Informačný list predmetu

Akademický rok 2026/2027

Vysoká škola	Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave
Fakulta	FMK UCM
Kód predmetu	KMASK/25bdKOMU903/25
Názov predmetu	sociálno-kultúrne a právne aspekty médií
Počet kreditov	5

Podmienky na absolvovanie predmetu

Ide o predmet štátnej skúšky. Študent/ka splní požiadavky na účasť na štátnej skúške, ak úspešne absolvuje všetky povinné a povinne voliteľné predmety (resp. výberové predmety) podľa študijného plánu a v jednotlivých rokoch štúdia získa príslušný počet kreditov.
Štátna skúška prebieha v ústnej forme, prezenčne. Predmet štátnej skúšky je hodnotený na základe kolektívneho rozhodnutia komisie pre vykonanie štátnej skúšky na štátnych skúškach.

Záverečná hodnotiaca stupnica (v percentách):
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 %›

Výsledky vzdelávania

Poslucháčky a poslucháči po absolvovaní predmetu získajú tieto vedomosti, schopnosti, zručnosti, kompetencie:
orientujú sa v problematike mediálneho diskurzu a chápu rozdiely medzi diskurzom, textom a mediálnym obsahom,
samostatne uvažujú o princípoch mediálnej seriality a poznajú rozdiely medzi jednotlivými formami serializácie mediálneho obsahu,
vedia presvedčivo diskutovať o rôznych formách hrdinstva prezentovaných v audiovizuálnom mediálnom obsahu v minulosti a v súčasnosti, kriticky vnímajú rozdiely medzi rozličnými variáciami hrdinstva v jednotlivých obdobiach,
dokážu vysvetliť fenomény celebritizácie a celebrifikácie v aplikácii na konkrétne mediálne známe osobnosti s cieľom lepšie pochopiť postavenie celebrít v súčasnej mediálnej kultúre,
presvedčivo referujú o tematizácii a konkrétnych prejavoch tzv. mediálnej karnevalizácie, dokážu vnímať významové súvislosti medzi východiskami uvažovania o karnevalizácii a súčasnými trendmi prítomnými v mediálnej produkcii,
majú systematický prehľad o rôznych formách a druhoch mediálnej stereotypizácie a jej prejavoch vo vzťahu ku konkrétnym skupinám ľudí,
poznajú princípy rodového kódovania mediálneho obsahu a disponujú poznatkami, ktoré im umožňujú prepojiť túto problematiku so širším uvažovaním o ženskosti, mužskosti, sexizme a objektifikácii,
vedia iniciovať a viesť kritickú diskusiu o vnímaní krásy a vzorcov krásy v kontexte kultúrnej situácie 21.

storočia, ovládajú stratégie prezentácie modelov krásy v mediálnom priestore,
dokážu sa orientovať v rôznych teóriách interpretujúcich vplyv a dôsledky médiami prezentovaného násilia a poznajú významové rozdiely medzi nimi,
majú prehľad o znakoch a charakteristikách mediálneho priemyslu a vedia samostatne referovať o aktuálnom stave jednotlivých segmentov mediálneho biznisu – filmovej, hudobnej, digitálno-hernej produkcie,
poznajú význam jazykovej kultúry v kultúrnom kontexte, majú prehľad o princípoch efektívnej komunikácie a ovládajú jazykovú politiku Slovenskej republiky,
nadobúdajú zvýšenie právneho vedomia,
ovládajú právne normy potrebné pre mediálnu prax, uplatňujú získané vedomosti v budúcej praxi v rôznych oblastiach,
majú primerané znalosti z oblasti ústavného práva SR ako jedného zo základných právnych odvetví v podmienkach Slovenska a z rozhodujúcich ústavných inštitútov,
rozumejú legislatívnym a štrukturálnym podmienkam realizácie duálneho systému vysielania v Slovenskej republike,
majú prehľad o osobnostných a majetkových autorských právach, podmienkach ich dodržiavania, licenčných zmluvách a existujúcich výnimkách z autorského zákona,
vedia definovať typy diel, ktoré sú chránené v zmysle autorského zákona,
získavajú prehľad o legislatívnych rámcoch viazaných na mediálnu produkciu, prevádzkovanie vysielania a retransmisie, podnikanie v oblasti mediálnej tvorby,
majú schopnosť posúdiť porušenie základných pravidiel reklamy, ako aj mieru dodržiavania etických zásad,
majú prehľad o postavení, význame a kompetenciách Rady pre mediálne služby.

Stručná osnova predmetu

1. Prehľad definícií pojmu „diskurz“. Vzťah medzi jazykom, rečou a diskurzom. Pojem „mediálny diskurz“ v kontexte mediálnych a komunikačných štúdií. Rozdiely medzi mediálnym diskurzom a mediálnym textom.
2. Prehľad znakov mediálnej seriality. Nevýhody, dôsledky a riziká seriality vo vzťahu k mediálnym publikám. Vymedzenie základných druhov seriality – retake, remake, reboot, spin-off, cross-over. Určenie rozdielov medzi sériou, seriálom a sezónou.
3. Rozdiely medzi „silným“ a „slabým“ hrdinstvom. Vlastnosti a prejavy. Charakteristika rozdielov v stvárnení hrdinstva vo filmovej tvorbe naprieč 20. storočím. Aplikácia problematiky na konkrétne filmové diela.
4. Charakteristika súčasného hrdinstva v audiovizuálnej (filmovej, televíznej, digitálno-hernej) tvorbe. Koncept antihrdinstva a jeho aktuálna popularita. Základné druhy, resp. motivácie antihrdinských postáv. Aplikácia na konkrétne diela, postavy a príbehy.
5. Definícia celebritizácie a celebrifikácie vo vzťahu k mediálnemu prostrediu. Prejavy celebritizácie a stratégie používané v súvislosti s celebrifikáciou. Typológia celebrít podľa Jamesa Monaca. Aplikácia na konkrétne mediálne známe osobnosti.
6. Vymedzenie prejavov a tém súčasnej (mediálnej) karnevalizácie. Vysvetlenie významu karnevalizácie vo vzťahu k spoločnosti. Interpretácia vybraného mediálneho produktu (filmu, seriálu, digitálnej hry, reality TV), ktorý vykazuje znaky karnevalizácie.
7. Stereotyp a mediálny, resp. mediovaný stereotyp. Stereotypizácia na základe rodu, rasy (etnicity), veku a iných charakteristík. Aplikácia problematiky na konkrétne prípady spojené s mediálnym prostredím.
8. Femininita a maskulinita v kontexte mediálneho diskurzu. Pohlavie, rod a rodová identita. Rodová stereotypizácia v médiách. Rodové kódovanie mediálnych produktov a jeho kritika.
9. Sexizmus a objektifikácia žien a mužov v médiách. Stupne sexuálnej objektifikácie. Mediálny voyeurizmus a exhibicionizmus. Negatívne následky mediálnej objektifikácie. Problém seba-objektifikácie. Aplikácia na konkrétne príklady z praxe.
10. „Ideál“, resp. mýtus krásy prezentovaný médiami vo vzťahu k ženám a mužom a jeho kritika. Charakteristika znakov definujúcich súčasný „západný ideál“ krásy žien a mužov. Fenomén tzv.

instagramového tela.
11. Násilie v médiách. Explicitné a implicitné násilie – rozdiely a príklady. Prehľad teórií viazaných na mediálne násilie – sociálno-kognitívna teória, syndróm „zlého sveta“, katarzná teória, „zástupná“ teória, habituačná teória.
12. Fanúšikovstvo ako súčasť mediálnej kultúry. Vývoj odborných názorov na fanúšikovskú kultúru. Fenomén digitálneho folklóru – príklady. Tvorba fanúšikovského umenia a fanúšikovskej fikcie. Problém tzv. shippingu.
13. Charakteristické znaky mediálneho priemyslu ako samostatného industriálneho odvetvia. Aktuálne problémy spojené s vývojom mediálneho priemyslu. Prehľad produktov, služieb a zážitkov poskytovaných v rámci mediálneho priemyslu. Mediálne oligopoly a monopolistické konkurencie – rozdelenie, priradenie jednotlivých odvetví.
14. Znaky súčasného filmového priemyslu. Problém distribúcie vo vzťahu k aktuálnej produkcii filmových diel. Prehľad kľúčových diel a kreatívnych osobností globalizovanej kinematografie.
15. Hudobný priemysel ako industriálne odvetvie. Distribúcia a predaj hudby v 21. storočí. Ekonomika súčasnej hudobnej tvorby. Kľúčové produkčné spoločnosti a najpopulárnejšie hudobné osobnosti.
16. Charakteristika digitálno-herného priemyslu. Platformová segmentácia trhu. Možnosti a spôsoby distribúcie digitálnych hier. Prehľad najvýznamnejších produkčných spoločností a najpopulárnejších digitálnych hier súčasnosti.
17. Miesto jazykovej kultúry v kultúrnom kontexte. Jazyková kultúra ako riadená činnosť a jazyková kultúra ako aktuálny stav v používaní jazyka. Kultivovanie jazyka ako hlavná náplň ďalších disciplín (ortoepia, rétorika, štylistika). Prístupy k hodnoteniu jazykovej kultúry.
18. Stratifikácia (rozvrstvenie) slovenčiny ako národného jazyka. Vzťah národného jazyka a spisovného jazyka v súčasnej situácii na Slovensku. Bežný hovorený jazyk, štandard, subštandard, nárečové variety. Spisovný jazyk a nárečia. Slangizmy, argotizmy, profesionalizmy – ich základné znaky a odlišnosti; slangizmy – profesionalizmy, slangizmy a tzv. subštandardné slová.
19. Princípy efektívnej komunikácie. Kooperačný princíp. Zdvorilostný princíp. Princíp irónie. Komunikačné problémy. Komunikačné zlozvyky pri hovorení, počúvaní. Jazykový hedging.
20. Jazyková situácia a jazyková politika SR. Postavenie slovenčiny v rámci EÚ. Jazyková legislatíva (zákon NR SR č. 270/1995 Z. z. o štátnom jazyku Slovenskej republiky, zákon NRSR 184/1999 Z. z. o používaní jazykov národnostných menšín, Európska charta regionálnych a menšinových jazykov. Koncepcia starostlivosti o štátny jazyk Slovenskej republiky.
21. Ústavné právo, štátna moc a trojdelenie moci v Slovenskej republike. Pojem a pramene ústavného práva. Funkcie ústavy a jej význam v právnom systéme. Pojem štátu a znaky štátnej moci. Trojdelenie moci a princíp bŕzd a protiváh. Orgány verejnej moci – ústavný rámec. Vzťah ústavného práva k iným právnym odvetviam.
22. Zákonodarná, výkonná a súdna moc: Kompetencie a vzájomné vzťahy. Postavenie a úlohy Národnej rady SR. Rozdiel medzi jednoduchou a kvalifikovanou (ústavnou) väčšinou. Prezident SR – právomoci, voľba, zodpovednosť. Vláda SR – postavenie, menovanie, kompetencie. Význam súdnej moci z hľadiska deľby moci. Ústavný súd – zloženie, funkcie, právomoci.
23. Voľby a volebné právo v Slovenskej republike. Aktívne a pasívne volebné právo. Typy volieb v SR – parlamentné, prezidentské, komunálne, eurovoľby. Volebný systém a princípy (pomerný, väčšinový systém). Referendum – podmienky konania a záväznosť. Základné požiadavky na spravodlivé voľby. Úloha volebných komisií a dohľad nad voľbami
24. Autor a dielo v zmysle Autorského zákona. Charakteristika pojmu „autor“ a „dielo“. Vznik autorstva a podmienky vzniku diela. Výhradné osobnostné a majetkové práva autora. Pojmy „zverejnenie“ a „vydanie“ diela. Definícia „voľného diela“.
25. Výhradné osobnostné a majetkové práva autora. Obsah výhradných osobnostných práv autora. Nedotknuteľnosť diela a právo na autorstvo. Výhradné majetkové práva autora a ich trvanie. Výhradná a nevýhradná licencia – definícia a rozdiely. Rozsah a trvanie licencie, jej prevod a zánik. Výnimky z majetkových práv (napr. citácia).

26. Autorské záväzkové právo a osobitné režimy tvorby diel. Zmluva o vytvorení diela a licenčná zmluva. Zamestnanecké dielo – práva zamestnávateľa a autora. Dielo na objednávku a školské dielo. Práva výkonného umelca – definícia a základné práva. Spôsoby zániku licencie a jej obmedzenia. Ochrana práv v prípade porušenia zmluvy.
27. Duálny systém vo vysielaní a zákonné povinnosti vysielateľov. Charakteristika duálneho systému vysielania v SR. Rozdiely medzi verejnoprávnou STVR a súkromnými vysielateľmi. Podmienky na získanie autorizácie. Povinnosti vysielateľov – pluralita, vyváženosť, objektivita. Regulácia reklamy a ochrana maloletých vo vysielaní. Obsahové a formálne povinnosti vysielateľov.
28. Právo na informácie a právna regulácia periodických publikácií. Zákon o slobodnom prístupe k informáciám – základné princípy. Povinné osoby a zverejňovanie informácií. Obmedzenia práva na prístup k informáciám. Pojem periodickej publikácie podľa zákona. Povinnosti vydavateľa – evidencia, ochrana zdroja, oprava informácie.
29. Mediálna komerčná komunikácia a jej regulácia. Definícia mediálnej komerčnej komunikácie. Skrytá reklama – právna úprava a sankcie. Sponzoring, umiestňovanie produktov – podmienky a limity. Ochrana maloletých pred nevhodným obsahom. Regulácia reklamy na alkohol, lieky, zbrane. Povinnosti vysielateľov v oblasti reklamy.
30. Rada pre mediálne služby (regulátor). Postavenie, poslanie a právny rámec. Pôsobnosť regulátora. Zloženie Rady pre mediálne služby. Kompetencie pri udeľovaní autorizácie a dohľade nad vysielaním. Proces preverovania podnetov a sankčné právomoci.

Odporúčaná literatúra

Čmehýlová-Rašová, D., & Rysová, A. (2019). Lingvistické minimum k masmediálnym štúdiám. FMK UCM.
Habiňák, A. (2019). Vybrané kapitoly z jazykovej kultúry pre študentov masmediálnej komunikácie: Úvod do lexikológie. FMK UCM.
Krošlák, D., & Šmihula, D. (2013). Základy teórie štátu a práva. Wolters Kluwer.
Radošinská, J., & Kvetanová, Z.(2024). Mediálny diskurz II. Stereotypizácia, objektifikácia, sexizmus a násilie. Wolters Kluwer.
Radošinská, J., & Rusňáková, L. (2023). Mediálny diskurz I. Serialita, hrdinstvo, celebritizácia a karnevalizácia. Wolters Kluwer.
Radošinská, J., Rusňáková, L., & Kvetanová, Z. (2020). Globalizovaný filmový priemysel. Wolters Kluwer.
Radošinská, J., Točená, Z., & Macák, M. (2022). Synergia odvetví globalizovaného mediálneho priemyslu. Wolters Kluwer.
Zákon č. 211/2000 Z. z., Zákon o slobodnom prístupe k informáciám a o zmene a doplnení niektorých zákonov (zákon o slobode informácií) (v platnom znení).
Zákon č. 185/2015 Z. z., Autorský zákon (v platnom znení).
Zákon č. 264/2022 Z. z., Zákon o mediálnych službách a o zmene a doplnení niektorých zákonov (zákon o mediálnych službách).
Zákon č. 265/2022 Z. z., Zákon o vydavateľoch publikácií a o registri v oblasti médií a audiovízie a o zmene a doplnení niektorých zákonov (zákon o publikáciách).