Informačný list predmetu

Akademický rok 2026/2027

Vysoká škola	Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave
Fakulta	FMK UCM
Kód predmetu	KMASK/24beTEDI004/24
Názov predmetu	teória médií I.
Rozsah	24sP
Počet kreditov	5
Vyučujúci	doc. PhDr. Ján Višňovský, PhD. (prednášajúci), PhDr. Bianka Francistyová, PhD. (prednášajúci)

Podmienky na absolvovanie predmetu

Úspešné absolvovanie didaktického testu v stanovenom termíne. Podmienky absolvovania predmetu a hodnotenia výsledkov študenta sa riadia Študijným poriadkom Univerzity sv. Cyrila a Metoda v Trnave.

Hodnotenie pozostáva:
95% test
5% účasť na prednáškach

Záverečná hodnotiaca 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.

Výsledky vzdelávania

Študent/študentka po absolvovaní predmetu získa tieto vedomosti a kompetencie:

Teoretické vedomosti:
- orientovať sa v základných teóriách a pojmoch mediálnych a masmediálnych štúdií;
- popísať proces masovej komunikácie, jeho zložky a špecifiká v porovnaní s inými typmi komunikácie;
- vysvetliť základné modely komunikácie, metódy štúdia médií a semiotické pojmy;
- charakterizovať historickú a súčasnú pozíciu médií v spoločnosti.

Kompetencie:
- aplikovať teoretické poznatky pri analýze konkrétnych mediálnych produktov;

- používať základné výskumné metódy, najmä obsahovú analýzu;
- kriticky hodnotiť reprezentáciu sociálnej skutočnosti, stereotypy a spravodajské obsahy v médiách;
- kontextuálne vysvetliť funkcie médií a ich význam v spoločenskom prostredí.

Stručná osnova predmetu

1. Mediálne štúdiá/masmediálne štúdiá v systéme vied.
2. Pojmy v teórii masovej komunikácie, typológia medziľudskej komunikácie, proces masovej komunikácie a jej súčasti.
3. Štyri modely komunikácie: prenosový model (Lasswellova formula, Teória informácie Shannona a Weavera), rituálový (výrazový) model, propagačný model, príjmový model.
4. Základné metódy štúdia médií, kvantitatívny a kvalitatívny výskum, obsahová analýza.
5. Mediálny produkt a jeho význam I. Semiotika v masmediálnej komunikácii (význam, text, kontext, kód, konotácia, denotácia, semiotika).
6. Mediálny produkt a jeho význam II. Reprezentácia sociálnej skutočnosti v mediálnych produktoch (mediálna skutočnosť, sociálna skutočnosť, reprezentácia, archetyp, stereotyp)
7. Štruktúra mediálneho produktu I. Narácia, serialita, žáner a formy seriality.
8. Spravodajstvo v masmediálnej komunikácii (zber správ, výber správ, spravodajské hodnoty, dôveryhodnosť spravodajstva, infotainment)

Odporúčaná literatúra

Jirák, J., & Köpplová, B. (2003). Média a společnost. Portál.
Mináriková, J., Radošinská, J., & Višňovský, J. (2023). Východiská výskumu v mediálnych a komunikačných štúdiách (Foundations of Research in Media and Communication Studies) (1st ed.). FMK UCM
Reifová, I. (Ed.). (2004). Slovník mediální komunikace. Portál.
Rusnák, J., & kolektív. (2010). Texty elektronických médií: Stručný výkladový slovník. Prešovská univerzita v Prešove.
Radošinská, J., & Hudíková, Z. (Eds.). (2025). Stories on our screens: Media reflections of hypermodern society, culture, and everyday life. Wolters Kluwer.
Trampota, T., & Vojtěchovská, M. (2010). Metody výzkumu médií. Portál.