



EVROPSKÁ UNIE  
Evropské strukturální a investiční fondy  
Operační program Výzkum, vývoj a vzdělávání



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,  
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY

# Jak uspět v médiích - 5HP416

## Průvodce studiem

Typ předmětu: povinný

Rozsah studijního předmětu: 2 hod. za týden

? ECTS kreditů

Způsob zakončení: zkouška

Další požadavky na studenta: Průběžné tematické úkoly a individuální práce, absolvování závěrečného testu

Stručná anotace předmětu:

Společenská podstata médií v 21. Století se stala dominantním rysem a smyslem existence hromadných sdělovacích prostředků. Už nejde jen o funkci kognitivní, sdělovací, ale často i přesvědčovací a díky metodě infotainmentu také zábavnou., Kurs seznámí studenty s praktickým fungováním a proměnami médií v aktuálním „on-line“ čase.. Studenti se dozvědí, jak funguje v praxi novinář, jak vzniká mediální agenda, jak se vedou v médiích politické kampaně, jaké cíle mají lokální a globální média, jak se chovali vůči médiím velké politické osobnosti a rovněž, jak svět tradičních médií ovlivňují ta nová a jak v médiích podnikat a uspět. Kromě toho se také seznámí s metodami regulace médií, a to jak legislativními, tak prostřednictvím samoregulace a etických kodexů. Otázce etiky v médiích bude věnována podstatná pozornost, neboť je to dnes pro mediální diskurs kruciólní téma, mj. i díky digitálním etnologiím. S tím vším také souvisí dobrá orientace studenta ve vlastnických strukturách médií, a to jak printových, Audio/TV či webových, protože jejich proměny mají značný dopad na mediální praxi i postavení novináře.



EVROPSKÁ UNIE  
Evropské strukturální a investiční fondy  
Operační program Výzkum, vývoj a vzdělávání



### Po úspěšném absolvování budou studenti schopni:

- rozumět mediálním zákonitostem v praktické rovině
- chápat úlohu a vliv novinářů v éře informační společnosti, včetně proměn těchto pojmů v éře digitálních médií
- znát možnosti mediálních pracovníků působit na jednotlivé sociální skupiny obyvatelstva
- vysvětlit roli novináře, popsat jeho silné a slabé stránky
- orientovat se ve struktuře vlastníků na ploše českých tradičních i „nových“ médií a chápat motivace jednotlivých mediálních vlastnických skupin na pozadí společenských dějů
- vyznat se v legislativním rámci, v němž česká média existují, a především orientovat se v systémech regulací médií veřejné služby, a to jak u nás, tak v klíčových zemích EU
- vnímat etickou stránku žurnalistické profese jako klíčovou, znát jednotlivé etické kodexy a orientovat se i (aspoň elementárně) v právním rámci, který se dotýká právě novinářských činů, které jsou za hranicemi etiky a žurnalistické profesionality.

### Obsah předmětu:

1. Novinář a politika. Vztahy novináře s politiky a politickým prostředím. Má moderní novinář politické zájmy?
2. Role zájmů ve vytváření mediálních obsahů. Co všechno ovlivňuje skladbu žurnalistických produktů, formátů či programových celků. Jak vzniká v dnešní ČR mediální agenda?



EVROPSKÁ UNIE  
Evropské strukturální a investiční fondy  
Operační program Výzkum, vývoj a vzdělávání



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,  
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY

3. Média a politické kampaně. Jak je vidí legislativa a jak etika žurnalisty. Volby jako zkouška z dospělosti každého žurnalisty.
4. Proměna obrazu politických osobností v médiích na půdorysu posledního století na příkladech – od adoptivních (diktátoři, ale i „otcové zakladatelé“ – od Lenina po Masaryka) po denunciační a „prokurátorský“ (současnost). Důvody proměny míry novinářského sebevědomí a politického strachu z médií.
5. Média a výzkumy veřejného mínění. Jak je využívají, interpretují a dezinterpretují – a proč.
6. Nová média versus tradiční média: z pohledu ekonomického. Otázky vydavatelské, provozovatelské, otázky reklamy a inzerce, reklamní kartely jako riziko pro svobodu slova.
7. Co má větší vliv? Lokální nebo globální média? Trendy a jejich proměny: od plnoformátových ke specializovaným, od centralizovaných po diverzifikované.
8. Podnikatelé v médiích – vývoj mapy vlastnických struktur po roce 1989 dosud. Dnešní nejdůležitější hráči na poli mediálního podnikání. Proč do médií vstupují, co si od nich slibují.
9. Regulace v médiích. Typy regulačních orgánů a jejich náplň práce. Regulační orgány v ČR a v důležitých státech EU. Typy metod regulace a konstrukce regulačních orgánů. Nezodpovězený otazník: regulace internetu.
10. Základy mediální legislativy, zákony č. 483/1991 Sb. o České televizi, 484/1991 Sb. o českém rozhlasu, 517/1992 o České tiskové kanceláři,



EVROPSKÁ UNIE  
Evropské strukturální a investiční fondy  
Operační program Výzkum, vývoj a vzdělávání



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,  
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY

46/2000 Sb. – tzv. tiskový zákon, ,231/2001 Sb – zákon o rozhlasovém a televizním vysílání, evropská směrnice Televize bez hranic.

11. Role etiky v práci žurnalisty v historickém i současném pohledu. Etické kodexy, jejich klady i handicap. Etický kodex Mezinárodní federace novinářů (IFJ), etický kodex Syndikátu novinářů ČR , etické kodexy jednotlivých mediálních institucí (ČT, ČRo atd.)

12. Proč se mediální obsahy mění v zábavní produkty. Role infotainmentu. Možnost manipulace: skrze atraktivní formu překrývání zásadního obsahu. Zážitekové zpravodajství.

13. Mediální pracoviště v akci. Exkurse do televizního, rozhlasového, printového nebo webového média – optimálně pro srovnání 1 elektronické médium a jedna redakce printu nebo webu – srovnání metodiky práce, pracovního prostředí, rozhodovacích procesů, vztahů s vydavatelem/provozovatelem atd.

Rozsah a obsahové zaměření individuálních prací studentů:

Seminární povinnosti (podmínkou pro připuštění ke zkoušce):

1. Analýza vybraného mediálního produktu z hlediska:
  - a) osobnosti a jednání novináře
  - b) dodržování etických standardů
  - c) projevovaného vztahu k zobrazovaným osobnostem politického či ekonomického prostředí

Analýzu provede student v průběhu semináře formou prezentace 5-7 slidů, obsahujících vybraný mediální produkt, důvod jeho výběru, jeho analýzu podle uvedených hledisek a osobní závěr hodnotícího studenta.



EVROPSKÁ UNIE  
Evropské strukturální a investiční fondy  
Operační program Výzkum, vývoj a vzdělávání



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,  
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY

2. Analýza vybrané mediální osobnosti a jeho tvorby v průběhu času (dle výběru studenta s odsouhlasením pedagoga): profil novinářské osobnosti se zdůrazněním jeho autorských, osobnostních či profesních specifik, charakteristika metod jeho žurnalistické práce, kritická analýza jeho činnosti, zhodnocení jeho pozice i významu v daném domácím či zahraničním kontextu, za použití poznatků získaných v kurzu.

#### Studijní literatura:

##### Povinná:

McQuail, Denis. 2009. Úvod do teorie masové komunikace. Praha: Portál 2009. ISBN: 978-80-7367-574-5

MCQUAIL, D. Žurnalistika a společnost. Praha: Karolinum 2016. ISBN 978-80-246-3093-9

Russ-Mohl, S., Bakičová, H. – Žurnalistika, Praha: Grada 2005, ISBN 8024701588

Remišová, Anna. 2010. Etika médií. Bratislava: Kalligram 2010. ISBN 978-80-8101-376-8.

##### Doporučená:

Köpplová, B. a Jiráček, J.: Média a společnost: Stručný úvod do studia médií a mediální komunikace, Praha: Portál 2003. ISBN: 978-80-7367-287-4

Růžička, V.: Politika a média v konzumní společnosti. Praha: Grada 2011. ISBN: 978-80-247-3667-9.

Žantovský, P.: Média a politika v digitálním světě. Vedryně: Beskydy 2018. ISBN: 978-80-87431-47-4

Žantovský, P.: Česká politika a média po roce 1989. Praha: IVK 2013. ISBN: 978-80-87806-02-9



EVROPSKÁ UNIE  
Evropské strukturální a investiční fondy  
Operační program Výzkum, vývoj a vzdělávání



Toto dílo podléhá licenci Creative Commons  
*Uveďte původ – Zachovejte licenci 4.0 Mezinárodní.*

