

Informačný list predmetu

Vysoká škola: Paneurópska vysoká škola, n. o.	
Fakulta: Fakulta masmédií	
Kód predmetu: BMMD10011	Názov predmetu: Psychológia médií
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: 2 hodiny prednášok týždenne (<i>prezenčná forma</i>)	
Počet kreditov: 4 kredity	
Odporúčany semester/trimester štúdia: 2. semester štúdia	
Stupeň štúdia: 1. stupeň štúdia	
Podmieňujúce predmety: žiadne	
Podmienky na absolvovanie predmetu: <ol style="list-style-type: none">Účasť na hodinách – povinnosť podľa čl. 11 ods. 6 Študijného a skúšobného poriadku PEVŠPísomná skúška – záverečný test v skúškovom období – 60 bodov (podmienka získania min. 35 b.).Odborná esej na tému „Pravda, lož a sloboda slova“ – 40 bodov Termín odovzdania: v poslednom týždni výučby Miesto odovzdania: UIS – Dokumentový server - „Odborná esej“ Rozsah: min. 10 normostrán (18 000 znakov) Štruktúra práce:<ul style="list-style-type: none">V úvode študent exponuje problém (formuluje otázku, poukáže na jej naliehavosť a potrebu hľadania odpovede).V jadre sa študent zameria na dôkladnejší rozbor daného problému (jeho korene, dôsledky, doposiaľ známe prekážky riešenia a pod.).V závere sa študent pokúsi o nájdenie východiska, cesty k vymedzenému problému, prípadne zasadením problému do nového kontextu.Podmienkou je, aby sa študent v práci oprel o myšlienky odborníkov. Práca s odbornou literatúrou sa prejaví v kladení jednotlivých argumentov a dôkazov pre študentove tvrdenia. Preto je nevyhnutné odkazovať sa v texte na odborné literárne zdroje (citovanie) a v práci uviesť zoznam literárnych zdrojov.Na získanie hodnotenia A je potrebné získať najmenej 94 bodov, na získanie hodnotenia B najmenej 86 bodov, na hodnotenie C najmenej 76 bodov, na hodnotenie D najmenej 66 bodov a na hodnotenie E najmenej 56 bodov.Kredity nebudú udelené študentovi, ktorý z testu získa menej ako 35 bodov alebo bude mať viac ako 50% neúčastí na výučbe.	
Výsledky vzdelávania: <p>Cieľom kurzu je zaoberať sa interakciou človeka a médií, interakciu dvoch základných subjektov komunikácie: komunikátor – média, recipient – média. Aby spoznali a porozumeli mediálnemu prostrediu a komunikačným procesom v ňom, vedeli vysvetliť význam a úlohy komunikátora (tvorca / prezentátora) i faktory (osobnostné, interpersonálne, fyzické a spoločenské), ktoré podmieňujú jeho profesionalitu. Zároveň poznali a vedeli vysvetliť psychologické javy a zákonitosti pri recepcii mediálnych obsahov, ako aj prvky zvyšujúce či znižujúce účinky médií.</p>	
Stručná osnova predmetu: <ol style="list-style-type: none">Predmet skúmania psychológie médií<ul style="list-style-type: none">Psychológia médií vo svete a na Slovensku.Komunikátor, obsah, médium, recipient.Praktické aspekty psychológie médií.	

Odporúčaná literatúra:

GILES, D. 2012. Psychologie médií. Praha : Grada Publishing, a. s., 2012. 192 s. ISBN 978-80-247-3921-2.

RUTLEDGE, P. 2008. What is Media Psychology? A Qualitative Inquiry. Boston : Media Psychology Research Center, 2008. [citované 4.8.2008]. Dostupné na internete:

<<http://mprcenter.org/review/what-is-media-psychology/>>

2. Podstata psychológie komunikácie

- Čo je komunikácia.
- Komunikačný proces.
- Čo, prečo a ako komunikujeme.

Odporúčaná literatúra:

HRADISKÁ, E., HUDÍKOVÁ, Z., ČERTÍKOVÁ, H. 2013. Praktikum sociálnej komunikácie. Žilina : Eurokódex, 2013. 416 s. ISBN 978-80-89447-94-7.

VYBÍRAL, Z. 2009. Psychologie lidské komunikace. Praha : Portál, 2009. 319 s. ISBN 978-80-73673-87-1.

3. Osobnosť mediálneho tvorcu

- Mediálny tvorca.
- Mediálny tvorca v sociálnych vzťahoch.
- Imidž a osobnosť mediálneho tvorcu.

Odporúčaná literatúra:

McLUHAN, M. 1991. Jak rozumět médiím: extenze člověka. Praha : Odeon, 1991. 348 s. ISBN 80-207-0296-2.

ARONSON, E. 2017. Sociálna psychológia. Bratislava : Inštitút psychoterapie a socioterapie, 2017. 598 s. ISBN 978-80-97103-31-6.

4. Štruktúra osobnosti mediálneho tvorcu

- Psychické vlastnosti osobnosti.
- Výkonové charakteristiky osobnosti.
- Motivačné charakteristiky.
- Postoje, temperament – emocionalita a charakter.

Odporúčaná literatúra:

VYBÍRAL, Z. 2009. Psychologie lidské komunikace. Praha : Portál, 2009. 319 s. ISBN 978-80-73673-87-1.

5. Predpoklady tvorivého mediálneho komunikátora

- Tvorivé schopnosti.
- Vôľové vlastnosti.
- Podmienky a prekážky tvorivosti.
- Tvorivé riadenie

Odporúčaná literatúra:

JURČOVÁ, M. 2009. Tvorivosť v každodennom živote a vo výskume. Bratislava : IRIS, 2009. 265 s. ISBN 978-80-89256-42-6.

SZOBIOVÁ, E. 2016. Tvorivosť - poznávanie tajomstiev. Praha : Aleš Čeněk, 2016. 388 s. ISBN 978-80-73806-13-2.

6. Vyhľadávanie a zhromažďovanie informácií

- Priame pozorovanie.
- Rozhovor.
- Ostatné informačné zdroje.

Odporúčaná literatúra:

BREČKA, S., ONDRÁŠIK, B., KEKLAK, R. 2010. Média a novinári na Slovensku 2010.

Bratislava : Eurokódex, s. r. o., 2010. 232 s. ISBN 978-80-89447-32-9.

MIKULÁŠTÍK, M. 2008. Sociální kompetence. Bratislava : Bratislavská vysoká škola práva, 2008. 280 s. ISBN 978-80-88931-90-4.

7. Mediálny tvorca a médium

- Psychológia rečového prejavu.
- Metódy zdokonaľovania jazykového prejavu.
- Psychológia písaného a audiovizuálneho prejavu.

Odporúčaná literatúra:

HRADISKÁ, E., HUDÍKOVÁ, Z., ČERTÍKOVÁ, H. 2013. Praktikum sociálnej komunikácie. Žilina : Eurokódex, 2013. 416 s. ISBN 978-80-89447-94-7.

8. Psychologická charakteristika publika

- Publikum.
- Čitateľ, poslucháč, divák.
- Správanie publika.
- Vzťah publika ku komunikátorovi, k médiám, mediálnym obsahom.

Odporúčaná literatúra:

McQUAIL, D. 2009. Úvod do teórie masovej komunikácie. Praha : Portál, 2009. 640 s. ISBN 978-80-73675-74-5.

HEYESOVA, N. 2011. Základy sociální psychologie. Praha : Portál, 2011. 198 s. ISBN 978-80-73679-09-5.

9. Psychológia mediálnej percepcie

- Pozornosť.
- Pocity, vnemy, predstavy.
- Pamäťové procesy.
- Emócie a city.

Odporúčaná literatúra:

HILL, G. 2004. Moderní psychologie. Praha : Portál, 2004. 298 s. ISBN 80-71786-41-1.

ŘÍČAN, P. 2013. Psychologie. Praha : Portál, 2013. 304 s. ISBN 978-80-26205-32-6.

10. Účinky médií na psychiku príjemcu

- Charakteristika účinkov médií.
- Typy účinkov médií.
- Faktory ovplyvňujúce mediálne účinky.

Odporúčaná literatúra:

HARRIS, R. J. 2004. A Cognitive Psychology of Mass Communication. New Jersey : Lawrence Erlbaum Ass. Publishers, 2004. ISBN 0-8058-4660-3

JIRÁK, J. - KÖPPLOVÁ, B. 2015. Masová média. Praha : Portál, 2015. 390 s. ISBN 978-80-26207-43-6.

McNair, B. 2004. Sociologie žurnalistiky. Praha : Portál, 2004. 182 s. ISBN 80-71788-40-6.

Odporúčaná literatúra:

HRADISKÁ, E. - BREČKA, S. - VYBÍRAL, Z. 2009. *Psychológia médií*. Bratislava : Eurokódex, 2009. 416 s. ISBN 978-80-89447-12-1.

GILES, D. 2012. Psychologie médií. Praha : Grada Publishing, a. s., 2012. 192 s. ISBN 978-80-247-3921-2.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: slovenský jazyk

Poznámky: bez poznámok

Hodnotenie predmetov

Celkový počet hodnotených študentov: 1180

A	B	C	D	E	FX
23,9 %	23,3 %	27,2 %	12,5 %	5,8 %	7,3 %
Vyučujúci: PhDr. Richard Keklak, PhD.					
Dátum poslednej zmeny: 9.2.2021					
Schválil: prof. PhDr. Ľudovít Hajduk, PhD.					