Informačný list predmetu

Akademický rok 2026/2027

Vysoká škola	Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave
Fakulta	FMK UCM
Kód predmetu	KMEDV/26bdDIZO08/26
Názov predmetu	kognitívne procesy v mediálnej komunikácii
Rozsah	2P
Počet kreditov	5
Vyučujúci	doc. PhDr. Zora Hudíková, PhD. (prednášajúci)

Podmienky na absolvovanie predmetu

Záverečné hodnotenie je udeľované na základe výsledku povinne absolvovaného písomného testu. To predstavuje 100 % záverečného hodnotenia. Úspešné absolvovanie vedomostného testu znamená získanie minimálne 56 % stanoveného maximálneho počtu bodov. Podmienkou pripustenia k záverečnému testu je splnenie požiadaviek na dochádzku, príp. ďalších stanovených úloh. O prípadných zadaniach podmieňujúcich pripustenie k záverečnému testu sa študent dozvie na začiatku výučby predmetu v danom akademickom roku.
Záverečná hodnotiaca stupnica: 100 – 92 =A; 91 - 83 =B; 82 – 74 =C; 73 – 65 =D; 64 - 56 =E; 55 a menej = FX.

Výsledky vzdelávania

Poslucháčky a poslucháči po absolvovaní predmetu získajú tieto vedomosti, schopnosti, zručnosti, kompetencie:
Vedomosti:
• poznajú a rozumejú kľúčovým konceptom z kognitívnej psychológie, ako je pozornosť, vnímanie, pamäť a myslenie, a ich teoretickým modelom,
• rozumejú, ako kognitívne procesy ako selektívna pozornosť, vnímanie farieb a pohybu a kognitívne skreslenia ovplyvňujú, akým spôsobom ľudia spracúvajú mediálne informácie a robia rozhodnutia na ich základe,
• majú poznatky o tom, ako si ľudia organizujú informácie v mysli prostredníctvom schém, rámcov a scenárov, a ako sa tieto poznatky využívajú v tvorbe presvedčivých mediálnych správ,
• sú oboznámení s vplyvom emócií na kognitívne procesy, najmä na pamäť a pozornosť, a vedia, ako sa tieto princípy uplatňujú v mediálnej komunikácii na vyvolanie emočnej odozvy,
• rozumejú princípom spracovania reči a porozumenia textu a vedia, ako jazykové a komunikačné štruktúry vplývajú na interpretáciu mediálnych príbehov.
Zručnosti:
• vedia analyzovať mediálne výstupy z hľadiska kognitívnych procesov, ktoré vyvolávajú (napr. identifikovať, ako mediálny obsah využíva princípy vnímania farieb alebo vnímania tvárí),
• sú schopní aplikovať princípy pozornosti, pamäte a riešenia problémov pri navrhovaní efektívnych mediálnych obsahov,
• vedia rozpoznať a kriticky posúdiť kognitívne skreslenia a heuristiky, ktoré sa používajú na ovplyvňovanie publika v mediálnom obsahu,
• dokážu posúdiť, ako mediálne správy ovplyvňujú procesy usudzovania a rozhodovania u publika.

Kompetencie:
• schopnosť vnímať a analyzovať mediálnu komunikáciu nielen z hľadiska obsahu, ale aj z hľadiska kognitívnych procesov, ktoré spúšťa v mysli publika,
• schopnosť strategicky navrhovať mediálne obsahy, ktoré efektívne pracujú s pozornosťou, pamäťou a rozhodovacími procesmi cieľovej skupiny,
• schopnosť kreatívne aplikovať poznatky o kognitívnych procesoch pri hľadaní nových a efektívnych spôsobov komunikácie v meniacom sa mediálnom prostredí,
schopnosť syntetizovať teoretické poznatky z kognitívnej psychológie s praktickými prípadovými štúdiami mediálnej komunikácie

Stručná osnova predmetu

1. Kognitívna psychológia. Kognitívna neuropsychológia.
2. Pozornosť. Zámerná pozornosť. Selektívna pozornosť. Rozdelenie pozornosti.
3. Zrakové vnímanie. Vnímanie priestoru a veľkosti. Vnímanie farieb. Vnímanie tvárí. Vnímanie pohybu. Vnímanie konania. Sluchové vnímanie,
4. Pamäť. Krátkodobá pamäť. Dlhodobá pamäť. Pamäťové procesy. Teória zabúdania. Teória rozpamätávania sa a rekognície. Epizodická a sémantická pamäť. Implicitná pamäť. Mimoriadne pamäťové schopnosti.
5. Predstavy a kreativita. Mentálne modely. Riešenie problémov. Heuristické prístupy.
6. Vnímanie reči a čítanie. Porozumenie reči. Spracovanie viet. Spracovanie príbehov. Rečová produkcia. Jazyk a myslenie.
7. Myslenie, organizácia poznatkov. Schémy, rámce, scenáre. Procesy kategorizácie. Procesy myslenia.
8. Posudzovanie a rozhodovanie. Usudzovanie s podmienkami. Pravdepodobnostné teórie. Racionalita a hodnotenie.
9. Kognícia a emócie. Emócie a pozornosť. Emócie a pamäť. Spracovanie emócií.
10. Chyby a skreslenia v kognícii.
11. Ľudská a umelá inteligencia.
12. Kognitívny vývoj. Zrenie myšlienkových procesov. Múdrosť a starnutie.

Odporúčaná literatúra

Eysenck, M.W., & Keane, M.T. (2008) Kognitivní psychologie. Akademie věd.
Giles, D. (2012) Psychologie médií. Grada.
Hari, J. (2022) Stolen Focus: Why You Can't Pay Attention. Bloomsbury.
Hodges, J. (2021) Cognitive Psychology: Mind and Brain. Clanrye International.
Hradiská, E., Brečka, S., Vybíral, Z. (2009). Psychológia médií. Eurokódex.
Kahneman, D. (2019). Myslenie rýchle a pomalé. Aktuell.
Rosling, H, Roslingová Ronnlundová, A. (2019). Moc faktov. Tatran.
Stenberg, R. J. (2002). Kognitivní psychologie. Portál.