

# Informačný list predmetu

Akademický rok 2024/2025

|                |                                                                                           |
|----------------|-------------------------------------------------------------------------------------------|
| Vysoká škola   | Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave                                                   |
| Fakulta        | FMK UCM                                                                                   |
| Kód predmetu   | KMASK/22mdKOMU028/22                                                                      |
| Názov predmetu | mediálne plánovanie I.                                                                    |
| Rozsah         | 2C                                                                                        |
| Počet kreditov | 2                                                                                         |
| Vyučujúci      | doc. PhDr. Ján Višňovský, PhD. (prednášajúci), Mgr. Zuzana Kvetanová, PhD. (prednášajúci) |

## Cieľ

Predmet sa zameriava na problematiku výučby fungovania médií v slovenskom mediálnom prostredí. Cieľom je poskytnúť študentom a študentkám masmediálnej komunikácie dostatok poznatkov o biznis modeloch súčasných médií, postavení novinárov v médiách; modeloch pracovného postupu v médiách a hlavných výzvach či kľúčových faktoroch súvisiacich s transformáciou médií; ideologizácii, politizácii a predpojatosti médií a pod. Predmet poskytuje poslucháčom a poslucháčkam kurzu dostatočné poznatky o uvedených problematikách tak, aby boli schopní identifikovať, analyzovať i tvoriť mediálne obsahy (novinárske príbehy); poznali základné princípy a techniky vedenia rozhovorov a rozvíjali svoje schopnosti v rámci investigatívnej žurnalistiky a práce so zdrojmi.

## Podmienky na absolvovanie predmetu

Podmienky absolvovania predmetu a hodnotenia výsledkov študentov sa riadia Študijným poriadkom Univerzity sv. Cyrila a Metoda v Trnave.

Záverečná hodnotiacia stupnica (v percentách):

- 100 % – 92 % = A
- 91 % - 83 % = B
- 82 % – 74 % = C
- 73 % – 65 % = D
- 64 % – 56 % = E
- 55 % a menej = FX

Študent/študentka môže získať spolu 100 bodov (100%):

50% hodnotenia tvorí účasť na seminároch,  
50% hodnotenia tvorí praktický výstup.

Záverečné hodnotenie pozostáva z účasti na seminároch a z realizácie praktického výstupu, na základe ktorého študenti preukazujú nadobudnuté vedomosti a zručnosti. Je ním odovzdanie praktického zadania (mediálneho obsahu) na konci semestra, prostredníctvom ktorého študenti preukážu, do akej miery porozumeli riešenej problematike. Odovzdanie praktického výstupu a jeho požadovaná úroveň sú podmienkou pre účasť na ďalšom procese hodnotenia ich výsledkov štúdia.

Pravidelná účasť na výučbe je ďalšou podmienkou úspešného absolvovania predmetu. Povoľené sú

maximálne 2 absencie (t. j. 2 vyučovacie hodiny), a to bez udania dôvodu. V prípade väčšieho počtu absencií (t. j. 3 – 4 vyučovacie hodiny) je nutné predložiť lekárske. Jednotlivé prípady sa posudzujú individuálne, s prihliadnutím na okolnosti. V prípade individuálneho študijného plánu je nutná minimálne 50 % účasť na seminároch (pozri Študijný poriadok UCM, § 13). V prípade vymeškania viac ako polovice seminárov nie je možné tento predmet ukončiť. Podmienkou absolvovania predmetu je aktívna účasť na výučbe (50 % hodnotenia) a vytvorenie praktického výstupu – určeného mediálneho komunikátu (50 % hodnotenia).

Pre úspešné absolvovanie predmetu musí študent/študentka získať minimálne 56 % z celkového počtu bodov.

## **Záverečné hodnotenie**

Záverečná hodnotiacia stupnica (v percentách):

- 100 % – 92 % = A
- 91 % – 83 % = B
- 82 % – 74 % = C
- 73 % – 65 % = D
- 64 % – 56 % = E
- 55 % a menej = FX

## **Výsledky vzdelávania**

Poslucháči a poslucháčky po absolvovaní predmetu získajú tieto vedomosti, zručnosti, schopnosti, kompetencie:

- disponujú vedomosťami o základnom rámci fungovania médií v slovenskom mediálnom prostredí a poznajú biznis modely súčasných médií,
- získajú vedomosti o postavení novinárov v médiách, modeloch pracovného postupu v médiách a hlavných výzvach či kľúčových faktoroch súvisiacich s transformáciou médií,
- nadobudnú informácie o ideologizácii, politizácii a predpojatosti médií,
- získajú zručnosti v rámci tvorby mediálneho obsahu, resp. tvorby novinárskeho príbehu,
- sú schopní viesť rozhovor, poznajú základné princípy a techniky vedenia rozhovorov,
- rozvíjajú svoje schopnosti v rámci investigatívnej žurnalistiky a práce so zdrojmi – sú schopní naformulovať a podať žiadosť o informácie a identifikovať jednotlivé verejne dostupné dátové zdroje a ich obsah/účel pre novinársku prax,
- rozvíjajú svoje schopnosti v rámci investigatívnej žurnalistiky a práce so zdrojmi – vedia tvoriť prípadové štúdie k dátovým zdrojom (na už publikovaných kauzách).

## **Stručná osnova predmetu**

1. Mediálne prostredie – základný rámec fungovania médií (spoločenský, ekonomický, právny) a prehľad mediálneho trhu; základné médiá – typy a ich definičné prvky; fungovanie médií na Slovensku a ich porovnanie so zahraničím; efektívna organizácia médií, ich ciele a ekonomická udržateľnosť.
2. Biznis model médií – príjmy médií, náklady mediálnych firiem; popis vývoja médií z pohľadu ich konzumácie; riziká a príležitosti spojené s vývojom mediálneho trhu, najmä digitalizáciou; transformácia mediálneho biznisu; parametre hodnotenia médií z rôznych uhlov; podnikanie v médiách; trhové subjekty a ich vzťahy.
3. Transformácia médií – zmena postavenia novinárov v médiách; modely pracovného postupu v médiách a konkrétne príklady transformácie médií (európske médiá, arabské médiá).
4. Výzvy a riziká pri transformácii médií – kľúčové faktory úspechu transformácie médií; boj medzi tradičnými a novými médiami.
5. Dôveryhodnosť tradičných médií a existencia nezávislej/nestrannej žurnalistiky.

6. Ideologizácia, politizácia a predpojatosť médií – akým spôsobom médiá pokrývajú kľúčové udalosti deliace spoločnosť (prípadové štúdie).
7. Tvorba mediálneho obsahu – ako vyskladať príbeh, ktorý zaujme; hlavné zložky novinárskeho príbehu: jasne definovaná téma, faktické informácie, relevancia pre čitateľa a novinárska integrita; štruktúra novinárskeho príbehu: zaujatie čitateľa, jasnosť, stručnosť, pútavosť.
8. Techniky na udržanie pozornosti čitateľov; rozdelenie žánrov a ich špecifiká; využitie AI pri tvorbe mediálneho obsahu.
9. Základné princípy a techniky vedenia rozhovorov – výber témy a respondenta; budovanie vzťahu a dôvery s respondentom, aktívne počúvanie; udržanie tematickej konzistencie, ovládanie toku konverzácie, riešenie nepredvídaných situácií, riešenie konfliktných situácií.
10. Investigatívna žurnalistika a práca so zdrojmi I. – účely využitia dátových zdrojov (rýchle overovanie vs. investigatíva & analýza); dostupné dátové zdroje – CRZ, faktúry & objednávky, OR, ŽR, exekúcie a insolvenčné, účtovné závierky, koneční užívatelia výhod, kataster, záložné práva, cenné papiere, majetkové priznania, stavebné konania; najčastejšie chyby interpretácie pri katastri, obchodnom registri a dlhoch.
11. Investigatívna žurnalistika a práca so zdrojmi I. – základy interpretácie vzťahov týkajúcich sa vlastníctva a ovládania obchodných spoločností + čo si všímať v účtovných závierkach a poznámkach k nim; trestné konania, súdne rozhodnutia a pojednávania (ako a kde získať informácie, koľko daný proces trvá + ako sa správať na pojednávaní); zákon o slobodnom prístupe k informáciám.
12. Investigatívna žurnalistika a práca so zdrojmi II. – 3 až 4 prípadové štúdie k dátovým zdrojom (na kauzách, ktoré už boli publikované).

## **Odporúčaná literatúra**

1. Jirků, J. (2020). Žurnalistická profese 2.0. Karolinum.
2. Leigh, D. (2019). Investigative journalism. Palgrave Macmillan.
3. Proner, J., Bôtošová, L., & Mičová, S. (2019). Ako na mediálne výstupy. FMK UCM.
4. Radošinská, J., Točená, Z., & Macák, M. (2022). Synergia odvetví mediálneho priemyslu. Wolters Kluwer.
5. Rončáková, T., & Vandáková, Z. (2020). Slovenčina v médiách: 111 z najčastejších jazykových chýb v novinárskych textoch. Verbum.
6. Višňovský, J., Mináriková, J., & Kapec, M. (2022). Slovenský mediálny priemysel. Wolters Kluwer.

## **Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu**

slovenský jazyk