

**Tematické okruhy pro bakalářskou státní závěrečnou zkoušku:
TEORIE MEDIÁLNÍCH STUDIÍ A ŽURNALISTIKY**

- Pro studující studijních programů: jednooborový, hlavní, vedlejší

Vyučující zodpovědní za zkoušku:

Mgr. Lenka Waschková Císařová, Ph.D.

Doc. Mgr. Jakub Macek, Ph.D.

PhDr. Pavel Večeřa, Ph.D.

Mgr. et Mgr. Marína Urbániková, Ph.D.

Charakteristika zkoušky:

Forma: ústní

Délka: 15 minut

Průběh: Celá zkouška včetně přípravy trvá 30 minut – studující si vylosují otázku, mají 15 minut na přípravu bez přístupu na internet v k tomu určené učebně s dozorem, poté přecházejí před komisi a skládají zkoušku.

Hodnocení: A-F (podrobnosti [zde](#))

Okruhy a otázky jsou dále rozdělené podle typu studijního programu (jednooborový, hlavní, vedlejší).
Součástí je také povinná literatura (na konci souboru).

Mediální studia a žurnalistika, jednooborový: teorie, dějiny a metodologie mediálních studií a žurnalistiky

A. Žurnalistika

1. Mediální krajina v ČR po roce 1989

- Klíčové trendy ve vývoji českých médií od počátku 90. let do současnosti.
- Struktura současné české mediální krajiny (např. optikou teorie mediálních systémů).
- Významní současní čeští novináři.
- Postavení médií na trhu (náklad, čtenost, poslechovost, sledovanost, návštěvnost českých médií, inzertní příjmy).

2. Charakteristika a typologie médií

- Možné pohledy na typologii médií.
- Vlastnická struktura médií.

3. Typy žurnalistiky a jejich specifika

- Specifika žurnalistiky v různých typech médií.
- Specifika novinářských žánrů v různých typech médií.
- Specifika redakční práce v různých typech médií.

4. Zpravodajství

- Metody a postupy novinářské práce ve zpravodajství (kritéria relevance a hierarchizace, výběr tématu, práce se zdroji, stavba a jazyk zpravodajství obecně apod.).
- Reflexe zpravodajských postupů (zpravodajské hodnoty, zpravodajské stereotypy, objektivita apod.).
- Zpravodajské žánry.

5. Publicistika

- Metody a postupy novinářské práce v publicistice (kritéria relevance a hierarchizace, výběr tématu, práce se zdroji, stavba a jazyk publicistiky obecně apod.).
- Publicistické žánry.

6. Základy redakční práce

- Metody a postupy novinářské práce v redakci (odpovědnosti, produkční proces, editace, korektury apod.).
- Spolupráce s dalšími aktéry/reflexe dalších aktérů (zdroje, publikum, další součásti produkčního procesu).
- Reflexe redakční práce (novinářské rutiny, novinářská kultura, novinářská autonomie).

7. Mediální právo

- Reflexe vývoje regulace žurnalistiky v ČR.
- Legislativa a její klíčová ustanovení pro novinářskou práci v ČR.

8. Etika žurnalistiky

- Reflexe etických pravidel žurnalistiky v ČR.
- Etické kodexy v ČR.

B. Mediální a komunikační studia

9. Základní vymezení komunikačních a mediálních studií

- Mediální a komunikační studia v kontextu společenských a humanitních věd.
- Definice předmětu zkoumání: média a komunikace.
- Základní paradigmaty a tradice studia médií.

10. Formy, typy a funkce komunikace

- Interpersonální, masová a mediální komunikace.
- Vývojové etapy lidské a mediální komunikace.
- Funkce lidské komunikace.

11. Základní komunikační modely a jejich srovnání

- Přenosové modely.
- Dvoustupňový model.
- Propagační model.
- Rituálový model.
- Příjmový model.

12. Reprezentace a sociální konstrukce reality

- Reprezentace, definice, významové vrstvy, vztah mezi reprezentacemi a realitou.
- Sociální konstrukce reality, funkce jazyka, procesy.
- Mediální reprezentace a relevance zpracovatelských rutin.
- Archetypy, typy a stereotypy v mediálním diskurzu.

13. Znaky a významy

- Sémiotická vs procesuální škola.
- Ferdinand de Saussure: jazyk jako struktura, dyadický model znaku.
- Charles S. Peirce: sémiotický trojúhelník, typologie znaků (ikon, index, symbol).
- Roland Barthes: dva stupně označování (denotace; konotace, mýtus).

14. Mediální kódy

- Kód v sémiotice: charakteristika, binární opozice jako strukturující princip.
- Kulturní a sociální kódy.
- Paradigmatická a syntagmatická osa jazyka a jejich role v definování pravidel kódu.
- Mediální kódy: kodifikace, interpretace, dosah, hybridita.

15. Ideologie a hegemonie

- Relevance konceptu ideologie pro mediální výzkum.
- Marx a Engels: Ideologie jako falešné vědomí.
- Althusser: represivní a ideologické aparáty státu.
- Gramsci: kulturní hegemonie.

16. Vizuální kultura

- Definice vizuální kultury.
- Vizualita, vizualizace, vizuální moc, vizuální slast, krása.

17. Mediální organizace a ekonomické podmínky fungování médií

- Mediální organizace.
- Vlastnictví, koncentrace.
- Mediální systém.

18. Tvůrci a tvůrkyně mediálních obsahů

- Vliv novinářů na obsah.
- Žurnalistika jako řemeslo a profese, profesionalizace, vzdělávání novinářů, profesní role, profesní kultury.
- Základní charakteristiky českých novinářů.

19. Současná mediální publika a jejich proměny

- Definice mediálních publik.
- Důsledky digitalizace médií a nástupu online médií pro mediální publika.
- Konvergentní a rozptýlená mediální publika.

20. Výzkum účinků masových médií

- Základní vymezení, typy mediálních účinků.
- Možnosti zkoumání mediálních účinků, periodizace a historické etapy výzkumu mediálních účinků.

21. Persuazivní komunikace: média a přesvědčování

- Postoje a postojeová změna, elaboration likelihood model, (model pravděpodobnosti zpracování).
- Teorie kognitivní disonance, teorie kultivace.

22. Používání médií a nadměrná konzumace médií

- Proč a k čemu používáme média (motivace, teorie užití a uspokojení, teorie selektivní expozice, mood management theory).
- Nadměrné používání médií, displacement hypothesis (time displacement).

23. Nové teorie mediálních účinků

- Individualizace masových médií, selektivita výběru médií, rozdílná náchylnost k účinkům médií, provázanost selektivity s účinky.

24. Působení médií a politická komunikace

- Nastolování mediální agendy, mediální/veřejná/politická agenda, priming, framing.
- Spirála mlčení, band wagon effect.
- Účinky politické komunikace, propaganda, fake news.

25. Sex a média

- Pornografie, sexting, záměrná a nezáměrná expozice sexuálně explicitním materiálům, sexuální vzrušení, sexuální scénáře, transfer excitace, psychosociální a sexuální vývoj v dětství a dospívání, sexualizace.

26. Média, stereotypizace a násilí

- Stereotypy v médiích a jejich účinky.
- Agrese, násilí a antisociální chování v médiích a kvůli médiím.

27. Technologické vlastnosti nových médií

- Digitální média, digitální kódování, digitalizace.
- Feldman a jím definované vlastnosti digitální informace.
- Manovich a jím definované vlastnosti nových médií.

28. Textualita nových médií: hypertexty, kybertexty

- Virtualita, virtuální.
- Kybertext.
- Hypertext, teorie a historie hypertextu.

29. Nová média, interaktivita a kultura konvergence

- Typy definic interaktivity.
- Vztah autor/text/čtenář.
- Henry Jenkins a kultura konvergence.
- Nová média a krize legitimacy producentů obsahů.

C. Dějiny médií

30. Přenos a uchování slova a textu

- Vynález písma.
- Zpravodajské systémy ve starověku a středověku.
- Pošta.
- Knihy.

31. Telekomunikace

- Dopravní revoluce.
- Revoluce v přenosu informací – optický, elektrický a bezdrátový telegraf; telex a telefax.
- Vývoj zpravodajských agentur.

32. Vývoj tištěných médií

- Výroba tištěných médií.
- Ekonomická základna tištěných médií.
- Typy novin a časopisů.
- Proměny periodicity, obsahu a formy novin.
- Vývoj nákladů tištěných médií.

33. Přenos a uchování obrazového sdělení

- Raná obrazová média (dřevoryt, mědiryt; xylografie, litografie).
- Vznik a vývoj fotografie.
- Experimenty s pohyblivým obrazem a počátky filmu.

34. Vysílací média

- Vznik a vývoj rozhlasu.
- Vznik a vývoj televize.

35. Tvůrci médií

- Tvůrci letákových novin a pamfletů a periodických tištěných médií novověku (korespondenti, poštovníci, tiskaři, „novinští spisovatelé“).
- Utváření profese novináře v moderní éře.

36. Regulace a kontrola médií

- Obsahová kontrola – „tradiční“ předběžná cenzura versus „moderní“ následná cenzura.
- Nástroje ekonomické a fiskální kontroly.
- Profesní a distribuční kontrola.

37. Globální komunikační revoluce

- Digitalizace komunikace; internet, (chytrý) mobilní telefon, digitální fotoaparát.

D. Metodologie mediálního výzkumu

38. Věda a vědecké poznání

- Teorie vědy.
- Hlavní výzkumná paradigmatata sociálních věd.
- Mediální studia jako vědecká disciplína: oblasti zkoumání a hlavní paradigmatata.

39. Logika a design sociálně-vědného výzkumu

- Účel a použití výzkumu, časová dimenze výzkumu, logika výzkumu, návrh empirického výzkumu. Srovnání kvantitativního, kvalitativního a smíšeného výzkumu a výzkumných metod a technik.

40. Role teorie ve výzkumu, vztah teorie a empirie.

- Etika v mediálním výzkumu.
- Etika v publikování a prezentaci výsledků výzkumu.

41. Výběr výzkumného souboru, validita, reliabilita.

- Základní a výběrový soubor, parametr, statistika, reprezentativita.
- Náhodný výběr (prostý náhodný výběr, systematický výběr, stratifikovaný náhodný výběr, vícestupňový náhodný výběr).
- Nenáhodný výběr (technika sněhové koule, teoretický výběr, výběr typických případů, výběr kritických případů, účelový výběr).
- Velikost výzkumného souboru, výběrová chyba a její interpretace.

42. Kvantitativní výzkum

- Survey, obsahová analýza a experiment v mediálním výzkumu.

43. Kvalitativní výzkum

- Polo-strukturované a hloubkové rozhovory, pozorování a kvalitativní analýzy mediálního obsahu.

Mediální studia a žurnalistika, hlavní: teorie, dějiny a metodologie mediálních studií a žurnalistiky

A. Žurnalistika

1. Mediální krajina v ČR po roce 1989

- Klíčové trendy ve vývoji českých médií od počátku 90. let do současnosti.
- Struktura současné české mediální krajiny (např. optikou teorie mediálních systémů).
- Významní současní čeští novináři.
- Postavení médií na trhu (náklad, čtenost, poslechovost, sledovanost, návštěvnost českých médií, inzertní příjmy).

2. Charakteristika a typologie médií

- Možné pohledy na typologii médií.
- Vlastnická struktura médií.

3. Typy žurnalistiky a jejich specifika

- Specifika žurnalistiky v různých typech médií.
- Specifika novinářských žánrů v různých typech médií.
- Specifika redakční práce v různých typech médií.

4. Zpravodajství

- Metody a postupy novinářské práce ve zpravodajství (kritéria relevance a hierarchizace, výběr tématu, práce se zdroji, stavba a jazyk zpravodajství obecně apod.).
- Reflexe zpravodajských postupů (zpravodajské hodnoty, zpravodajské stereotypy, objektivita apod.).
- Zpravodajské žánry.

5. Publicistika

- Metody a postupy novinářské práce v publicistice (kritéria relevance a hierarchizace, výběr tématu, práce se zdroji, stavba a jazyk publicistiky obecně apod.).
- Publicistické žánry.

6. Základy redakční práce

- Metody a postupy novinářské práce v redakci (odpovědnosti, produkční proces, editace, korektury apod.).
- Spolupráce s dalšími aktéry/reflexe dalších aktérů (zdroje, publikum, další součásti produkčního procesu).
- Reflexe redakční práce (novinářské rutiny, novinářská kultura, novinářská autonomie).

7. Mediální právo

- Reflexe vývoje regulace žurnalistiky v ČR.
- Legislativa a její klíčová ustanovení pro novinářskou práci v ČR.

8. Etika žurnalistiky

- Reflexe etických pravidel žurnalistiky v ČR.
- Etické kodexy v ČR.

B. Mediální a komunikační studia

9. Základní vymezení komunikačních a mediálních studií

- Mediální a komunikační studia v kontextu společenských a humanitních věd.
- Definice předmětu zkoumání: média a komunikace.
- Základní paradigmaty a tradice studia médií.

10. Formy, typy a funkce komunikace

- Interpersonální, masová a mediální komunikace.
- Vývojové etapy lidské a mediální komunikace.
- Funkce lidské komunikace.

11. Základní komunikační modely a jejich srovnání

- Přenosové modely.
- Dvoustupňový model.
- Propagační model.
- Rituálový model.
- Příjmový model.

12. Reprezentace a sociální konstrukce reality

- Reprezentace, definice, významové vrstvy, vztah mezi reprezentacemi a realitou.
- Sociální konstrukce reality, funkce jazyka, procesy.
- Mediální reprezentace a relevance zpracovatelských rutin.
- Archetypy, typy a stereotypy v mediálním diskurzu.

13. Znaky a významy

- Sémiotická vs procesuální škola.
- Ferdinand de Saussure: jazyk jako struktura, dyadický model znaku.
- Charles S. Peirce: sémiotický trojúhelník, typologie znaků (ikon, index, symbol).
- Roland Barthes: dva stupně označování (denotace; konotace, mýtus).

14. Mediální kódy

- Kód v sémiotice: charakteristika, binární opozice jako strukturující princip.
- Kulturní a sociální kódy.
- Paradigmatická a syntagmatická osa jazyka a jejich role v definování pravidel kódu.
- Mediální kódy: kodifikace, interpretace, dosah, hybridita.

15. Ideologie a hegemonie

- Relevance konceptu ideologie pro mediální výzkum.
- Marx a Engels: Ideologie jako falešné vědomí.
- Althusser: represivní a ideologické aparáty státu.
- Gramsci: kulturní hegemonie.

16. Vizuální kultura

- Definice vizuální kultury.
- Vizualita, vizualizace, vizuální moc, vizuální slast, krása.

17. Mediální organizace a ekonomické podmínky fungování médií

- Mediální organizace.
- Vlastnictví, koncentrace.
- Mediální systém.

18. Tvůrci a tvůrkyně mediálních obsahů

- Vliv novinářů na obsah.
- Žurnalistika jako řemeslo a profese, profesionalizace, vzdělávání novinářů, profesní role, profesní kultury.
- Základní charakteristiky českých novinářů.

19. Současná mediální publika a jejich proměny

- Definice mediálních publik.
- Důsledky digitalizace médií a nástupu online médií pro mediální publika.
- Konvergentní a rozptýlená mediální publika.

20. Výzkum účinků masových médií

- Základní vymezení, typy mediálních účinků.
- Možnosti zkoumání mediálních účinků, periodizace a historické etapy výzkumu mediálních účinků.

21. Persuazivní komunikace: média a přesvědčování

- Postoje a postojeová změna, elaboration likelihood model, (model pravděpodobnosti zpracování).
- Teorie kognitivní disonance, teorie kultivace.

22. Používání médií a nadměrná konzumace médií

- Proč a k čemu používáme média (motivace, teorie užití a uspokojení, teorie selektivní expozice, mood management theory).
- Nadměrné používání médií, displacement hypothesis (time displacement).

23. Nové teorie mediálních účinků

- Individualizace masových médií, selektivita výběru médií, rozdílná náchylnost k účinkům médií, provázanost selektivity s účinky.

24. Působení médií a politická komunikace

- Nastolování mediální agendy, mediální/veřejná/politická agenda, priming, framing.
- Spirála mlčení, band wagon effect.
- Účinky politické komunikace, propaganda, fake news.

25. Sex a média

- Pornografie, sexting, záměrná a nezáměrná expozice sexuálně explicitním materiálům, sexuální vzrušení, sexuální scénáře, transfer excitace, psychosociální a sexuální vývoj v dětství a dospívání, sexualizace.

26. Média, stereotypizace a násilí

- Stereotypy v médiích a jejich účinky.
- Agrese, násilí a antisociální chování v médiích a kvůli médiím.

C. Dějiny médií

27. Přenos a uchování slova a textu

- Vynález písma.
- Zpravodajské systémy ve starověku a středověku.
- Pošta.
- Knihy.

28. Telekomunikace

- Dopravní revoluce.
- Revoluce v přenosu informací – optický, elektrický a bezdrátový telegraf; telex a telefax.
- Vývoj zpravodajských agentur.

29. Vývoj tištěných médií

- Výroba tištěných médií.
- Ekonomická základna tištěných médií.
- Typy novin a časopisů.
- Proměny periodicity, obsahu a formy novin.
- Vývoj nákladů tištěných médií.

30. Přenos a uchování obrazového sdělení

- Raná obrazová média (dřevoryt, mědiryt; xylografie, litografie).
- Vznik a vývoj fotografie.
- Experimenty s pohyblivým obrazem a počátky filmu.

31. Vysílací média

- Vznik a vývoj rozhlasu.
- Vznik a vývoj televize.

32. Tvůrci médií

- Tvůrci letákových novin a pamfletů a periodických tištěných médií novověku (korespondenti, poštovníci, tiskaři, „novinští spisovatelé“).
- Utváření profese novináře v moderní éře.

33. Regulace a kontrola médií

- Obsahová kontrola – „tradiční“ předběžná cenzura versus „moderní“ následná cenzura.
- Nástroje ekonomické a fiskální kontroly.
- Profesní a distribuční kontrola.

34. Globální komunikační revoluce

- Digitalizace komunikace; internet, (chytrý) mobilní telefon, digitální fotoaparát.

D. Metodologie mediálního výzkumu

35. Věda a vědecké poznání

- Teorie vědy.
- Hlavní výzkumná paradigmaty sociálních věd.
- Mediální studia jako vědecká disciplína: oblasti zkoumání a hlavní paradigmaty.

36. Logika a design sociálně-vědného výzkumu

- Účel a použití výzkumu, časová dimenze výzkumu, logika výzkumu, návrh empirického výzkumu. Srovnání kvantitativního, kvalitativního a smíšeného výzkumu a výzkumných metod a technik.

37. Role teorie ve výzkumu, vztah teorie a empirie.

- Etika v mediálním výzkumu.
- Etika v publikování a prezentaci výsledků výzkumu.

38. Výběr výzkumného souboru, validita, reliabilita.

- Základní a výběrový soubor, parametr, statistika, reprezentativita.
- Náhodný výběr (prostý náhodný výběr, systematický výběr, stratifikovaný náhodný výběr, víceetapový náhodný výběr).
- Nenáhodný výběr (technika sněhové koule, teoretický výběr, výběr typických případů, výběr kritických případů, účelový výběr).
- Velikost výzkumného souboru, výběrová chyba a její interpretace.

39. Kvantitativní výzkum

- Survey, obsahová analýza a experiment v mediálním výzkumu.

40. Kvalitativní výzkum

- Polo-strukturované a hloubkové rozhovory, pozorování a kvalitativní analýzy mediálního obsahu.

Mediální studia a žurnalistika, vedlejší: teorie a dějiny mediálních studií a žurnalistiky

A. Žurnalistika

1. Mediální krajina v ČR po roce 1989

- Klíčové trendy ve vývoji českých médií od počátku 90. let do současnosti.
- Struktura současné české mediální krajiny (např. optikou teorie mediálních systémů).
- Významní současní čeští novináři.
- Postavení médií na trhu (náklad, čtenost, poslechovost, sledovanost, návštěvnost českých médií, inzertní příjmy).

2. Charakteristika a typologie médií

- Možné pohledy na typologii médií.
- Vlastnická struktura médií.

3. Typy žurnalistiky a jejich specifika

- Specifika žurnalistiky v různých typech médií.
- Specifika novinářských žánrů v různých typech médií.
- Specifika redakční práce v různých typech médií.

4. Zpravodajství

- Metody a postupy novinářské práce ve zpravodajství (kritéria relevance a hierarchizace, výběr tématu, práce se zdroji, stavba a jazyk zpravodajství obecně apod.).
- Reflexe zpravodajských postupů (zpravodajské hodnoty, zpravodajské stereotypy, objektivita apod.).
- Zpravodajské žánry.

5. Publicistika

- Metody a postupy novinářské práce v publicistice (kritéria relevance a hierarchizace, výběr tématu, práce se zdroji, stavba a jazyk publicistiky obecně apod.).
- Publicistické žánry.

6. Základy redakční práce

- Metody a postupy novinářské práce v redakci (odpovědnosti, produkční proces, editace, korektury apod.).
- Spolupráce s dalšími aktéry/reflexe dalších aktérů (zdroje, publikum, další součásti produkčního procesu).
- Reflexe redakční práce (novinářské rutiny, novinářská kultura, novinářská autonomie).

7. Mediální právo

- Reflexe vývoje regulace žurnalistiky v ČR.
- Legislativa a její klíčová ustanovení pro novinářskou práci v ČR.

8. Etika žurnalistiky

- Reflexe etických pravidel žurnalistiky v ČR.
- Etické kodexy v ČR.

B. Mediální a komunikační studia

9. Základní vymezení komunikačních a mediálních studií

- Mediální a komunikační studia v kontextu společenských a humanitních věd.
- Definice předmětu zkoumání: média a komunikace.
- Základní paradigmaty a tradice studia médií.

10. Formy, typy a funkce komunikace

- Interpersonální, masová a mediální komunikace.
- Vývojové etapy lidské a mediální komunikace.
- Funkce lidské komunikace.

11. Základní komunikační modely a jejich srovnání

- Přenosové modely.
- Dvoustupňový model.
- Propagační model.
- Rituálový model.
- Příjmový model.

12. Reprezentace a sociální konstrukce reality

- Reprezentace, definice, významové vrstvy, vztah mezi reprezentacemi a realitou.
- Sociální konstrukce reality, funkce jazyka, procesy.
- Mediální reprezentace a relevance zpracovatelských rutin.
- Archetypy, typy a stereotypy v mediálním diskurzu.

13. Znaky a významy

- Sémiotická vs procesuální škola.
- Ferdinand de Saussure: jazyk jako struktura, dyadický model znaku.
- Charles S. Peirce: sémiotický trojúhelník, typologie znaků (ikon, index, symbol).
- Roland Barthes: dva stupně označování (denotace; konotace, mýtus).

14. Mediální kódy

- Kód v sémiotice: charakteristika, binární opozice jako strukturující princip.
- Kulturní a sociální kódy.
- Paradigmatická a syntagmatická osa jazyka a jejich role v definování pravidel kódu.
- Mediální kódy: kodifikace, interpretace, dosah, hybridita.

15. Ideologie a hegemonie

- Relevance konceptu ideologie pro mediální výzkum.
- Marx a Engels: Ideologie jako falešné vědomí.
- Althusser: represivní a ideologické aparáty státu.
- Gramsci: kulturní hegemonie.

16. Vizuální kultura

- Definice vizuální kultury.
- Vizualita, vizualizace, vizuální moc, vizuální slast, krása.

17. Mediální organizace a ekonomické podmínky fungování médií

- Mediální organizace.
- Vlastnictví, koncentrace.
- Mediální systém.

18. Tvůrci a tvůrkyně mediálních obsahů

- Vliv novinářů na obsah.
- Žurnalistika jako řemeslo a profese, profesionalizace, vzdělávání novinářů, profesní role, profesní kultury.
- Základní charakteristiky českých novinářů.

19. Současná mediální publika a jejich proměny

- Definice mediálních publik.
- Důsledky digitalizace médií a nástupu online médií pro mediální publika.
- Konvergentní a rozptýlená mediální publika.

20. Výzkum účinků masových médií

- Základní vymezení, typy mediálních účinků.
- Možnosti zkoumání mediálních účinků, periodizace a historické etapy výzkumu mediálních účinků.

21. Persuazivní komunikace: média a přesvědčování

- Postoje a postojeová změna, elaboration likelihood model, (model pravděpodobnosti zpracování).
- Teorie kognitivní disonance, teorie kultivace.

22. Používání médií a nadměrná konzumace médií

- Proč a k čemu používáme média (motivace, teorie užití a uspokojení, teorie selektivní expozice, mood management theory).
- Nadměrné používání médií, displacement hypothesis (time displacement).

23. Nové teorie mediálních účinků

- Individualizace masových médií, selektivita výběru médií, rozdílná náchylnost k účinkům médií, provázanost selektivity s účinky.

24. Působení médií a politická komunikace

- Nastolování mediální agendy, mediální/veřejná/politická agenda, priming, framing.
- Spirála mlčení, band wagon effect.
- Účinky politické komunikace, propaganda, fake news.

25. Sex a média

- Pornografie, sexting, záměrná a nezáměrná expozice sexuálně explicitním materiálům, sexuální vzrušení, sexuální scénáře, transfer excitace, psychosociální a sexuální vývoj v dětství a dospívání, sexualizace.

26. Média, stereotypizace a násilí

- Stereotypy v médiích a jejich účinky.
- Agrese, násilí a antisociální chování v médiích a kvůli médiím.

C. Dějiny médií

27. Přenos a uchování slova a textu

- Vynález písma.
- Zpravodajské systémy ve starověku a středověku.
- Pošta.
- Knihy.

28. Telekomunikace

- Dopravní revoluce.
- Revoluce v přenosu informací – optický, elektrický a bezdrátový telegraf; telex a telefax.
- Vývoj zpravodajských agentur.

29. Vývoj tištěných médií

- Výroba tištěných médií.
- Ekonomická základna tištěných médií.
- Typy novin a časopisů.
- Proměny periodicity, obsahu a formy novin.
- Vývoj nákladů tištěných médií.

30. Přenos a uchování obrazového sdělení

- Raná obrazová média (dřevoryt, mědiryt; xylografie, litografie).
- Vznik a vývoj fotografie.
- Experimenty s pohyblivým obrazem a počátky filmu.

31. Vysílací média

- Vznik a vývoj rozhlasu.
- Vznik a vývoj televize.

32. Tvůrci médií

- Tvůrci letákových novin a pamfletů a periodických tištěných médií novověku (korespondenti, poštovníci, tiskaři, „novinští spisovatelé“).
- Utváření profese novináře v moderní éře.

33. Regulace a kontrola médií

- Obsahová kontrola – „tradiční“ předběžná cenzura versus „moderní“ následná cenzura.
- Nástroje ekonomické a fiskální kontroly.
- Profesní a distribuční kontrola.

34. Globální komunikační revoluce

- Digitalizace komunikace; internet, (chytrý) mobilní telefon, digitální fotoaparát.

Povinná literatura

Literatura k tematickému okruhu 1. Žurnalistika

- Bech-Karlsen, J. 1991. Být při tom. Reportáž jako metoda a žánr. Oslo: Institut for Journalistik. Universitetsforlaget.
- Burns, Lynette Sheridan 2004. Žurnalistika. Praktická příručka pro novináře. Praha: Portál.
- Boyd, Andrew 1995. Příručka pro novináře. Zpravodajství v rozhlasu a televizi. Praha: Centrum nezávislé žurnalistiky.
- Burton, G., J. Jiráček, J. 2001. Úvod do studia médií. Brno: Barrister & Principal. Interní manuály českého tisku.
- De Fleur, M., S. Ball Rokeach. 1996. Teorie masové komunikace. Praha: Karolinum.
- Hallin, D. C., P. Mancini 2008. Systémy médií v postmoderním světě. Praha: Portál.
- Jiráček, Jan, Barbara Köpplová 2003. Média a společnost. Praha: Portál.
- Kol. autorů 1005. 10 let v českých médiích. Praha: Portál.
- Kunczik, M. 1994. Základy masové komunikace. Praha: Karolinum.
- Mallette, Malcolm F. 1994. Příručka pro novináře střední a východní Evropy. Praha: Syndikát novinářů České republiky.
- McNair, Brian 2004. Sociologie žurnalistiky. Praha: Portál.
- McQuail, D. 2009. Úvod do teorie masové komunikace. Praha: Portál.
- Moravec, Václav 2005. „Etika a česká média.“ In: 10 let v českých médiích. Praha: Portál.
- Osvaldová, Barbora a kol. 2001. Zpravodajství v médiích. Praha: Karolinum.
- Osvaldová, B., J. Halada a kol. 1999. Encyklopedie praktické žurnalistiky. Praha: Libri.
- Reifová, Irena a kol. 2004. Slovník mediální komunikace. Praha: Portál.
- Russ-Mohl, Stephan, Hana Bakičová 2005. Žurnalistika. Kompletní průvodce praktickou žurnalistikou. Praha: Grada Publishing.
- Sokol, T. 2001. Tisk a právo. Praha: Orac.
- Sovová, O. 2001. „Vývoj na trhu periodik po roce 1990.“ In: Sokol, T. Tisk a právo. Praha: Orac, s. 105–109.
- Trampota, Tomáš 2006. Zpravodajství. Praha: Portál.
- Trunečková, L. 1997. Tiskové agentury. Praha: Karolinum.
- Tušer, Andrej 1999. Ako sa robia noviny. Bratislava: SOFA.

Elektronické zdroje

www.abccr.cz

www.unievydavatelu.cz

<http://www.median.eu/cs/medialni-vyzkumy/>

<http://www.ato.cz>

<http://www.netmonitor.cz>

<https://www.mediaguru.cz/clanky/2016/03/infografika-aktualizovana-mapa-vlastniku-medii/>

[Reuters Institute](#)

[Pew Research Center \(Journalism and Media\)](#)

[Tiskový zákon.](#)

[Zákon o rozhlasovém a televizním vysílání.](#)

[Zákon o Českém rozhlasu.](#)

[Zákon o České tiskové kanceláři.](#)

[Zákon o rozhlasových a televizních poplatcích.](#)

[Listina základních práv a svobod.](#)

[Zákon o svobodném přístupu k informacím.](#)

[Občanský zákoník.](#)

[Trestní řád.](#)

[Rada pro rozhlasové a televizní vysílání.](#)

[Rada České televize.](#)

[Rada Českého rozhlasu.](#)

[Rada České tiskové kanceláře.](#)

[Zákon o České televizi.](#)

[Etický kodex novináře.](#)

[Kodex České televize.](#)

[Etický kodex MAFRA.](#)

[Komise pro etiku Syndikátu novinářů ČR.](#)

Literatura k tematickému okruhu B. Mediální a komunikační studia

Bryant, J., M. B. Oliver. 2009. Media effects: advances in theory and research. 3rd ed. New York: Routledge.

Burton, G., a Jan Jiráček. 2001. Úvod do studia médií. Brno: Barrister & Principal.

Calvino, I. 1968. "Znamení ve vesmíru". Pp. 35-46 in Kosmické grotesky. Praha: Československý spisovatel.

Dill, K.E. 2014. The Oxford handbook of media psychology. Oxford University Press.

Freeden, M. (2003). Ideology: a very short introduction. Oxford – New York: Oxford University Press, pp. 1-30.

De Fleur, M., S. Ball Rokeach. 1996. Teorie masové komunikace. Praha: Karolinum.

Giles, D. 2012. Psychologie médií. Praha: Grada.

Chandler, D. 2007. „Codes“ in Semiotics: The Basics. London: Routledge.

Jiráček, J., B. Köpplová, B. 2015. Masová média. Praha: Portál.

Kunczik, M. 1994. Základy masové komunikace. Praha: Karolinum.

Macek, J. 2015. Média v pohybu: k proměně současných českých publik. Brno: Masarykova univerzita, s. 19-32.

McKee, A. 2003. Textual analysis: a beginner's guide. London: Sage.

McQuail, D. 2009. Úvod do teorie masové komunikace. Praha: Portál.

Mirzoeff, N. 2012. Úvod do vizuální kultury. Praha: Academia.

Mišović, J. 2015. Komunikace ve společnosti. Plzeň: Vydavatelství a nakladatelství Aleš Čeněk.

Perse, E. M., J. L. Lambe. 2017. Media effects and society. 2nd ed. New York: Routledge.

de Saussure, F. 2007. "Znak, označované, označující", "První princip: arbitrárnost znaku". Pp. 95-99 in Kurs obecné lingvistiky. Praha: Academia.

Sparks, G.G. 2016. Media effects research: a basic overview. 5th ed. Boston: Cengage Learning.

Další literatura k tematickému okruhu B. Mediální a komunikační studia povinná pouze pro studující jednooboru

Cover, Rob. 2007. „Inter/aktivní publikum: Interaktivní média, narativní kontrola a revize dějin publika.“ Pp. 195-207 in Mediální studia, r. 2, č. 2.

Landow, George P. 1998. „Hypertext a kritická teorie – Hypertextový Derrida, poststrukturalista Nelson?“ Pp. 9-21 in Biograph (6).

Lévy, Pierre. 2000. „Digitalizace čili virtualizace informací.“ Pp. 43-69 in Kyberkultura. Praha: Karolinum.

Macek, Jakub. 2013. „Artefakt/Text.“ Pp. 107-127 in Poznámky ke studiím nových médií. Brno: MUNI Press.

Manovich, Lev. 2001. „What is New Media?“ Pp. 43-74 in Language of New Media. Cambridge: MIT Press.

Švelch, Jaroslav. 2008. "Počítačové hry jako nová média." Pp. 8-35 in Mediální studia, r. 3., č. 1.

Literatura k tematickému okruhu C. Dějiny médií

- Thompson, John B.: *Média a modernita*. Karolinum, Praha 2004
- Brečka, Samuel a kol.: *Od tamtamov po internet. Prehľad dejín mediálnej komunikácie*. Bratislavská vysoká škola práva, Bratislava 2009
- Prokop, Dieter: *Boj o média. Dějiny nového kritického myšlení o médiích*. Karolinum, Praha 2005
- Köpplová, Barbara – Köppl, Ladislav: *Dějiny světové žurnalistiky 1. Celý svět je v novinách*. Novinář, Praha 1989
- Večeřa, Pavel: *Úvod do dějin tištěných médií*. Grada Publishing, Praha 2015
- Kovarik, Bill: *Revolutions in Communication. Media History from Gutenberg to the Digital Age*. Bloomsbury, New York – Londýn – Dillí – Sydney 2013
- Briggs, Asa – Burke, Peter: *A Social History of the Media. From Gutenberg to the Internet*. Polity Press, Cambridge – Malden 2010
- Poe, Marshall T.: *A History of Communications. Media and Society from the Evolution of Speech to the Internet*. Cambridge University Press, Cambridge – New York – Melbourne – Madrid – Kapské Město – Singapur – Sao Paulo – Dillí – Dubaj – Tokio – Mexico City 2011

Literatura k tematickému okruhu D. Metodologie mediálního výzkumu

- Babbie, E. 2013. *The Practice of Social Research*. Belmont, CA: Wadsworth.
- Bryman, A. 2012. *Social Research Methods*. Oxford: Oxford University Press.
- Chalmers, A. 2013. *What Is This Thing Called Science*. Maidenhead: Open University Press.
- Creswell, J. W. 2009. *Research Design. Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. London: SAGE.
- Creswell, J.W. and Poth, C.N. 2016. *Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing Among Five Approaches*. Thousand Oaks – London – New Delhi: SAGE.
- Goodwin, C. J. 2008. *Research in Psychology: Methods and Design*. NJ: Wiley & Sons.
- Hendl, J. 2005. *Kvalitativní výzkum*. Praha: Portál.
- Hesse-Biber, S. N. and Leavy, P.L. 2010. *The Practice of Qualitative Research*. Thousand Oaks – London – New Delhi: SAGE.
- Neuendorf, K. A. 2002. *The Content Analysis Guidebook*. London: SAGE.
- Wengraf, T. 2001. *Qualitative Research Interviewing: Biographic Narrative and Semi-Structured Methods*. Thousand Oaks – London – New Delhi: SAGE.