Informačný list predmetu

Akademický rok 2026/2027

Vysoká škola	Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave
Fakulta	FMK UCM
Kód predmetu	KMASK/22mdKOMU030/24
Názov predmetu	mediálne plánovanie III.
Rozsah	2P
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 hodnotiaca 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. Povolené 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 hodnotiaca 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 1) vedomosti, 2) zručnosti a 3) kompetencie:

1) Teoretické zázemie (vedomosti)

• disponujú vedomosťami o základnom spoločenskom, ekonomickom a právnom rámci fungovania médií v slovenskom mediálnom prostredí na Slovensku aj v zahraničí a rozumejú typológii základných médií,
• poznajú biznis modely súčasných médií, ovládajú štruktúru príjmov a nákladov mediálnych firiem, princípy udržateľnosti a mechanizmy prechodu z tradičných modelov na digitálne,
• získajú vedomosti o postavení novinárov v médiách, modeloch pracovného postupu v médiách a hlavných výzvach či kľúčových faktoroch súvisiacich s transformáciou médií,
• rozumejú teoretickej štruktúre novinárskeho príbehu, špecifikám jednotlivých žánrov a psychologickým technikám udržania pozornosti publika,
• nadobudnú informácie o ideologizácii, politizácii a predpojatosti médií a vedia ich kriticky prehodnocovať; poznajú princípy nezávislej žurnalistiky.

2) Praktické zručnosti
• získajú zručnosti v rámci tvorby mediálneho obsahu, resp. tvorby jasného, stručného a pútavého novinárskeho príbehu s dodržaním novinárskej integrity a s efektívnym využitím umelej inteligencie (AI),
• sú schopní viesť rozhovor, poznajú základné princípy a techniky vedenia rozhovorov; zvládajú vhodný výber respondenta, budovanie dôvery, aktívne počúvanie, korigovanie toku konverzácie a konfliktné či nepredvídateľné situácie počas interview,
• 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).

3) Kompetencie

• dosahujú schopnosť vyvarovať sa najčastejších chýb pri interpretácii dát a odlíšiť overené fakty od dezinformácií či manipulácií,
• dokážu zachovať nestrannosť a nezávislosť pri pokrývaní polarizujúcich celospoločenských tém,
• naučia sa posúdiť riziká a príležitosti digitalizácie a navrhovať ekonomicky udržateľné ciele pre mediálne projekty,
• sú pripravení na dynamické zmeny v novinárskych postupoch a na flexibilné preberanie nových technologických trendov (AI, nové formáty).

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 insolvencie, 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 získavať 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, Ľ., & 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