

Informačný list predmetu

Akademický rok 2024/2025

Vysoká škola	Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave
Fakulta	FMK UCM
Kód predmetu	KMASK/22mdKOMU030/22
Názov predmetu	praktikum agentúrnej žurnalistiky I.
Rozsah	2C
Počet kreditov	2
Vyučujúci	doc. PhDr. Ján Višňovský, PhD. (prednášajúci)

Podmienky na absolvovanie predmetu

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

Váha: 50 % účasť, 50 % tvorba agentúrnych správ.

Klasifikačná stupnica

A 1,0 výborne – vynikajúce výsledky len s minimálnymi chybami < 92-100 % >

B 1,5 veľmi dobre – nadpriemerné výsledky s menšími chybami < 83-91 % >

C 2,0 dobre – vcelku dobré, priemerné výsledky < 74-82 % >

D 2,5 uspokojivo – dobré výsledky, ale vyskytujú sa významné chyby < 65-73 % >

E 3,0 dostatočne – výsledky vyhovujú minimálnym kritériám < 56-64 % >

FX 4,0 nedostatočne – absolvovanie predmetu si vyžaduje vynaložiť ešte značné úsilie a množstvo práce zo strany študenta < 0-55 % >

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

Úspešné absolvovanie predmetu podmieňuje tiež pravidelná účasť na výučbe. V prípade individuálneho študijného plánu je nutná minimálne 50 % účasť na prednáškach (pozri Študijný poriadok UCM, § 13).

Študent s individuálnym študijným plánom musí okrem uvedených podmienok pre absolvovanie predmetu odovzdať počas semestra seminárnu prácu na vymedzenú tému a prezentovať ju. V prípade vymeškania viac ako polovice prednášok nie je možné tento predmet ukončiť. Podmienkou absolvovania predmetu je aktívna účasť na výučbe (50 % hodnotenia), zvládnutie tvorby agentúrnych správ a zverejnenie aspoň jednej textovej, zvukovej či obrazovej správy v agentúrnom servise alebo na weboch TASR (50 % hodnotenia).

Výučba (alebo jej časť) v prípade zhoršenej pandemickej situácie prebieha dištančnou formou.

Výsledky vzdelávania

Poslucháčky a poslucháči po absolvovaní predmetu získajú tieto vedomosti, schopnosti, zručnosti, kompetencie:

- vedieť definovať postavenie spravodajskej agentúry v mediálnom priestore, jej úlohy a funkcie,
- získajú vedomosti o princípoch práce v spravodajskej agentúre,
- nadobudnú prehľad o fungovaní tlačových agentúr doma a v zahraničí,
- získajú zručnosti v agentúrnom písaní,

- sú schopní vytvoriť textovú, zvukovú alebo obrazovú agentúrnu správu,
- dokážu kriticky hodnotiť a analyzovať agentúrne správy,
- rozvíjajú si tvorivé a argumentačné schopnosti,
- rozvíjajú si kritické myslenie.

Stručná osnova predmetu

1. Prečo je potrebná tlačová agentúra alebo kúpi všetko Facebook? TASR ako verejnoprávna, národná inštitúcia, ktorá poskytuje služby v oblasti spravodajstva. Úlohy vo verejnom záujme. Postavenie TASR, financovanie, orgány, štruktúra.
2. Malý trh a veľa agentúr? Agentúrny trh na Slovensku: situácia na trhu, klienti TASR (mediálni, nemediálni, ambasády, veľvyslanectvá, štátne inštitúcie, biznis klientela), ako využívajú médiá služby TASR, produkty TASR, cenotvorba...
3. Povedz to krátko a jasne. Princípy agentúrneho písania.
4. Čo treba zobrať so sebou na olympiádu? Práca športového redaktora, fotografa na podujatiach (Olympijské hry, MS v hokeji, futbale, fotografovanie lyžovania, biatlonu...
5. Koľkokrát odfotografujeme premiéra? Práca fotografa spravodajské priority, popis fotografie, metadáta, doručovanie fotografie.
6. Pohyblivé udalosti. Agentúrne videospravodajstvo.
7. Napíš správu tak, aby ti ju v agentúre vydali. Ako napísať dobrú tlačovú správu: základné parametre agentúrnej správy.
8. Chceš ako PR manažér či hovorca odprezentovať udalosť či zdieľať informácie pre verejnosť?
9. Koho osloviť v TASR, ako spracovať udalosť, ako pracuje s Vaším emailom tlačová agentúra?
10. Musíš byť diabolsky rýchly a bezchybný. Práca spravodajcu TASR v parlamente.
11. Zhrnutie a upevňovanie poznatkov.

Odporúčaná literatúra

Benequista, N. (2022). Freedom of Expression and Media Development. Unesco. <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000380618>

Hacek, J., Sámelová, A. & Stanková, M. (2019). Novinárska prvouka. Slovník základných pojmov žurnalistiky. Fíf UK.

Hlavčáková, S. (2001). Agentúrna Žurnalistika. Univerzita Komenského.

Palmer, M. B. (2020). International News Agencies: A History. Springer.

Višňovský, J., Mináriková, J., & Kapec, M. (2022). Slovenský mediálny priemysel. Wolters Kluwer.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu

slovenský