



Mediální kultura

Marek Lollok



Požadavky na zakončení

Podmínky zápočtu: Vypracování zápočtové práce podle předem vypsanych témat nebo podle vlastního výběru, její úspěšné zvládnutí a odevzdání ve stanoveném termínu. Půjde o zápočtovou práci v rozsahu cca 5 normostran v editoru Word při jednoduchém řádkování, která bude odpovídat na konkrétní problémovou otázku, např. Které pořady pro děti ve víkendovém vysílání veřejnoprávní televize lze označit za nejkvalitnější a proč? Které pořady ve vysílání Českého rozhlasu lze doporučit žákům? Jak vypadá aktuální žánrová skladba vámi sledovaného odborného časopisu? apod.

Závazné termíny

- do **6.12.2015** zaslat návrh problémové otázky (tématu), případně krátkou anotaci zápočtové práce na adresu 134815@mail.muni.cz → do týdne potvrzení, popřípadě komentář
- do **17.1.2016** odevzdat závěrečnou zprávu prostřednictvím odevzdávárny předmětu v Isu (název odevzdávárny „Zápočtové práce“)

Literatura

- BURTON, Graeme - JIRÁK, Jan. Úvod do studia médií. Brno: Barrister & Principal, 2003
- REIFOVÁ, Irena a kol. Slovník mediální komunikace. Praha: Portál, 2004
- LABISCHOVÁ, Denisa. Didaktika mediální výchovy. Ostrava: Ostravská univerzita, 2011
- DOKOUPIL, Blahoslav a kol. Slovník literárních časopisů, periodických literárních sborníků a almanachů 1945-2000. Brno, Olomouc: Host, Votobia, 2002
- OSVALDOVÁ, Barbora a kol. Encyklopedie praktické žurnalistiky. Praha: Libri, 1999
- Kurikulární dokumenty

Mediální výchova

„V mediální výchově, na rozdíl od ostatních školních předmětů, po dětech chceme, aby zkoumaly, jak vědí, to co vědí. V mediální výchově se musejí pít po tom, odkud informace a myšlenky přicházejí a ne přijímat fakt, že tu prostě jsou.“ (Cary Balgazette, 1989)

Mediální gramotný jedinec?

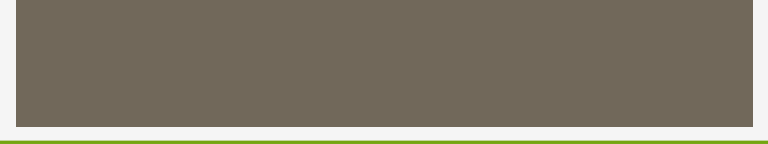
- Člověk, který dokáže rozeznat podstatné od nepodstatného, média považuje za zdroj informací, poskytnuté informace dokáže srovnat se svými dosavadními zkušenostmi, uvědomuje si rozdíl mezi zprávou bulvární a kvalitní, sleduje zpravodajství, rozlišuje styl mluvený a psaný a rozpoznává v nich rozdíly stylistické či lexikální, odhalí nástrahy médií směřující k zmanipulování názoru člověka, zná bezpečnostní zásady při užívání médií a pro obohacení svých vědomostí využívá pouze kvalitní zdroje.
(Chytková, 2013)

Reálný vliv, který mají (mohou mít) média na společnost a na jedince:

- média se podílejí na organizaci a rytmu denního života
- nabízejí reflexi, možnost přemýšlet o vlastním životě
- média nabízejí vzory jednání a vzory sociálních rolí
- jsou významným zdrojem naplňování volného času
- posilují prožitek ztotožnění s nějakou skupinou, s nějakým celkem
- jsou nositelem „symbolické moci“, tj. institucí, jež sděluje, jaké významy mají slova, obrazy, gesta nebo činy, které se používají v sociální praxi

Komunikační model

- komunikace jako dynamický proces
- speciální případ: modely komunikace prostřednictvím médií



**Lasswellova formule ve vztahu k základním součástem
komunikačního procesu a oblastem komunikačního
výzkumu – lineární komunikační model**

Sociální komunikace

kategorizujeme podle

a/ prostředků, které jsou pro realizaci komunikace nezbytné (např. verbální a neverbální)

b/ účelu komunikace (např. komunikace persvazivní)

c/ povahy vztahu mezi jejími účastníky (komunikace intrapersonální, interpersonální, veřejná apod.)

TYPY SOCIÁLNÍ KOMUNIKACE

masová komunikace

mediální komunikace

veřejná komunikace

skupinová komunikace

interpersonální komunikace

intrapersonální komunikace

PRVKY A FUNKCE KOMUNIKACE

- referenční → poskytování informací
- expresivní → vyjádření pocitů či emocí
- konativní → ovlivňování chování
- fatická → vytváření nebo udržování sociálních vztahů
- metajazyková → dotýká se podstaty interakce
- poetická → zvýraznění textových charakteristik

ZNAK

F. De Saussure:

OZNAČOVANÉ (pojem)/OZNAČUJÍCÍ („zvukový obraz“)

Ch. Sanders Peirce: Znak zastupuje něco jiného vzhledem k něčemu dalšímu.

-index

-ikon

-symbol

<http://www.youtube.com/watch?v=MLfFhdcXJhA>

Způsoby studia médií

- obsahová analýza
- obrazová analýza

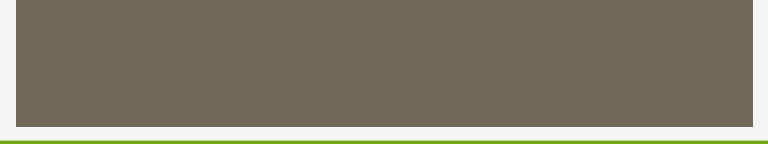
([http://eurozpravy.cz/pictures/photo/2014/09/05/bm0o0055_resize-1409939356-](http://eurozpravy.cz/pictures/photo/2014/09/05/bm0o0055_resize-1409939356-6cd07f46_660x371.jpg)

[6cd07f46_660x371.jpg](http://eurozpravy.cz/pictures/photo/2014/09/05/bm0o0055_resize-1409939356-6cd07f46_660x371.jpg);

<http://www.mediar.cz/s/2013/08/stropnicky.jpg>;

http://media.novinky.cz/578/395785-top_foto1-0foup.jpg?1381262406)

- další (sekundární zdroje informací)
- zkoumání reakcí příjemců (zkoumání zpětné vazby)

- 
- textová analýza
 - sémiotická analýza
 - strukturní analýza – sleduje organizační principy, podle nichž je text uspořádán; jedná se spíše o zjišťování, *jak* je význam do textu vkládán, nikoli o *jaký* význam jde

Binární opozice

- protikladné pojmy či koncepty, které lze vyčíst z textu (obvykle kontrastní, konflitní)
- např. střet dobra a zla, mužského a ženského principu apod.
- často navázány na stereotypy

http://img.ihned.cz/attachment.php/740/52568740/hqo9j2A3G487wByaLCRWNqTHQO1luFnM/1114SPORT_FOTBAL_PRIPRAVA_CR_SLOVENSKO_7_378.jpg

Narativní struktura

- (narace = vyprávění; dějová linie, příběh, drama)
- nejen CO se vypráví, ale i JAK se vypráví → nejen pochopení toho, co text znamená, ale co „má“ znamenat

Zpravodajství

- specifický typ mediálních sdělení s vysokou mírou předvídatelnosti, pravidelnosti, stereotypnosti a ustálenosti
- významný zdroj informací o světě; publikum má obecně sklon vnímat zprávy jako dosti věrný obraz skutečnosti, ne-li přímo jako její zrcadlový obraz
- nutnost „**demýtizace zpráv**“

Sběr zpráv

- zprávy jsou druh obsahů, jež jsou vždy umělé – jsou vytvářené (konstruované)
- výběr událostí a způsob jejich zpracování
- etnocentrická povaha zpravodajství
- co je to dobře sestavená zpráva? – zažitá představa, že má obsahovat sdělení o tom, **kdo**, udělal **co**, **kdy**, **kde**, **jak** a **s jakým výsledkem**, případně **proč** a **za jakých okolností**
- významný zdroj informací o světě

Nastolování agendy a výběr zpráv

- témata, ze kterých se skládá zpravodajství, nastolují zpravodajské organizace
- média (resp. jejich editoři, vedoucí vydání, redaktoři aj.) zprávy třídí a vybírají a tím, že je vybírají, vybírají také agendu témat, jež se dostanou do zorného pole příjemců, a vzbuzují tak dojem, že jsou – aktuálně – nejdůležitější
- třídění zpráv podle „důležitosti“

Zpravodajské hodnoty

- soubor kritérií, jimiž média poměřují **zpravodajskou přijatelnost událostí a zpravodajskou vhodnost jejich zpracování**
- zpravidla velmi stabilní, předvídatelný charakter, konvenční struktura témat
- „práh pozornosti“ médií
- to, co si médium vybere jako událost hodnou pozoru, je podmíněno kulturou, v níž médium operuje a organizací práce v samotném médiu

Obecné zpravodajské hodnoty

- výskyt (frekvence)
- blízkost
- jasnost (jednoznačnost)
- jednoduchost
- smysluplnost („kulturní blízkost“)
- novost
- průběžnost (kontinuita)
- možnost dalšího vývoje
- vztah k elitním národům či státům a vztah k elitním osobám či celebritám
- personalizace
- negativita
- souznění („očekávatelnost“)
- překvapení
- předvídatelnost
- variace

Zpracovatelské hodnoty

- pokud nějaká událost nabízí určité možnosti zpracování, má větší naději stát se předmětem zájmu médií
- možnost zjednodušení, negativita...
- + obrazový materiál, dramatizace, konflikt, příběh o jedinečném lidském osudu

Hodnocení informační kvality zpravodajství

- relevance
- pravdivost – zejm. věcná správnost, nestrannost, věcnost, vyváženost
- srozumitelnost

Důvěryhodnost zpravodajství a autorita média

- důvěryhodnost → moc
- seriózní x bulvární média
- snaha o autenticitu, realističnost, bezprostřednost a „objektivitu“ zpravodajství

Názor, hodnocení a soulad

- nikdy nelze být zcela hodnotově neutrální
- implicitní hodnocení
- výběr a řazení zpráv (tvorba kontextu)
- zpracování zprávy
- volba výrazových prostředků
- volba pojmenování
- → interpretace, „preferovaná čtení“



<http://www.youtube.com/watch?v=xf2ykDPw3rU>

<http://www.youtube.com/watch?v=BVWgVvY5f0E>

Základní fakta

http://www.unievydavatelu.cz/cs/deniky/fakta_cisla_denicich/zakladni_fakta_denicich

Prodaný náklad

http://www.unievydavatelu.cz/cs/deniky/fakta_cisla_denicich/prodany_naklad_deniku/314-deniky_celostatni

Čtenost deníků, časopisů

http://www.unievydavatelu.cz/cs/deniky/fakta_cisla_denicich/ctenost_deniku/239-deniky_celostatni

Čtenost suplementů

http://www.unievydavatelu.cz/cs/deniky/fakta_cisla_denicich/ctenost_suplementu/312-deniky_suplementy

Sledovanost TV

<http://mediamania.tyden.cz/rubriky/statistiky/>