

OKRUHY k bakalářské SZK z oboru ŽURNALISTIKA – kombinované studium (2010/2011)

TEORIE MASOVÉ KOMUNIKACE

1. Vnitřní diferenciací TMK (paradigmatická struktura, teoretické přístupy, analytické přístupy...).
2. Interdisciplinární charakter TMK (vztah TMK k dalším disciplínám: sémiotice, teorii komunikace, teorii diskursu, sociologii,...).
3. Paradigmatická struktura TMK I: kritické vs. systémové paradigma.
4. Paradigmatická struktura TMK II: mediocentrický vs. sociocentrický přístup, současné epistemologické přístupy v mediálních studiích (postpozitivismus / konstruktivismus / kritické přístupy / pragmatismus).
5. Paradigmatická struktura TMK III: základní komunikační přístupy (procesuální / sémioticko-kulturální), komunikační modely (přenosové / interakční / partikulární a systémové modely).
6. Kontext masové komunikace: MK a společnost, MK a kultura (vymezení pojmů, vztahy mezi nimi, vztah k TMK).
7. MK a společnost: vztah teorií společnosti a TMK (konsenzuální, konfliktologické, interpretativní pojetí), vliv masmédií na základní sociální procesy (problematika vztahu moci a MM, MM a nerovnost, MM a sociální změna).
8. MK a kultura: teorie masové kultury, koncept homogenizace, masová společnost/kultura jako nový způsob zacházení s informací; problematika simulačních procesů a idea intertextuality.
9. Struktura procesu MK (Shannonův-Weaverův a Westleyův- MacLeanův model MK, interpersonální - sociální - masová komunikace).
10. Základní přístupy ke zkoumání MK: informační vs. diskursivní model; faktory podílející se na obsahu mediálních sdělení.
11. Mediální struktury: struktura a kontext mediální organizace, ekonomické principy MK, normativní teorie MM a související problémy.
12. Publikum MK: problematika pojmu, struktura a charakter publika, problematika zpětné vazby, publikum jako produkt mediálního trhu, přístupy ke zkoumání publika).
13. Efekty MK I: vývoj teorie (omnipotence - selektivní vliv - nepřímý vliv - konstruktivismus).
14. Efekty MK II: typologie efektů, persuasivní strategie.
15. Metody analýzy mediálních sdělení (problém kvantitativní vs. kvalitativní, vybrané přístupy).

TEORIE A PRAXE ŽURNALISTIKY

16. Žurnalistika – základní definice, příčiny, podmínky vzniku a vývoj žurnalistiky (dle typů médií), technické předpoklady rozvoje, současné typy masmédií, multimedia a interaktivita, žurnalistika a globalizace.
17. Tištěná média – základní charakteristika, noviny, časopisy, periodicita, grafická podoba a souvislosti s obsahem, typografie a technologie výroby, odborný a zájmový tisk, distribuce, elektronické podoby tištěných médií; historie tištěných médií v ČR a ve světě.
18. Elektronická média - rozhlas, televize, vznik a rozvoj (vč. zpravodajského filmu), základní funkce, typologie, vysílací formáty, duální systém, způsoby financování, sledovanost, digitalizace vysílání, multimedia a internet.

19. Zpravodajské (tiskové) agentury – definice, vznik a vývoj agenturního zpravodajství ve světě a na našem území, technické aspekty rozvoje, základní úkoly; agenturní produkce, distribuce produktů, významné masmediální agentury.
20. Masmediální veřejnost - cílové skupiny, diferenciací médií podle publika, zpětná vazba, vyváženost mediálních sdělení, agenda setting, odborné publikum a média.
21. Etické principy a normy v žurnalistice - etický kodex, osobnostní hodnoty žurnalisty, profesní novinářské organizace, svoboda projevu a regulace žurnalistiky, kultura chování a profesní etiketa, seriózní a bulvární žurnalistika.
22. Žurnalistika a základní právní dokumenty – Ústava ČR, tiskový zákon a ostatní související právní normy se vztahem k žurnalistice, zákon o svobodném přístupu k informacím, regulativní normy, právní omezení v krizových situacích.
23. Masmédia a podnikání - základní typy žurnalistiky ve vztahu ke společenskému systému, typy žurnalistiky podle vlastnictví, způsoby financování, inzerce a reklama v médiích, právní a etické aspekty mediálního podnikání, marketing, monopolizace.
24. Masmédia a zábava - zábavní žánry v tištěných médiích, televizní a rozhlasová zábava, zábava a reklama, inzerce, etické aspekty mediální zábavy, vliv na publikum, pokleslá, neškodná, ušlechtilá zábava, pornografie v médiích, možnosti regulace.
25. Digitální elektronická média – internet a jeho využití v žurnalistice, tvorba obsahů internetových stránek, verifikace informací z webových zdrojů, digitalizace televizního a rozhlasového vysílání a jeho význam pro moderní žurnalistiku.
26. Volitelné okruhy:
 - a. Novinářská obrazová informace - fotografie, grafy, kresby, jejich význam a využití v médiích, vztah textu k fotografii, žurnalistická fotografie a její typy, umělecká fotografie v žurnalistice, fíčrová fotografie, fotoreportáž.
 - b. Typografie a polygrafie - grafická úprava tištěných médií, volba písma, vztah grafické a barevné formy k obsahu média, moderní polygrafické metody a trendy, počítačové technologie v polygrafii.
 - c. Audiovizuální technologie - rozhlas a televize, výroba, úprava a střih záznamu, způsoby přenosu masmediálních sdělení a celků, digitalizace vysílání.
27. Volitelný okruh:
 - a. Politická žurnalistika.
 - b. Ekonomická žurnalistika.
 - c. Sportovní žurnalistika.
 - d. Kulturní žurnalistika.
28. Vývoj cenzury od prvopočátků do současnosti – svoboda projevu a společenské systémy, etické aspekty cenzury, možnosti veřejné nebo státní kontroly, problematika autocenzury a institucionální cenzury.
29. Psychologické a logické aspekty masmediálních sdělení - psychologie vnímání tištěných a elektronických médií, opakování mediálních sdělení, postoje, role autora ve vztahu k publiku a veřejnosti, výchovná role masmedií, vliv reklamy na adresáta; logika ve zpravodajství a v publicistice, v reklamě a zábavě, argumentace, indukce, dedukce.
30. Kultura chování a profesní etiketa žurnalisty - etické a estetické normy, image, role novináře v sociálním prostředí a vliv na žurnalistickou práci, korupční jednání.

JAZYK ŽURNALISTIKY

31. Verbální kompetence, normy (systémová, textová, stylová /vč. problematiky tzv. stylému/) a výrazové prostředky všech úrovní jazyka (vnitřní a vnější lingvistiky). Tradiční chápání jazykových norem, míra komplexnosti, problematika závaznosti. Vztah úzus – norma (a kodifikace) vs. diskurs.
32. Různé chápání stylistiky v kontextu vnitřní, vnější lingvistiky; stylistika a textová lingvistika. Tradičně chápaná funkční stylistika, vč. její systematiky (funkce, stylová sféra, vrstva, norma, stylový typ, slohotvorné činitele), vs. funkčně-komunikační

- přístup k jazyku (situace, komunikační úloha, událost /akt/, komunikační záměr, cíl).
33. Textové modely (slohové postupy), jejich modifikace jako součást textové a stylové kompetence a normy. Význam pro výstavbu sdělení, prostředek naplnění komunikačních záměrů či cílů.
 34. Komunikační rámec publicistické oblasti - faktory ovlivňující výslednou podobu sdělení, produkční limity a jejich vliv na výběr a uspořádání výrazových prostředků všech rovin jazyka.
 35. Zpravodajství I: tradiční chápání dílčí stylové oblasti vs. chápání v kontextu teorie verbální komunikace; normativní základ oblasti; objektivizace sdělení a její vliv na výběr výrazových prostředků všech rovin jazyka; prostředky porušení zásad informační kvality.
 36. Zpravodajství II: standardizované textové vzorce (žánry) a jejich modifikace jako prostředek naplnění komunikačního cíle; výčet a charakteristika; zásady výstavby a užití výrazových prostředků všech rovin jazyka; důsledky porušení zásad. Žánrově nezačlenitelné texty - pravidelnosti kompozice (v rámci schematizace).
 37. Publicistika v užším smyslu slova I: specifikace pragmatického aspektu jako základ vnitřního členění dílčí oblasti publicistické, normativní rámec jednotlivých segmentů, vč. odpovídající jazykové charakteristiky sdělení (kompozice, užívání výrazových prostředků nižších rovin jazyka, roviny textové).
 38. Publicistika v užším smyslu slova II: standardizované textové vzorce - přehled, charakteristika, způsob výstavby sdělení, užití výrazových prostředků všech rovin jazyka. Žánrově nezačlenitelné texty - pravidelnosti kompozice. Textové komplexy.
 39. Kontextualita žurnalistických sdělení; sekvenčnost ve zpravodajství a publicistice v užším smyslu slova; problematika tematického diskursu. Přesvědčovací a rétorické prvky; manipulace (vč. typologie). Problematika intertextovosti.
 40. Dílčí oblast beletrizující vs. syžetová - přítomnost estetické funkce, srovnání s dílčí oblastí publicistickou v užším smyslu z pohledu pragmatického faktoru; literárnost - neliterárnost. Vnitřní členění - fabulový a bezfabulový segment (se zřetelem k užitému textovému modelu) vs. sdělení informačně popisná a výpravně hodnotící; textové vzorce.
 41. Charakteristika seriózních a bulvárních textů, jejich znaky - jazyk, kompozice, žánry, témata,.... Bulvarizace tzv. seriózních periodik (médií).
 42. Žurnalistické titulky, titulkové komplexy; segmentace textu (horizontální, vertikální).
 43. Charakteristika současné češtiny (zařazení z hlediska gnozeologické a typologické klasifikace, útvary a poloutvary národního jazyka).
 44. Mluvená podoba češtiny v žurnalistických komunikátech (standardní podoba vokálního a konsonantického systému, ortofonie a ortoepie, změny hlásek v proudu řeči, odchylky vlivem nedbalé výslovnosti nebo špatné techniky řeči).
 45. Mluvená podoba češtiny v žurnalistických komunikátech (suprasegmentální zvukové prostředky).