

# SOCIOLOGIA MÉDIÍ

Mgr. Michal Bočák, PhD.

Mgr. Peter Oborník

*Predmet sprostredkúva sociálne chápanie vybraných problémov súčasnej mediálnej kultúry. Úlohou prednášok je vsadiť vybraný problém do širších teoretických rámcov a načrtnúť možnosti jeho skúmania, na seminároch pôjde o aplikáciu jednotlivých prístupov na skúmanie preberaných fenoménov. Výsledkom má byť priblíženie sa k porozumeniu fungovaniu médií, potrebné ako v mediálnom výskume, tak aj v mediálnej praxi.*

## KRITÉRIÁ HODNOTENIA

Do celkového hodnotenia sa započítava plnenie nasledujúcich kritérií, z ktorých je každé hodnotené osobitnou čiastkovou známku (s uvedeným percentuálnym podielom na celkovom hodnotení):

1. vypracovanie seminárnej práce podľa aktuálnych pokynov vyučujúcich a jej odovzdanie v stanovenom termíne (20 %) a
2. výsledok písomnej skúšky (80 %; test musíte absolvovať úspešne, t. j. získať min. 70 % bodov).

Splnenie 1. kritéria je neodpušiteľnou podmienkou účasti na skúške. Pri nedodržaní pokynov na vypracovanie seminárnej práce a termínu jej odovzdania bude udelená čiastková známka FX (bez možnosti náhrady/opravy); aj výsledné hodnotenie predmetu bude teda automaticky FX.

## DOCHÁDZKA

Vaša účasť na hodinách je jedným z kľúčových prvkov úspešného absolvovania predmetu. Bez akéhokoľvek postihu môžete využiť: a) na dennom štúdiu tri (3) absencie na prednáške a tri (3) na seminári, b) na externom štúdiu absenciu na jednom (1) bloku. Ak tento počet prekročíte, predmet nebudete môcť absolvovať (automaticky získate celkové hodnotenie FX), takže odporúčame šetriť si absencie pre prípad reálnej potreby.

V prípade, ak sa u vás vyskytnú závažnejšie zdravotné problémy, informujte nás, prosím, ak vám to váš zdravotný stav dovoľuje, čo najskôr – v tomto prípade, samozrejme, nájdeme náhradné riešenie, akonáhle budete opäť pripravený/á študovať. Ak prídete na hodinu neskôr než 10 minút po jej oficiálnom začiatku, považuje sa to za absenciu. To isté platí pre skoršie odchody z vyučovania.

## PRIPRAVENOSŤ A PARTICIPÁCIA

Vyžadujeme dôkladnú priebežnú prípravu. Vašou úlohou je vopred (t. j. pred vyučovaním) sa oboznámiť s požadovanými (aj ďalšími s témou súvisiacimi) zdrojmi a byť pripravený/á náležite sa zapájať do diskusie o nastolenej téme (pri príprave sa riadte rámcovou náplňou stretnutí a našimi upresňujúcimi pokynmi).

Základom dobrej diskusie sú okrem znalosti témy a schopnosti podložené argumentovať vzájomná slušnosť a rešpektovanie partnerov v rozhovore (aj pokiaľ prezentujú protikladné názory). Tak ako kdekoľvek, ani na hodinách netolerujeme prejavy akejkoľvek neznášanlivosti, najmä vo vzťahu k pohlavným, genderovým, sexuálnym, etnickým, rasovým, triednym inakostiam.

## SEMINÁRNA PRÁCA

Ako súčasť hodnotenia vypracujete seminárnu prácu, v ktorej budete komplexne interpretovať positioning subjektov v zoznamovacích inzerátoch na webe.

Na analýzu si zvolíte minimálne 10 inzerátov z jednej (vami zvolenej) a 10 inzerátov z druhej (vami zvolenej) porovnateľnej kategórie. Rozoberiete positioning (konštruovanie identity) subjektov v jednej, potom v druhej kategórii a vytvoríte zovšeobecnenia pre jednotlivé kategórie. V záverečnom, teoretickejšie zameranom texte (s rozsahom 2 – 3 strany) porovnáte výsledky pre obe kategórie navzájom.

Časti inzerátov môžete používať ako príklady priamo v texte, kompletne texty všetkých inzerátov vložte do prílohy práce. Pri úprave textu sa treba riadiť inštitútovou smernicou a inštrukciami k tvorbe záverečných prác (pozri odkazy v sekcii web).

Posledný možný termín odovzdania seminárnej práce (mejlom súčasne na adresy oboch vyučujúcich; práce doručené po tomto termíne nebudú akceptované):

9. máj 2011 do 12,00

## CELKOVÉ HODNOTENIE

Vaša výsledná známka (Z) bude vypočítaná ako súčet numerických vyjadrení čiastkových známok (z) vynásobený koeficientmi ich významnosti (k) podľa vzorca:  $Z = (z_1 \times k_1) + (z_2 \times k_2)$ .

číselné vyjadrenie hodnotení					
A	B	C	D	E	FX
1	1,5	2	2,5	3	4

Príklad: Vaša seminárna práca obsahovala priemernú analýzu, v záverečnej časti ste však nepredložili dostatočne hĺbkovú interpretáciu javu, ani ste neopierali sa o odborné zdroje k téme – prácu teda hodnotíme známkou D (2,5). Na záverečný test ste sa naučili vynikajúco, získali ste A (1). Vaša celková známka teda bude po dosadení všetkých hodnôt vypočítaná takto:

$$(2,5 \times 0,20) + (1 \times 0,80) = 0,50 + 0,80 = 1,3 \rightarrow \mathbf{B} \text{ (po zaokrúhlení)}$$

## ŠTUDIJNÉ MATERIÁLY

Povinné i doplnkové študijné texty sú uvedené v príslušnej časti tohto syllabu. V prípade nejasností, samozrejme, neváhajte hľadať vysvetľujúce a doplňujúce informácie v ďalších knihách, časopisoch a na webe.

Linky na vybrané študijné materiály budú sprístupnené v sekcii *Výučba – Leto – Sociológia médií* pracovnej stránky Michala Bočáka [michalbocak.weebly.com](http://michalbocak.weebly.com). Študijné materiály sú zaheslované (pdf, zip-archívy); heslá rozošleme na vaše mejlové adresy. **Upozornenie!** Všetky materiály sú určené výhradne na vaše študijné účely. Heslá nesmiete poskytnúť tretím stranám. Za zverejnenie hesiel či iné sprístupnenie materiálov vami tretím stranám neručíme. Webstránku predmetu pravidelne navštevujte – budeme na nej zverejňovať aktuálne pokyny.

## ĎALŠIE UPOZORNENIA A INFORMÁCIE

Keď vchádzate do vyučovacej miestnosti, vypnite si mobilné telefóny alebo aspoň zvuky (aj vibračné zvonenie); budeme dodržiavať to isté. Nevenujte sa počas hodiny inej činnosti (esemesky, internet, príprava na iné hodiny). Zhotovovať akékoľvek záznamy (zvukové, fotografické, audiovizuálne) je bez predchádzajúceho súhlasu vyučujúceho zakázané. Na hodine môžete jesť a piť; nebuďte však nadmieru hluční. Na krátke opustenie vyučovacích priestorov (WC, užitie lieku a pod.) máte nárok bez opýtania. Pri porušení týchto podmienok vás vyučujúci môže požiadať, aby ste priestory prednášky/seminára opustili s tým, že vylúčenie z hodiny sa vám započíta ako absencia.

Pokiaľ jestvujú závažné okolnosti, ktoré vám bránia venovať sa štúdiu v plnej miere (napr. zdravotné postihnutie, dyslexia, zhoršený psychický stav a pod.; nie pracovný úväzok či iné súkromné aktivity) a o ktorých by sme, podľa vás, mali vedieť, bez obáv nás o nich môžete informovať. Tieto informácie ostanú dôverné.

## RÁMCOVÁ NÁPLŇ PREDNÁŠOK

### 0. Úvodné stretnutie

Spojená prednáška a seminár. Charakteristika predmetu a oboznámenie s požiadavkami na jeho úspešné absolvovanie. Prehľad tém jednotlivých stretnutí.

### 1. Generačná zmena webu – aký bol, aký je, aký... bude?

**P** Web 1.0 vs. Web 2.0. Sociálny web a stieranie hraníc medzi súkromným a verejným. Blogy ako prostriedok deelitizácie profesionálnych (žurnalistických, odborných) diskurzov.

– *What Is Web 2.0; Mind Map of Web 2.0.*

### 2. Subjektivita ako permanentný konštrukt a prostriedok moci

**P** Foucault – subjektivita ako politika dozoru nad telom. Positioning ako aktuálne diskurzívne situovanie subjektu. Naratívna konštrukcia subjektu: subjektivita ako kontinuálny projekt. Avatar a status ako mininaratívny konštruujúce subjekt na webe.

– *Mansfield, s. 58 – 65.*

### **3. Mediálna kultúra a mediálne štúdiá: bojiská subjektov**

P Perspektívy publika, producenta a kritika ako súradnice mediálnej kultúry a mediálnych štúdií.

– Plencner, Macháček.

### **4. Telo ako objekt**

P Koncept *the Gaze* – spojenie pohľadu a moci subjektu. Ideálne telo a spôsoby jeho konštrukcie podľa lifestyleových magazínov. Sporno ako nová ikonografia hegemonnej maskulinity.

– van Zoonen, s. 87 – 104; Simpson; Bočák.

### **5. Rozkoš z intertextuality**

P Popkultúra ako nepretržité citovanie. Koncepty intertextuality a intermediality. Reflexívna intertextualita. Paródia. Fanúšikovské videá ako konštrukcie nových významov mediálnych textov.

– Malíček, s. 10 – 50.

### **6. Médiá – reprezentácia – realita**

P Koncept ptolemaiovského a kopernikovského chápania reality Winfrieda Schulza. Esencialistické (objektivistické) a konštruktivistické (subjektivistické) chápanie vzťahu reality a reprezentácie. Základy kvantitatívnej obsahovej analýzy (na materiáli televízneho spravodajstva).

– Schulz; Sedláková; Scherer.

### **7. Stars a celebrity**

P Médiá a popkultúra: mainstream a masové médiá vs. elitné (alternatívne) médiá a ich osobnosti. Hudobný a filmový priemysel ako konštrukcia a predaj hviezd. Celebritizácia médií – nahrádzanie organizácií osobnosťami. Rozkoš z medializácie subjektu. Bežní ľudia ako objekt záujmu médií – tabloidy, televízne magazíny a reality šou.

– Fiske, s. 95 – 113; Turner, s. 12 – 20.

### **8. Fan & fandom**

P Fenomén fandom – vznik, vývin. Interpretácia fanúšikovskej participácie na príkladoch filmu *The Rocky Horror Picture Show* a seriálu *Star Trek*. Trekkies (trekkers) a conventions. Metanaratívny ako „dôkaz“ rezonancie fandomu v popkultúre (*The Simpsons*; *Futurama*; *Galaxy Quest*; *Dude, Where's My Car?*; fan fiction).

– Nováková; *The Rocky Horror Picture Show*; *Trekkie*.

### **9. Kultúra konzumerizmu**

P Koncept konzumnej spoločnosti. Cesta od masovej spotreby cez subkultúru k individualizácii konzumpcie. Individualita ako prostriedok presadzovania konzumu. Mediálne produkty ako spotrebný tovar. Vzorce mediálnej konzumpcie.

– Sassatelli, s. 1 – 6.

### **10 – 12. Zhrnutie**

## RÁMCOVÁ NÁPLŇ SEMINÁROV

Keďže cieľom seminárov je hĺbková analýza vybraných aspektov fungovania médií v kultúre/spoločnosti, náplň seminárov nie je striktno stanovená, ale pružne sa vyvíja v priebehu semestra v závislosti od napĺňania jednotlivých úloh. Rámcovými témami sú najmä:

- Profily na sociálnych sieťach ako zdroj informácií o človeku.
- Sociálne siete ako prostriedky marketingu a PR.
- Konštrukcia túžiaceho a vytúženého subjektu v zoznamovacích inzerátoch na webe.
- Vizuálna analýza časopisových fotografií (najmä reklamných) s ohľadom na spôsob oslovenia.
- Analýza vytvárania pozície značky vo vzťahu k cieľovému publiku.
- Analýza vybraných reklám a značiek z perspektívy ideológie konzumnej spoločnosti.
- Správanie mediálnych publik – možnosti kvantitatívnej a kvalitatívnej analýzy sledovanosti média a spokojnosti publika.
- Interpretácia fenoménu popstar na príklade Madonny a analýza konštrukcie „celebritnosti“ v relácii Smotánka.

**Poznámka:** na externom štúdiu sú témy zoskupené do troch blokov, počíta sa pritom s intenzívnym samoštúdiom.

## ZÁKLADNÉ ČÍTANIE

- Bočák, Michal: *Kto je kto: positioning v televíznom spravodajstve*. In: Magál, Slavomír – Mistrík, Miloš – Solík, Martin (eds.): *Médiá, spoločnosť, mediálna fikcia*. Trnava, Bratislava: Fakulta masmediálnej komunikácie Univerzity sv. Cyrila a Metoda, Kabinet divadla a filmu SAV 2008, s. 239 – 245. [http://michalbocak.weebly.com/uploads/2/8/1/2/2812791/bocak\\_positioning\\_tv\\_spravodajstvo\\_2008.pdf](http://michalbocak.weebly.com/uploads/2/8/1/2/2812791/bocak_positioning_tv_spravodajstvo_2008.pdf)
- Bočák, Michal: *Porno, metro, sporno: súčasná gay/queer kultúra a heterosexuálne maskulinity*. *Kultúra – Média – Komunikácie Speciál (Vyprávění – identita – difference. Vybraná témata kulturálných štúdií)*, 2009, 1, č. 2, s. 121 – 142. (Ed. Topinka, Daniel – Zahradka, Pavel – Foret, Martin – Fafejta, Martin – Hrabal, Jiří.) Olomouc: Univerzita Palackého. [http://michalbocak.weebly.com/uploads/2/8/1/2/2812791/bocak\\_gay-queer\\_kultura\\_a\\_heterosexuálne\\_maskulinity\\_2009.pdf](http://michalbocak.weebly.com/uploads/2/8/1/2/2812791/bocak_gay-queer_kultura_a_heterosexuálne_maskulinity_2009.pdf)
- Fiske, John: *Reading the Popular*. London, New York: Routledge 1991. 228 s.
- "It Was Great When It All Began". <http://www.rockyhorror.com/history/howapbegan.php>
- Macháček, David: *Upocená vybjíjená aneb Žurnalistika mezi akademiky, studenty a novináři*. In: Foret, Martin – Lapčík, Marek – Orság, Petr (eds.): *Média dnes: Reflexe mediality, médií a mediálních obsahů*. Olomouc: Univerzita Palackého 2008, s. 337 – 344.
- Malíček, Juraj: *Vademecum popkultúry: Estetika popkultúry s dôrazom na jej okraj, perifériu a subžánre*. Nitra: Univerzita Konštantína Filozofa 2008. 142 s.
- Mansfield, Nick: *Subjectivity: Theories of the Self from Freud to Haraway*. St. Leonards: Allen & Unwin 2000. 198 s.
- *Mind Map of Web 2.0*. [http://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/a/a7/Web\\_2.0\\_Map.svg](http://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/a/a7/Web_2.0_Map.svg) [klikajte na pojmy]
- Nováková, Viera: *Fanfiction ako demokratický žánér*. In: Magál, Slavomír – Mistrík, Miloš – Solík, Martin (eds.): *Médiá, spoločnosť, mediálna fikcia*. Trnava, Bratislava: FMK UCM, Kabinet divadla a filmu SAV 2008, s. 108 – 111.
- Plencner, Alexander: *Perspektivizmus v mediálnej kultúre*. In: Magál, Slavomír – Mistrík, Miloš (eds.): *Masmediálna komunikácia v interdisciplinárnom výskume. Zborník z konferencie s medzinárodnou účasťou konanej v dňoch 4. a 5. apríla 2006*. Trnava: Fakulta masmediálnej komunikácie UCM 2006, s. 238 – 244. <http://www.plencner.sk/wp-content/uploads/2009/10/2006-Plencner-Perspektivizmus-v-medi%C3%A1lnej-kult%C3%BAre.pdf>
- Sassatelli, Roberta: *Consumer Culture: History, Theory and Politics*. Los Angeles, London, New Delhi, Singapore: Sage 2007. 237 s.
- Sedláková, Renáta: *Mediální konstrukce reality – reprezentace druhých*. In: Foret, Martin – Lapčík, Marek – Orság, Petr (eds.): *Média dnes: Reflexe mediality, médií a mediálních obsahů*. Olomouc: Univerzita Palackého 2008, s. 145 – 160.
- Scherer, Helmut: *Úvod do metody obsahové analýzy*. In: Schultz, Winfried – Scherer, Helmut – Hagen, Lutz – Reifová, Irena – Končelík, Jakub: *Analýza obsahu mediálních sdělení*. Praha: Karolinum 2004, s. 29 – 50.

- Schulz, Winfried: *Funkce a důsledky politické komunikace*. In: Jiráček, Jan – Říhová, Blanka (eds.): *Politická komunikace a média*. Praha: Karolinum 2000, s. 24 – 40.
- Simpson, Mark: *Sporno*. <http://out.com/detail.asp?page=1&id=18728>
- *The Rocky Horror Picture Show*. <http://www.imdb.com/title/tt0073629/>
- *Trekkie*. <http://en.wikipedia.org/wiki/Trekkie>
- Turner, Graeme: *Understanding Celebrity*. London, Thousand Oaks, New Delhi: Sage 2004. 148 s.
- *What Is Web 2.0. Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software*. <http://www.oreillynet.com/pub/a/oreilly/tim/news/2005/09/30/what-is-web-20.html?page=1>
- van Zoonen, Liesbet: *Feminist Media Studies*. London: Sage 1994. 173 s.

## DOPLNKOVÉ ČÍTANIE

- Deacon, David – Pickering, Michael – Golding, Peter – Murdock, Graham: *Researching Communications: A Practical Guide to Methods in Media and Cultural Analysis*. London: Arnold 1999. 427 s.
- Dismán, Miroslav: *Jak se vyrábí sociologická znalost*. Dotlač 3. vyd. Praha: Karolinum 2002. 375 s.
- Hendl, Jan: *Kvalitativní výzkum: Základní metody a aplikace*. Praha: Portál 2005. 408 s.
- Meyrowitz, Joshua: *Všude a nikde: Vliv elektronických médií na sociální chování*. Praha: Karolinum 2006. 341 s.
- Silverman, David: *Ako robiť kvalitatívny výskum: Praktická príručka*. Bratislava: Ikar 2005. 327 s.
- Thompson, John B.: *Média a modernita: Sociální teorie médií*. Praha: Karolinum 2004. 220 s.

## WEB

- Chandler, Daniel: *Notes on "The Gaze"*. <http://www.aber.ac.uk/media/Documents/gaze/gaze.html>
- *Inštrukcie k tvorbe záverečných prác*. [http://www.unipo.sk/public/media/files/docs/ff\\_katedry/svk/dokument\\_778\\_54.pdf](http://www.unipo.sk/public/media/files/docs/ff_katedry/svk/dokument_778_54.pdf)
- *Smernica k tvorbe záverečných prác*. [http://www.unipo.sk/public/media/files/docs/ff\\_katedry/svk/dokument\\_779\\_54.pdf](http://www.unipo.sk/public/media/files/docs/ff_katedry/svk/dokument_779_54.pdf)
- Zeh, Reimar: *A Practical Introduction into Quantitative Content Analysis*. 2005. <http://www.cuni.cz/IKSZ-16-version1-CA.pdf>

## POZNÁMKA

Predmet *Sociológia prostriedkov masovej komunikácie* (s dotáciou 2 hodiny prednášky a 1 hodina seminára týždenne) je zaradený v letnom semestri 1. ročníka odporúčaného študijného plánu bakalárskeho stupňa študijného programu masmediálne štúdiá na Filozofickej fakulte Prešovskej univerzity v Prešove ako povinný predmet. Syllabus predmetu je platný na letný semester akademického roka 2010/2011.

## KONTAKTY

michal.bocak@Gmail.com

peter.obornik@Gmail.com

## WEB

[michalbocak.weebly.com](http://michalbocak.weebly.com)

## KONZULTÁCIE

Michal Bočák: utorok 15,15 – 16,00 a streda 13,15 – 14,00 (č. 396)

Peter Oborník: streda 13,15 – 14,00 (č. 396)

Prípadné konzultácie mimo konzultačných hodín len po predchádzajúcej vzájomnej dohode mejlom.

Je pravdepodobné, že na mejly poslané v piatok poobede a cez víkend

odpovieme najskôr v pondelok doobeda.



Na tento dokument sa vzťahuje licencia Attribution-NonCommercial-ShareAlike 3.0 Unported, dostupná na <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/3.0/>.