

Informačný list predmetu

Akademický rok 2024/2025

Vysoká škola	Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave
Fakulta	FMK UCM
Kód predmetu	KDH/23beTEDI901/23
Názov predmetu	teória masmediálnej komunikácie
Počet kreditov	5

Podmienky na absolvovanie predmetu

Pre úspešné absolvovanie predmetu musí študent získať minimálne 56 % bodov (celkovo 56 bodov zo 100).

Záverečná hodnotiacia stupnica: 100 – 92 =A; 91 - 83 =B; 82 – 74 =C; 73 – 65 =D; 64 - 56 =E;

55 a menej = FX

Výsledky vzdelávania

Študent po absolvovaní predmetu získa tieto vedomosti, schopnosti, zručnosti, kompetencie:

- orientuje sa v základných pojmoch masovej a masmediálnej komunikácie,
- pozná etapy vo vývoji ľudskej civilizácie,
- ovláda postup a proces výskumu médií,
- vie kriticky posúdiť účinky médií,
- má prehľad v globálnych trendoch na mediálnom trhu,
- vie charakterizovať publikum médií,
- je schopný aplikovať získané poznatky na problematiku digitálnych hier,
- orientuje sa vo vedeckej a odbornej literatúre,
- chápe rozdiely v jednotlivých teóriách médií.

Stručná osnova predmetu

1. Základné pojmy spojené s masovou komunikáciou: komunikácia, komunikátor, komunikát, médium, recipient, spätná väzba.
2. Mediálne a komunikačné štúdiá v systéme vied. Charakteristika odboru a vedeckých disciplín, ktoré sa podieľajú na jeho formovaní. Interdisciplinarita mediálnych a komunikačných štúdií.
3. Roviny komunikácie. Znak, vlastnosti a definícia masovej komunikácie.
4. Štyri modely komunikácie. Lineárny model komunikácie podľa Harolda Lasswella a Clauda Shannona/Warrena Weavera.
5. Etapy vo vývoji ľudskej komunikácie: obdobie znamení a signálov, obdobie hovoreného jazyka. Orálna kultúra. Primárne (ľudské) médiá a ich charakteristika.
6. Etapy vo vývoji ľudskej komunikácie: obdobie písma a zrod kníhtlače. Vznik novín a masovej tlače. Spoločenské funkcie periodickej tlače. Masová a elitná tlač. Charakteristické znaky žltej žurnalistiky.

Strana: 2

7. Etapy vo vývoji ľudskej komunikácie: technické predpoklady a podmienky vzniku elektronických médií: telegraf, telefón, zvukové nosiče.

8. Etapy vo vývoji ľudskej komunikácie: technické predpoklady a podmienky vzniku fotografie a filmu.

9. Etapy vo vývoji ľudskej komunikácie: rozhlas, televízia (vývoj rozhlasu vo svete; vývoj televízie vo svete).
10. Etapy vo vývoji ľudskej komunikácie: digitálne médiá a konvergencia médií. Internet, multimédiá. Web 2.0 a jeho fungovanie. Uplatnenie multimédií na celospoločenskej úrovni.
11. Vzťah médií a spoločnosti: sociocentrický a mediocentrický prístup. Teórie médií vo vzťahu k spoločnosti (funkcionalizmus, kritická politická ekonómia, sociálny konštruktivizmus, technologický determinizmus, teória informačnej spoločnosti).
12. Začiatky systematického výskumu médií: administratívny výskum. Výskumné a teoretické práce Harolda D. Lasswella, Charlesa R. Wrighta, Paula F. Lazarsfelda a Elihu Katza.
13. Systematický výskum médií: Frankfurtská škola a kritický výskum. Význam Frankfurtskej školy, jej najdôležitejšie poznatky a kľúčoví predstavitelia. Teoretické práce Theodora W. Adorna a Maxa Horkheimera. Pojem „kultúrny priemysel“.
14. Systematický výskum médií: Birminghamská škola a kultúrna výskumná tradícia. Zdroje inšpirácie Birminghamskej školy a východiská jej výskumných aktivít. Predstavitelia Birminghamskej školy a ich kľúčové práce. Teória kódovania a dekódovania Stuarta Halla.
15. Systematický výskum médií: Torontská škola a technologický determinizmus. Teoretické práce Harolda A. Innisa, Marshalla McLuhana a Joshuu Meyrowitza. Mediá ako extenzie ľudských zmyslov.
16. Počiatočné teoretické predstavy o účinkoch médií: od všemocných médií k limitovaným účinkom. Teória podkožnej ihly, dvojstupňový tok komunikácie, osobný vplyv a názoroví vodcovia. Charakteristika jednotlivých názorov a datovanie ich vzniku.
17. Predstavy o účinkoch médií: znovuobjavenie mocných médií a dohodnuté účinky. Nastol'ovanie agendy, dlhodobé neplánované zmeny. Vedomostná priepasť. Špirála mlčania Elizabeth Noelle Neumannovej.
18. Typológia účinkov médií: základné druhy a kategórie mediálnych účinkov. Konkretizácia jednotlivých typov mediálnych účinkov a ich prejavov v mediálnej praxi a sociálnej komunikácii.
19. Globálne trendy v mediálnej komunikácii: Komercializácia, globalizácia, regionalizácia, lokalizácia. Nadnárodné šírenie mediálnej komunikácie. Horizontálna a vertikálna koncentrácia vlastníctva médií. Aplikácia na digitálne hry.
20. Spravodajstvo, zber a spracovanie informácií. Spravodajské hodnoty a uhol pohľadu, Problém dôveryhodnosti a objektivity médií. Infotainment a jeho konkrétne prejavy.
21. Normatívne teórie médií: štyri teórie tlače a ich kritické prehodnotenie v prácach Denisa McQuaila.
22. Publikum médií. Vývoj predstáv o mediálnom publiku a typy publika. Charakteristické znaky súčasných mediálnych publik.
23. Informačná spoločnosť: charakteristika a základné znaky. Komodifikácia informácie.
24. Teória archetypov v kontexte mediálnej komunikácie. Rozdiely medzi archetypmi a stereotypmi. Mediálne stereotypy a ich využitie – konkrétne prejavy mediálnej stereotypizácie.
25. Mediálny produkt a jeho štruktúra: žánery, narácie, serialita. Formy seriality vo vzťahu k digitálnym hrám.
26. Ludická spoločnosť: charakteristika a základné znaky. Názory Johana Huizingu a Miloslava Petruska.
27. Vymedzenie a charakteristika fenoménu kultúry prostredníctvom „cibuľového diagramu“ Geerta Hofstedeho

Odporúčaná literatúra

- Brečka, S., et al. (2009). Od tamtamov po internet. Bratislava: Eurokódex. ISBN 978-80-89363-29-2.
- Burton, G., & Jiráček, J. (2008). Úvod do studia médií. Brno: Barrister & Principal. ISBN 80-859-4767-6.

- DeFleur, M. L., & Ballová-Rokeachová, S. J. (1996). Teorie masové komunikace. Praha: Karolinum. ISBN 80-718-4420-9.
- Hofstede, G., & Hofstede, G. J. (2006). Kultury a organizace (Software lidské mysli). Praha: Linde. ISBN 978-80-8613-170-X.
- Huizinga, J. (2000). Homo ludens. O původu kultury ve hře. Slavonice: Dauphin. ISBN 978-80-7272-020-1.
- Charvát, J. (1996). Masová komunikácia. Bratislava: Perex. ISBN 80-967545-8-0.
- Jirák, J., & Köpplová, B. (2009). Masová média. Praha: Portál. ISBN 80-7367-466-3.
- McQuail, D. (2009). Úvod do teorie masové komunikace (2nd ed.). Praha: Portál. ISBN 978-80-7367-591-2.
- Pravdová, H., Radošinská, J., & Višňovský, J. (2017). Koncepty a praktiky multiplatformovej žurnalistiky: Slovensko v sieťach digitálnych diaľnic. Trnava: FMK UCM. ISBN 978-80-8105-911-7.
- Pravdová, H., Radošinská, J., & Višňovský, J. (Eds.). (2016). Slovník vybraných pojmov z mediálnych štúdií: Kľúčové termíny v súčasnej mediálnej komunikácii. Trnava: FMK UCM. ISBN 978-80-8105-874-5.
- Pravdová, H. (2009). Determinanty kreovania mediálnej kultúry. Trnava: FMK UCM. ISBN 978-80-8105113-5.
- Radošinská, J. (2016). Mediálna zábava v 21. storočí. Sociálno-kultúrne aspekty a trendy. Trnava: FMK UCM. ISBN 978-80-8105-793-9.
- Radošinská, J. (2019). Propedeutika (mas)mediálnych štúdií. Trnava: FMK UCM. ISBN 978-80-572-0006-2.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu

slovenský, príp. anglický