmahel, Ph.D. ([smahel@fss.muni.cz](mailto:smahel@fss.muni.cz)), Mgr. Michaela Lebedíková ([m.lebedikova@mail.muni.cz](mailto:m.lebedikova@mail.muni.cz)), Mgr. et Mgr. Michal Tkaczyk, Ph.D. ([tkaczyk@fss.muni.cz](mailto:tkaczyk@fss.muni.cz))

**Kontaktní osoba:** Michal Tkaczyk

**Dotazy a interakce:** osobně před/po přednášce; e-mailem jednotlivým vyučujícím

**Anotace**

Kurz uvádí do problematiky výzkumu účinků masových médií, a to především z pohledu mediologického, sociálně psychologického a sociologického. Je rozdělen do tří tematických okruhů. První, úvodní, představuje účinky médií jako specifický obor s vlastní terminologií, metodologií a historickým vývojem. Druhý, teoretický, představuje klíčové teorie, které mohou vysvětlovat proč, kdy a jaké účinky vlivem médií mohou nastat. Třetí okruh, aplikační, pak aplikuje tyto teorie na tradiční témata tohoto oboru – například vliv násilí v médiích, vytváření a šíření stereotypů či přesvědčování u reklamy, kampaní a politické komunikace. Kurz věnuje také pozornost základním metodologickým přístupům využívaným při výzkumu působení masových médií.

**Cíle předmětu**

Hlavním cílem předmětu je seznámit studující se základními koncepty, modely a teoriemi, které umožňují porozumění vlivu médií a jejich účinků na jedince a společnost.

**Výstupy z učení**

Po úspěšném absolvování kurzu bude studující:

* znát teorie mediálních účinků, včetně jejich historického vývoje
* rozumět metodologickým postupům, prostřednictvím kterých lze zkoumat mediální účinky, včetně jejich limitů
* mít kritický aparát k chápání nejrůznějších témat, které souvisí s vlivem médií
* schopen/a aplikovat tyto teorie na nejrůznější vlivy a účinky médií
* schopen/a zaujmout kritický postoj vůči nejrůznějším mediálním a morálním panikám, které se kolem vlivu médií často vytvářejí

**Podmínky absolvování**

1. Písemná zkouška (kombinace testových a otevřených otázek; max. 40 bodů)
2. Písemný průběžný test (max. 20 bodů) v polovině semestru, ve středu 3. listopadu – test je povinný, jeho výsledek se započítává do konečné známky (minimální hranice po absolvování není stanovena). Bude vám sloužit jako indikátor, zda a jak jste pochopili dosavadní látku.

**Hodnocení zkoušky:**

A: 100-92 %

B: 91-84 %

C: 83-76 %

D: 75-68 %

E: 67-60 %

F: 59 % a méně

|  |  |
| --- | --- |
| 1. **ÚVOD** | |
| 1. **(15.9.)** | **Úvod do kurzu. Podmínky absolvování.** |
| 1. **(22.9.)** | **Teorie mediálních účinků: co, proč a jak? Terminologie (Marína Urbániková)**  *Klíčová slova: média, účinky, působení, mikro/makro úroveň účinků, fyziologické/kognitivní/postojové/afektivní/behaviorální účinky, záměrné/nezáměrné účinky, účinky ne/závislé na obsahu, krátkodobé/dlouhodobé účinky, pozitivní/negativní účinky, přímé/nepřímé účinky*  Povinná literatura:  \* POTTER, W. James, 2012. Chapter 3: What Is a Media Effect? Chapter 4: Media Influence. Pp. 33-63 in *Media Effects*. Thousand Oaks, Calif.: SAGE Publications. ISBN 978-1412964692.  Doporučená literatura:   * BRYANT, Jennings, Susan THOMPSON a Bruce W. FINKLEA, 2012. Chapter 1: Understanding Media Effects. Pp. 3-20 in *Fundamentals of media effects*. Second edition. Long Grove, Illinois: Waveland Press. ISBN 978-1577667858. * PERSE, Elizabeth M., 2001. Introduction: Do Media Have Effects? Pp. 1-22 in *Media effects and society*. Mahwah, NJ: L. Erlbaum Associates. ISBN 978-0805825053. * POTTER, W. James, 2011. Conceptualizing Mass Media Effect. *Journal of Communication*. 61(5), 896-915. * VALKENBURG, Patti M. a Jochen PETER, 2013. Five Challenges for the Future of Media-Effects Research. *International Journal of Communication*. 7, 197–215. |
| 1. **(29.9.)** | **Vědecké zkoumání mediálních účinků. Metodologická průprava: jak zkoumat účinky? Historické perspektivy výzkumu mediálních účinků: od silných k omezeným a diferencovaným účinkům?** **(Marína Urbániková)**  *Klíčová slova: vědecký přístup ke zkoumání mediálních účinků, korelace a kauzalita, závislé/nezávislé/intervenující proměnné, obsahová analýza, výběrové šetření, experiment, tři etapy výzkumu mediálních účinků: silné účinky (např. teorie injekční stříkačky/zázračné strely), omezené účinky (např. teorie dvojstupňové komunikace), zpět k teorii silných účinků (např. teorie nastolování agendy, kultivační teorie); zpochybnění tří etap a alternativní model vývoje zkoumání mediálních účinků*  Povinná literatura:  \* SPARKS, Glenn Grayson, 2015.Chapter 2: Scientific Methods in Media Effects Research. Pp. 25-53 in *Media effects research: A basic overview*. Fifth edition. Australia: Wadsworth. ISBN 978-1305077478.  Doporučená literatura:   * BRYANT, Jennings, Susan THOMPSON a Bruce W. FINKLEA, 2012. Chapter 2: Media Effects: Historical Overview. Chapter 3: History of the Scientific Study of Media Effects. Pp. 21-54 in *Fundamentals of media effects*. Second edition. Long Grove, Illinois: Waveland Press. ISBN 978-1577667858. * NEUMAN, W. Russell a Lauren GUGGENHEIM, 2011. The Evolution of Media Effects Theory: A Six-Stage Model of Cumulative Research. *Communication Theory*. **21**(2), 169-196. * PERSE, Elizabeth M., 2001. Chapter 2: Models of media effects. Pp. 23-52 in *Media effects and society*. Mahwah, NJ: L. Erlbaum Associates. ISBN 978-0805825053. * SPARKS, Glenn Grayson, 2015.Chapter 3: A Brief History of Media Effects Research. Pp. 54-75 in *Media effects research: A basic overview*. Fifth edition. Australia: Wadsworth. ISBN 978-1305077478. |
| 1. **TEORIE** | |
| 1. **(6.10.)** | **Proč a k čemu používáme média? (Michal Tkaczyk)**  *Klíčová slova: funkcionalistické pojetí médií; teorie užití a uspokojení, motivace pro užívání médií, typologie užívání médií; teorie selektivní expozice, selektivní percepce a retence; posílení postojů, teorie řízení nálady*  Povinná literatura:  \* SPARKS, G. G. (2015).Time Spent with Mass Media: Reasons and Consequences. In *Media effects research: A basic overview* (pp. 76-99). Australia: Wadsworth.  .  Doporučená literatura:   * D’ALESIO, D. & ALLEN, M. (2007). The selectivity exposure hypothesis and media choise processes. In Preiss, R. W., Gayle, B. M., Burrell, N., & Allen, M., Bryant J. (Eds.), *Mass media effects research: Advances through meta-analysis* (pp. 103-118). Routledge. * REINECKE, L. (2016). Mood Management Theory. In P. RÖSSLER, C.A. HOFFNER, & L. ZOONEN (Eds.), *The International Encyclopedia of Media Effects*. John Wiley & Sons. <https://doi.org/10.1002/9781118783764.wbieme0085> * RUBIN, A.M. (2009). Uses-and-Gratification perspective on Media Effects. In BRYANT, J. & OLIVER, M. B. (Eds.), *Media Effects: Advances in Theory and Research* (pp.165-184). Routledge. |
| 1. **(13.10.)** | **Média, utváření, posílení a změna postojů (Michal Tkaczyk)**  *Klíčová slova: postoje, postojová změna, přesvědčování, Elaboration likelihood model (model pravděpodobnosti zpracování), faktory ovlivňující proces přesvědčování, teorie kognitivní disonance, podprahová sdělení, teorie kultivace, mainstreaming, rezonance, sociální učení a mediální modely chování, efekt třetí osoby*  Povinná literatura:  \* SPARKS, G. G. (2015). Persuasive Effects of the Media. In *Media effects research: A basic overview* (pp. 189-224). Australia: Wadsworth.  \* GILES, D. (2012). Přesvědčování a reklama. In *Psychologie médií* (pp. 53-68). Grada.  Doporučená literatura:   * PETTY, R. E., BRINOL, P., PRIESTER, J. R. (2009). Mass media attitude change: implications of the elaboration likelihood model of persuasion. In BRYANT, J. & OLIVER, M. B. (Eds.), *Media Effects: Advances in Theory and Research* (pp.125-164). Routledge. * PERLOFF, R. M. (2009). Mass media, social perception, and the third-person effect. In Bryant, J. & Oliver, M. B. (Eds) *Media Effects: Advances in Theory and Research*. Routledge, s. 252-268. * MORGAN, M., SHANAHAN, J., SIGNORELLI, N. (2009). Growing up with television: Cultivation processes. In BRYANT, J. & OLIVER, M. B. (Eds.), *Media Effects: Advances in Theory and Research* (pp. 34-49). Routledge. * NABI, R. L. & MOYER-GUSÉ, E. (2014). The psychology underlying media-based persuasion. In DILL, K. E. (Eds.), *The Oxford handbook of media psychology* (pp. 258-304). Oxford University Press. |
| 1. **(20.10.)** | **Média a nastolování agendy (Marína Urbániková)**  *Klíčová slova: nastolování agendy, mediální/veřejná/politická agenda, priming, framing, morální panika, spirála mlčení, band wagon effect*  Povinná literatura:  \* SPARKS, Glenn Grayson, 2015.Chapter 9: The Effects of News and Political Content. Pp. 225-252 in *Media effects research: A basic overview*. Fifth edition. Australia: Wadsworth. ISBN 978-1305077478.  Doporučená literatura:   * BRYANT, Jennings, Susan THOMPSON a Bruce W. FINKLEA, 2012. Chapter 5: Priming. Chapter 6: Agenda Setting. Chapter 7: Framing. Pp. 74-107 in *Fundamentals of media effects*. Second edition. Long Grove, Illinois: Waveland Press. ISBN 978-1577667858. * DILLMAN CARPENTIER, Francesca, 2009. Media priming: An updated synthesis. BRYANT, Jennings a Mary-Beth OLIVER. *Media Effects: Advances in theory and research*. 3rd ed. New York: Routledge, s. 74-93. Communication series. ISBN 978-0805864502. * DJERF-PIERRE, Monika a Adam SHEHATA, 2017. Still an Agenda Setter: Traditional News Media and Public Opinion During the Transition From Low to High Choice Media Environments. *Journal of Communication*. **67**(5), 733-757. DOI: 10.1111/jcom.12327. ISSN 00219916. Dostupné také z: https://academic.oup.com/joc/article/67/5/733-757/4642137 * MCCOMBS, Maxwell, 2005. A Look at Agenda-Setting: Past, Present and Future. *Journalism Studies*. **6**(4), 543-557. * MCCOMBS, Maxwell a Amy REYNOLDS, 2009. How the News Shapes Our Civic Agenda. BRYANT, Jennings a Mary-Beth OLIVER, ed. *Media effects: Advances in theory and research*. 3rd ed. New York: Routledge, s. 1-16. Communication series. ISBN 978-0805864502. * TEWKSBURY, David a Dietram A. SCHEUFELE, 2009. News framing theory and research. BRYANT, Jennings a Mary-Beth OLIVER, ed. *Media Effects: Advances in theory and research*. 3rd ed. New York: Routledge, s. 17-33. Communication series. ISBN 978-0805864502. |
| 1. **(27.10.)** | **Nové teorie mediálních účinků** **(Michaela Lebedíková)**  *Klíčová slova: DSMM, reinforcing spirals, rozdílná náchylnost k účinkům médií, selektivita výběru médií*  Povinná literatura:  \* VALKENBURG, P. M., & PETER, J. (2017). Differential Susceptibility to Media Effects Model. In P. RÖSSLER, C.A. HOFFNER, & L. ZOONEN (Eds.), *The International Encyclopedia of Media Effects*. John Wiley & Sons. <https://doi.org/10.1002/9781118783764.wbieme0119>  \* SLATER, M. D. (2017). Reinforcing Spirals Model. In P. RÖSSLER, C.A. HOFFNER, & L. ZOONEN (Eds.), *The International Encyclopedia of Media Effects*. John Wiley & Sons. <https://doi.org/10.1002/9781118783764.wbieme0118>  Doporučená literatura:   * SCHERER, H. (2017). Connecting Media Use to Media Effects. In P. RÖSSLER, C.A. HOFFNER, & L. ZOONEN (Eds.), *The International Encyclopedia of Media Effects*. John Wiley & Sons. <https://doi.org/10.1002/9781118783764.wbieme0016> * SLATER, M. D. (2007). Reinforcing spirals: The mutual influence of media selectivity and media effects and their impact on individual behavior and social identity. *Communication theory*, 17(3), 281-303. * VALKENBURG, P. M., & PETER, J. (2013). The differential susceptibility to media effects model. *Journal of Communication*, *63*(2), 221-243. |
| 1. **(3.11.)** | **Nadměrné používání médií (David Šmahel) – V TENTO DEN PROBĚHNE PRŮBĚŽNÝ TEST**  *Klíčová slova: závislost na internetu, nadměrné používání internetu, patologické online hraní*  Povinná literatura:  \* PAULUS, F. W., OHMANN, S., VON GONTARD, A., & POPOW, C. (2018). Internet gaming disorder in children and adolescents: a systematic review. *Developmental medicine and child neurology*, 60(7), 645–659.  \* GENTILE, D. A., COYNE, S. M., & BRICOLLO, F. (2014). Pathological technology addiction: what is scientifically known and what remains to be learned. In DILL, K. E. (Eds.), *The Oxford handbook of media psychology* (pp. 382-402). Oxford University Press.  Doporučená literatura:   * WEINSTEIN, A., & LEJOYEUX, M. (2010). Internet addiction or excessive internet use. *The American journal of drug and alcohol abuse*, *36*(5), 277-283. * J KUSS, D., D GRIFFITHS, M., KARILA, L., & BILLIEUX, J. (2014). Internet addiction: A systematic review of epidemiological research for the last decade. *Current pharmaceutical design*, *20*(25), 4026-4052. * KUSS, D. J., & GRIFFITHS, M. D. (2012). Internet gaming addiction: A systematic review of empirical research. *International Journal of Mental Health and Addiction*, *10*(2), 278-296. |
| 1. APLIKACE | |
| 1. **(10.11.)** | **Sex a média (Michaela Lebedíková)**  *Klíčová slova* *sexuálně explicitní obsahy; záměrná a nezáměrná expozice; sexting; vliv pornografie: sexuální chování, postoje, násilí na ženách; sexuální scénáře; teorie 3AM; limity současného výzkumu sex. obsahů*  Povinná literatura:  \* ORTIZ, R. R., & THOMPSON, B. (2017). Content Effects: Pornography and Sexually Explicit Content. In P. RÖSSLER, C.A. HOFFNER, & L. ZOONEN (Eds.), *The International Encyclopedia of Media Effects*. John Wiley & Sons. <https://doi.org/10.1002/9781118783764.wbieme0122>  \* WARD, L. M., ERICKSON, S. E., LIPPMAN, J. R., & GIACCARDI, S. (2016). Sexual Media Content and Effects. In P. RÖSSLER, C.A. HOFFNER, & L. ZOONEN (Eds.), *The International Encyclopedia of Media Effects*. John Wiley & Sons. <https://doi.org/10.1093/acrefore/9780190228613.013.2>  Doporučená literatura:   * WRIGHT, P. J. (2011). Mass Media Effects on Youth Sexual Behavior Assessing the Claim for Causality. *Communication Yearbook*, 35(1), 343–385. <https://doi.org/10.1080/23808985.2011.1167912> |
| 1. **(17.11.)** | **Státní svátek** |
| 1. **(24.11)** | **Stereotypy a stereotypizace v médiích** **(Marína Urbániková)**  *Klíčová slova: typ, archetyp, stereotyp, stigma a stigmatizace, mediální reprezentace menšin v českých médiích (etnické menšiny a cizinci, ženy, senioři, lidé s postižením, LGBT+), negativní/pozitivní/kontra-stereotypy, krátkodobé a dlouhodobé účinky, účinky na majoritu a na stereotypizovanou skupinu, účinky na postoje a přesvědčení/vnímaní dané skupiny/chování, teorie: priming, framing, kultivace, sociálně kognitivní teorie*  Povinná literatura:  \* SPARKS, Glenn Grayson, 2015.Chapter 10: The Effects of Media Stereotypes. Pp. 253-278 in *Media effects research: A basic overview*. Fifth edition. Australia: Wadsworth. ISBN 978-1305077478.  Doporučená literatura:   * ARENDT, Florian a Temple NORTHUP, 2015. Effects of Long-Term Exposure to News Stereotypes on Implicit and Explicit Attitudes. *International Journal of Communication*. **9**, 2370-2390. * BEHM-MORAWITZ, Elizabeth a Michelle ORTIZ, 2012. Race, Ethnicity, and the Media. DILL, Karen E., ed. *The Oxford Handbook of Media Psychology*. New York: Oxford University Press, s. 252-266. * BRYANT, Jennings, Susan THOMPSON a Bruce W. FINKLEA, 2012. Chapter 16: The Effects of Stereotyping. Pp. 242-265 in *Fundamentals of media effects*. Second edition. Long Grove, Illinois: Waveland Press. ISBN 978-1577667858. * MASTRO, Dana, 2009. Effects of racial and ethnic stereotyping. BRYANT, Jennings a Mary-Beth OLIVER, ed. *Media effects: Advances in theory and research*. 3rd ed. New York: Routledge, s. 325-341. Communication series. ISBN 978-0805864502. * PICKERING, Michael, 2001. *Stereotyping: The politics of representation*. New York: Palgrave. ISBN 978-0333772102. * RAMASUBRAMANIAN, Srividya a Chantrey J. MURPHY, 2014. Experimental Studies of Media Stereotyping Effects. WEBSTER, Murray a Jane SELL, ed. *Laboratory experiments in the social sciences*. Second edition. London, UK: Elsevier/Academic Press, s. 385-402. ISBN 978-0-12-404681-8. * SCHARRER, Erica L., 2012. Representations of Gender in the Media. DILL, Karen E., ed. *The Oxford Handbook of Media Psychology*. New York: Oxford University Press, s. 267-284. * SMITH, Stacy L. a Amy D. GRANADOS, 2009. Content Patterns and Effects Surrounding Sex-Role Stereotyping on Television and Film. BRYANT, Jennings a Mary-Beth OLIVER, ed. *Media effects: Advances in theory and research*. 3rd ed. New York: Routledge, s. 342-361. Communication series. ISBN 978-0805864502. |
| 1. **(1.12.)** | **Účinky politické komunikace (Michal Tkaczyk)**  *Klíčová slova:*  *vliv médií na a) politickou informovanost a mobilizaci občanů, b) důvěru v instituce; tematické a epizodické zarámování zpráv, strategický mediální rámec, rámec volebních dostihů (horserace frame), spirála cynismu (spiral of cynicism), posilující smyčka (virtuous circle), mediální malátnost (media malaise); mediatizace politiky; vliv a účinky nových médií v oblasti politiky*  Povinná literatura:  \* MCLEOD, D. M., KOSICKI, G. M., & MCLEOD, J. M. (2008). Political Communication Effects. In BRYANT, J. & OLIVER, M. B. (Eds.), *Media Effects: Advances in Theory and Research* (pp. 228-252). Routledge.  Doporučená literatura:   * CHAFFEE, S. H., & KANIHAN, S. F. (1997) Learning about Politics from the Mass Media. *Political Communication*, *14*(4), 421-430. * BOULIANNE, S. H. (2009). Does Internet Use Affect Engagement? A Meta-Analysis of Research. *Political Communication*, *26*(2), 193-211. * BOULIANNE, S.H. (2015). Social media use and participation: a meta-analysis of current research. *Information, Communication & Society*, *18*(5), 524-538. * ESSER F., & MATTHES J. (2013). Mediatization Effects on Political News, Political Actors, Political Decisions, and Political Audiences. In *Democracy in the Age of Globalization and Mediatization. Challenges to Democracy in the 21st Century series*. Palgrave Macmillan: London. <https://doi.org/10.1057/9781137299871_8> * MAZZOLENI, G. (2008). Mediatization of Politics. In W. DONSBACH (Ed.), *The International Encyclopedia of Communication*. <https://doi.org/10.1002/9781405186407.wbiecm062> * NORRIS, P., & CURTICE, J. (2004). E-politics? The impact of the Internet on political trust and participation. In *British Social Attitudes*, *The 21st Report* (pp. 99-115). London: Sage. <http://www.tinyurl.com/y36w2ny6> * MCLEOD, D., & DETENBER, B. (1999). Framing effects of television news coverage of social protest. *Journal of Communication*, *49*, 3-23. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1999.tb02802.x> * DE VREESE CH., & ELENBAAS M. (2008). Media in the Game of Politics: Effects of Strategic Metacoverage on Political Cynicism. *The International Journal of Press/Politics, 13*(3): 285-309. |
| 1. **(8.12.)** | **Agrese, násilí a antisociální chování v médiích a kvůli médiím (Michal Tkaczyk)**  *Klíčová slova: agrese a násilí, mediální násilí a jeho měření, teoretické výklady mechanismů vlivu mediálního násilí na násilné jednání: sociální učení, priming, nabuzení, desenzitizace, neuropsychologická aktivace, katarzní teorie, násilí a počítačové hry, účinky online agrese*  Povinná literatura:  \* SPARKS, G. G. (2015). Effects of Media Violence. In *Media effects research: A basic overview* (pp. 100-133). Australia: Wadsworth.  \* GILES, D. (2012). Vlivy médií na prosociální a antisociální chování. In *Psychologie médií* (pp. 35-52). Grada.  Doporučená literatura:   * ANDERSON, C. A., BERKOWITZ, L., DONNERSTEIN, E., HUESMANN, L. R., JOHNSON, J. D., LINZ, D., MALAMUTH, N. M., & WARTELLA, E. (2003). The Influence of Media Violence on Youth. *Psychological Science in the Public Interest*, *4*(3), 81–110. * ANDERSON, C. A., SHIBUYA, A., IHORI, N., SWING, E. L., BUSHMAN, B. J, & SALEEM, M. (2010). Violent video game effects on aggression, empathy, and prosocial behavior in Eastern and Western countries: A meta-analytic review. *Psychological bulletin*, *136*(2), 151. * FERGUSON, C. J., & KILBURN, J. (2009). The public health risks of media violence: A meta-analytic review. *The Journal of pediatrics*, *154*(5), 759-763. * HAMM, M.P., NEWTON, A.S., & CHISHOLM, A. (2015). Prevalence and Effect of Cyberbullying on Children and Young People: A Scoping Review of Social Media Studies. *JAMA Pediatr*. 169(8):770–777. * SPARKS, G.G., SPARKS, C.W., SPARKS, E.A. (2009). Media Violence. In BRYANT, J. & OLIVER, M. B. (Eds.), *Media Effects: Advances in Theory and Research* (pp. 269-286). Routledge. * SPARKS, G. G. (2015). Media That Stir Emotions. Empathy: I feel what you feel. In *Media effects research: A basic overview* (pp. 180-182). Australia: Wadsworth. |

**ZÁKLADNÍ LITERATURA KE KURZU**

* Bryant, J. a Oliver M.B. (2009). Media effects: advances in theory and research. 3rd ed. New York: Routledge. ISBN 978-0-8058-6449-6.
* Dill, K.E. (2014) The Oxford handbook of media psychology, Oxford University Press
* Giles, David. 2012. Psychologie médií. Praha: Grada
* Perse, E. M. a Lambe J.L. (2017) Media effects and society. Second edition. New York: Routledge, Taylor & Francis Group. ISBN 978-0-415-88591-1.
* Sparks, G.G. (2016). Media effects research: a basic overview. Fifth edition. Boston: Cengage Learning. ISBN 978-1-305-07747-8.