

Státní závěrečná zkouška z magisterského studijního programu

Mediální studia

SZZk se skládá ze dvou hlavních částí:

A. Obhajoby diplomové práce,

B. Zkoušky z níže uvedených předmětů.

Předměty SZZk jsou vymezeny dvěma základními okruhy, z nichž jeden vychází z povinných kursů oboru a druhý z povinných kursů specializace:

1. Teorie a analytické přístupy v mediálních studiích

Témata tohoto okruhu jsou obsahově pokrytá předměty teoretického základu, tj. kursy *Teorie médií, Teorie kultury, Teorie komunikace, Teorie interpretace společnosti, Metody a techniky výzkumu 1 a 2* a předměty profilujícího základu – *Teorie textu a Teorie obrazu*.

2. Teoreticko-analytická specializace: mediální studia

Témata tohoto okruhu jsou obsahově pokrytá povinnými předměty specializace, tj. kursy *Mediální studia 1 a 2, Historie světových médií a Historie českých médií, Kvalitativní výzkum v mediálních studiích a Kvantitativní výzkum v mediálních studiích*.

ad A) SZZk začíná veřejnou obhajobou diplomové práce. Aby student mohl přistoupit k druhé části zkoušky, musí nejprve obhájit předloženou diplomovou práci.

Průběh obhajoby:

- 1) Student představí svoji práci, její předmět, metodiku a klíčová zjištění (v rozsahu cca 10 min.);
- 2) Prezentace posudku vedoucího práce;
- 3) Prezentace posudku oponenta;
- 4) Reakce studenta na posudky;
- 5) Diskuse (student reaguje na otázky členů komise a přítomných);
- 6) Porada komise o zhodnocení práce (za nepřítomnosti studenta a veřejnosti);
- 7) Zveřejnění hodnocení práce.

Celková délka obhajoby je cca 30 minut.

Obhajoba diplomové práce je veřejná, s výjimkou části 6.

ad B) Zkouška začíná písemnou a pokračuje ústní částí.

Ba) Písemná část

K písemné části student přistupuje po úspěšné obhajobě diplomové práce. Student vypracovává odpovědi na 20 otázek, které pokrývají okruh **1** (*Teorie a analytické přístupy v mediálních studiích*) po dobu max. 120 minut.

Písemná část je hodnocena členy komise bodováním. Ke splnění této části zkoušky je třeba dosáhnout minimálně 70 bodů (ze 100 možných).

Pokud student neuspěje u písemné části SZZk, nemůže pokračovat ústní částí SZZk a musí celou druhou část SZZk (B) absolvovat v dalším termínu.

Bb) Ústní zkouška

K ústní zkoušce student přistupuje až poté, co obhájil svou diplomovou práci a prospěl u písemné části SZZk.

Předměty ústní části SZZk jsou vymezeny uvedenými dvěma skupinami okruhů (1. *Teorie a analytické přístupy v mediálních studiích* a 2. *Teoreticko-analytická specializace: mediální studia*), v rámci nichž si student vylosuje témata (dle aktuálních okruhů zveřejněných na webových stránkách katedry), ze kterých bude zkoušen.

K této části zkoušky je student povinen **předložit seznam odborné literatury**, kterou v průběhu studia nastudoval a z níž se na SZZk připravoval (literatura uvedená na seznamu může být využita při specifikaci vylosovaných okruhů na konkrétní otázky; k seznamu může být rovněž přihlédnuto při pokládání doplňujících otázek, které se mohou týkat v seznamu uvedených položek).

Seznam literatury by měl obsahovat nejméně 20 položek, mezi něž se nezahrnují texty učebnicového typu. V seznamu by měla být uvedena minimálně polovina titulů, které byly v předmětech typu A (viz seznam výše) deklarovány jako povinná literatura. Uvedení titulu v seznamu literatury je chápáno jako čestné prohlášení, že student daný titul prostudoval a je kompetentní referovat o jeho obsahu u zkoušky.

Ad 1. V rámci *Teorie a analytické přístupy v mediálních studiích* si student vylosuje dva z níže uvedených okruhů, ze kterých bude zkoušen a v rámci nichž mu budou kladeny otázky.

Ad 2. V rámci *Teoreticko-analytické specializace: mediální studia* si student vylosuje dva z níže uvedených okruhů, ze kterých bude zkoušen a v rámci nichž mu budou kladeny otázky.

Každá část SZZk (je hodnocena samostatnou známkou).

Celková délka ústní zkoušky je cca 60 minut.

*Všechny níže uvedené podklady k přípravě k SZZk mají charakter **okruhů** – nejedná se o konkrétní otázky, které budou u SZZk položeny.*

Otázky budou studentovi/ce kladeny zkoušejícími a student/ka na ně musí být schopen/a reagovat na základě přípravy, a prokázat tak orientaci ve studovaném oboru.

1. TEORETICKÉ A ANALYTICKÉ PŘÍSTUPY V MEDIÁLNÍCH STUDIÍCH

Student si vylosuje dva z okruhů, z nichž bude zkoušen (jeden ze skupiny okruhů 1.1–1.15, druhý ze skupiny okruhů 1.16–1.30):

- 1.1 Média a veřejné mínění** (Lasswell a Lazarsfeld: dvě tradice mediálně-komunikačního výzkumu, propaganda a demokracie, funkce a účinky masmédií, masmédia a veřejné mínění; Lippmann: stereotyp a pseudosvět, vytváření souhlasu; zpravodajské hodnoty; Habermas: média a/jako veřejná sféra, masmédia a rozpad veřejné sféry, refeudalizace veřejné sféry, nová média jako pseudoveřejná sféra).
- 1.2 Média jako poselství** (technologický determinismus, torontská škola – Innis, McLuhan: časově a prostorově předpojatá média, mediocentrismus, Gutenbergova galaxie, horká/chladná média, média jako extenze smyslů, servomechanismus, globální vesnice, zpětné zrcátko).
- 1.3 Kritická teorie médií a mytologická analýza médií** (Adorno: skeptický pohled na média, média a kulturní průmysl; Barthes: sémiologie a mytologie médií, koncept mýtu, naturalizace mýtu).
- 1.4 Média a simulakra** (Baudrillard: simulace, dějiny simulaker, teorie mediální hyperreality, masmédia a ne-komunikace, zpravodajství a „Válka v Perském zálivu se nekonala“).
- 1.5 Stará a nová média** (Manovich: principy nových médií, technologická konvergence; Parikka: od archeologie médií ke geologii médií, materialita médií a kulturní praxe).
- 1.6 Vysoká versus populární kultura** (estetický hierarchismus, sociologie kulturních rozdílů).
- 1.7 Symbolické násilí v kultuře** (teorie sociální a kulturní distinkce P. Bourdieua, symbolické násilí v kultuře).
- 1.8 Kultura a ideologie** (vývoj konceptu ideologie, pejorativní a neutrální pojetí ideologie; sociologie vědění).
- 1.9 Teorie a kritika spotřební kultury** (vybrané teorie spotřební kultury a vybrané kritické přístupy ke konzumerismu a spotřební společnosti: T. Veblen, P. Bourdieu, G. McCracken, J. Heath, W. Haug, H. Marcuse, T. Adorno, K. Galbraith, G. Ritzer, K. Soper, E. Kohák).
- 1.10 Kulturní a kreativní průmysly** (tvorba, produkce a distribuce kulturního obsahu; právní regulace tvorby a distribuce kulturního obsahu; sociologie kreativní práce; aktuální problémy práce v kultuře a kulturních průmyslů).
- 1.11 Interakcionistický pohled na komunikaci** (základní axiomy komunikace: kontext jejich vzniku; revize komunikačních axiomů a jejich platnost dnes).
- 1.12 Neverbální komunikace a chování** (základní vymezení neverbální domény dle M. Knappa, vymezení neverbálního chování dle P. Ekmana; základní oblasti neverbální a jejich vymezení: mimika, gestika; limity analýzy neverbálního chování v mediálním prostředí).
- 1.13 Rozhovor jako základní forma komunikace** (charakteristiky rozhovoru: princip dialogičnosti, sekvenčnosti, indexalita rozhovoru, interakční synchronizace; možnosti analýzy rozhovoru a jeho cíle, etnometodologická konverzační analýza).
- 1.14 Komunikace a kultura** (klíčové dimenze kulturních rysů komunikace: hodnoty, logika, orientace rozhovoru, prezentace sebe sama a zaměření interakce; přímé a nepřímé verbální styly komunikace; role neverbální komunikace v kulturním kontextu).
- 1.15 Modely komunikace** (základní vymezení a funkce modelů dle Deutscheho; matematická teorie informace a její vliv na teorii komunikace; dělení modelů komunikace podle D. McQuaila; role modelů v kontextu teorie komunikace).

- 1.16 **Výzkum podavatele sdělení: jednotlivců i mediálních organizací** (kvantitativní a kvalitativní možnosti zkoumání novinářské činnosti, výzkum mediální organizace; dotazníkové šetření, zúčastněné pozorování, hloubkové rozhovory; příklady z historie výzkumu médií).
- 1.17 **Kvantitativní analýza mediálních obsahů** (postup výzkumu, možnosti konstrukce vzorku, kódovací kniha, výhody/nevýhody, využití v praxi).
- 1.18 **Možnosti kvalitativního výzkumu mediálních obsahů** (sémiotická analýza; lingvistické přístupy k obsahu; možnosti interpretace; hermeneutika).
- 1.19 **Výzkum mediálního publika** (kvantitativní a kvalitativní přístupy, jejich výhody a nedostatky; dotazníkové šetření, zúčastněné pozorování, ohniskové skupiny).
- 1.20 **Výzkum účinků masových médií** (procesuální přístupy, teorie konsonance a disonance, dvoustupňová komunikace a teorie názorových vůdců, Lasswell, Lazarsfeld, Katz, teorie užití a uspokojení, spirála mlčení, teorie agenda setting, kultivační analýza, Noelle-Neumannová, GUMG).
- 1.21 **Vymezení textu v mediálních studiích** (co je a co není text; text vs. podobné pojmy: diskurs, dílo; kritéria textuality; text a kontext, chápání kontextu v sociálních vědách; proměny chápání textu v elektronickém prostředí: digitálnost, interaktivita, hypertextualita).
- 1.22 **Základní subjekty mediální komunikace** (autor/produktor vs. příjemce/recipient mediálního sdělení: vnětextový subjekt empirického autora /reálný autor/ vs. vnitřnětextový autorský subjekt /modelový autor, autor jako funkce textu/; empirický čtenář vs. modelový čtenář; proměny subjektů komunikace v elektronickém prostředí).
- 1.23 **Možnosti analýzy textu v sociálních vědách** (specifika kvalitativního zkoumání textu v sociálních vědách vs. kvantitativní přístup k textu; vybrané kvalitativní analytické přístupy k textu: etnometodologická konverzační analýza, diskursivní analýza, kritická analýza diskursu, Barthesova strukturální analýza textu ad.)
- 1.24 **Obraz a mediální teorie obrazu** (šíře pojmu obraz; specifika obrazu jako média, obraz vs. text; rétorika obrazu /Barthes/: denotované/konotované sdělení; kódování obrazu: fotografie vs. kresba/karikatura; podobnost/nápodoba vs. fikce /Goodman/; perspektiva a realismus; zobrazovací technologie a média).
- 1.25 **Analogový (chrono)fotografický obraz jako médium** (specifika fotografického obrazu; fotografie jako „sdělení bez kódu“ /Barthes/: fotografický diskurs a zpravodajské médium, objektivita fotografie, dokumentárnost vs. umění; filmový a televizní obraz; role /chrono/fotografického obrazu v médiích).
- 1.26 **Technický obraz a postfotografie** (pojem technického obrazu /Flusser/ a jeho vlastnosti, technický obraz vs. tradiční obraz, mediální abstrakce, role technických aparátů; pojem postfotografie /Batchen/, digitální obrazy a jejich vlastnosti, manipulace a simulace; role digitálních obrazů v médiích).
- 1.27 **Teorie životního způsobu** (pojmy, kterými se vyjadřuje způsob života: životní způsob, životní styl, životní sloh; subjekt způsobu života: společnost, sociální skupina, jedinec; konformní způsob života, alternativní způsoby života, paradoxní životní styly; třídní životní styly, hedonistické životní styly).
- 1.28 **Proměny způsobu života I** (kulturní rámce životního způsobu – proměny etiky: organizační způsob života, obchodnický způsob života, buržoazně bohémský životní styl, zodpovědně individualistické životní styly).
- 1.29 **Proměny způsobu života II** (sociální determinanty životního způsobu: proměny sociální struktury; tekuté konzumní životní styly, rizikové konzumní životní styly).
- 1.30 **Móda, luxus, volný čas a způsob života** (móda a luxus podle tříd: Thorstein Veblen a role bohaté zahálčivé třídy, Georg Simmel a role střední třídy, Pierre Bourdieu: třídní styly a vkusy; vymezení volného času, vázaného času a pracovního času; pracovní čas jako základ harmonogramu všedního dne, růst objemu a významu volného času, funkce volného času, činnosti volného času).

2. TEORETICKO-ANALYTICKÁ SPECIALIZACE: MEDIÁLNÍ STUDIA

Student si vylosuje dva z okruhů, z nichž bude zkoušen (jeden ze skupiny okruhů 2.1–2.8, druhý ze skupiny okruhů 2.9–2.20):

- 2.1 Mediální studia jako obor, kontury a typologie teorií médií** (zdrojové disciplíny zkoumání médií; základní oblasti výzkumu; etapy vývoje myšlení o médiích; 4 typy teorií podle D. McQuaila; sociocentrické a mediocentrické teorie).
- 2.2 Typologie komunikace a komunikační modely** (přímá a zprostředkovaná komunikace; intrapersonální/interpersonální/skupinová/celospolečenská, specifika „masové komunikace“; typologie podle Thompsona: přímá interakce/zprostředkovaná interakce/ zprostředkovaná kvaziinterakce; přenosový model/kulturní model komunikace; 4 typy komunikace dle Bordewijka a Khaana: ilokuce, registrace, konzultace, konverzace).
- 2.3 Účinky médií** (typologie účinků: kognitivní/afektivní/behaviorální; krátkodobé/dlouhodobé, záměrné/nezáměrné; způsoby zkoumání účinků médií, vývoj výzkumu účinků médií).
- 2.4 Masová kultura a její kritika** (možné definice masové kultury; zdroje a argumenty kritiky masové kultury; Frankfurtská škola a její hlavní představitelé; pojetí vysoké a nízké kultury; midcult; popkultura; model základny a nadstavby a masová kultura, Birminghamská škola).
- 2.5 Technologický determinismus** (hlavní představitelé, hlavní myšlenky; technologie jako extenze člověka; medium je sdělení; studená a horká média; Innis, McLuhan, Postman ad.).
- 2.6 Výzkum zpravodajství: výběr událostí do zpráv** (koncept gatekeepingu, několikastupňový gatekeeping; koncept zpravodajských hodnot, zpravodajské hodnoty dle Galtunga a Rugeové, vliv zpravodajských hodnot na zahraniční zpravodajství; negativita ve zpravodajství).
- 2.7 Výzkum zpravodajství: obsahy** (možnosti zkoumání zpravodajských obsahů; agenda zpravodajství; normativní požadavky: objektivita, nestrannost, vyváženost; reprezentace sociodemografických skupin; zprávy a/jako reflexe skutečnosti).
- 2.8 Mediální systém** (složky mediálního systému; možnosti analýzy mediálního systému; přístup Hallina a Manciniho a jejich typologie mediálních systémů; mediální systém jako soubor interakcí: ekonomických, symbolických, politických, pozornosti).

- 2.9 Počátky masové komunikace, její proměny na začátku novověku a role médií v době přechodu od tradiční k moderní společnosti** (knihtisk; předchůdci periodického tisku; raně novověké mediální systémy; raná čtenářská veřejnost; lid a nová média; první periodika; technologické a organizační inovace v médiích; právní rámec, cenzura; počátky moderního národního státu; sociální, ekonomické, politické proměny; problematika svobody tisku; „moderní“ novinářské prostředí – mezi svobodnou konkurencí a monopolem; média jako prostředek politického soupeření – př. Anglie, USA, Francie aj.);
- 2.10 Média ve světě v 19. století** (průmyslová revoluce a média; rozvoj nových technologií, dopravy aj.; elitní/masový tisk, stranický tisk, vývoj vztahů státu a tisku; podnikání v médiích, konkurenční boj vydavatelů; profesionalizace novinářů; zpravodajské agentury a jejich mezinárodní rozměr: Havas, Reuter, Wolff, Associated Press; sféry vlivu; počátky globální komunikace).
- 2.11 Česká média v 19. století** (tištěná média v době národně-emancipačního procesu první půle 19. století: vývoj novin a časopisů do roku 1848, během revoluce 1848–1849 a po nástupu neoabsolutismu; hlavní periodika a osobnosti; tiskové poměry a cenzurní praxe; rozvoj politického tisku od 60. let 19. století: tisk jako reprezentant politické veřejnosti; postupná proměna veřejné sféry; stranicko-politická diferenciaci v tištěných médiích do přelomu 19. a 20. století).
- 2.12 Média ve světě ve 20. století** (první světová válka jako mediální válka: propaganda; cenzura; dopady válečných restrikcí na média; meziválečná média v Evropě: vlastnická koncentrace; mediální impéria; počátky rozhlasového vysílání; sovětský komunismus, německý nacismus a média; druhá světová válka a média; vývoj médií v liberálních západních demokraciích po roce 1945).
- 2.13 Česká média za první republiky, za druhé republiky a protektorátu, za třetí republiky** (rozdíly a specifika: obecná charakteristika médií, tiskové poměry a cenzurní praxe; informační zdroje, média a politické strany, dobová nová média; média mezi kolaborací a odbojem; média jako nástroj společenské očisty).
- 2.14 Česká média v područí státu a stranického aparátu KSČ** (proměna struktury médií od roku 1948 do 60. let 20. století; kontrola a řízení médií – legislativa, cenzurní praxe, postavení novinářů aj., dobová nová média; média během měsíců pražského jara a po nástupu normalizace: liberalizace v mediální praxi, otázka cenzury, role médií za vojenské intervence v srpnu 1968, obnova mocenské kontroly nad médii).
- 2.15 Definice kvantitativního výzkumu** (základní funkce výzkumu, cíl a předmět výzkumu, výběr zkoumaných jednotek, výzkumný projekt, fáze výzkumu, triangulace metod).
- 2.16 Kvantitativní metody zpracování dat** (indikátor – proměnná – znak, validita a reliabilita, statistická analýza dat, souvislost proměnných, interpretace, nepravá souvislost; dotazník, veřejné mínění, volební výzkumy).
- 2.17 Specifika kvantitativní obsahové analýzy** (design výzkumu, role hypotéz a výzkumných otázek, interpretace dat, výzkumy mediální agendy, Chapel Hill Study).
- 2.18 Kódování kvalitativních dat** (podstata kódování, typy kódů, kódovací postupy, kódování v zakotvené teorii).
- 2.19 Principy analýzy, interpretace a prezentace kvalitativních dat** (např. hermeneutická analýza, kritická diskursivní analýza, členská kategorizační analýza, tematické analýzy ad.; pozice teorie v kvalitativním přístupu; prezentace kvalitativních dat).
- 2.20 Etické aspekty výzkumu** (všeobecná etická východiska; procesní etika, výzkumná mikroetika, publikační etika; problematika informovaného souhlasu a uchovávání dat; specifika kvalitativního výzkumu).