# Informačný list predmetu

Akademický rok 2026/2027

| | |
|---|---|
| **Vysoká škola** | Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave |
| **Fakulta** | FSV UCM |
| **Kód predmetu** | UPVVS/ESPO/MgD/012/26 |
| **Názov predmetu** | Politická komunikácia a médiá |
| **Rozsah** | 2P + 1S |
| **Počet kreditov** | 5 |
| **Vyučujúci** | doc. Mgr. Michal Garaj, PhD. (prednášajúci) |

## Podmienky na absolvovanie predmetu

– 50% hodnotenie – maximálne sto bodov.
- 1. prezentácia: 50bodov (resp. 25% zo celkového hodnotenia)
- 2. prezentácia: 50 bodov (resp. 25 % zo celkového hodnotenia)
Úspešné absolvovanie písomného testu – 50 % hodnotenia – maximálne 100 bodov. Spolu maximálne 200 bodov (100 %):
- 50% priebežné hodnotenie: maximálne 100 bodov
- 50% absolvovanie testu: maximálne 100 bodov
Hodnotenie je udelené nasledovne:
A 100-92 % (výborné výsledky s minimálnymi chybami)
B 91-83% (veľmi dobré výsledky s niekoľkými chybami)
C 82-74% (priemerné výsledky s väčším počtom chýb)
D 73-65% (uspokojivé výsledky so značnými nedostatkami)
E 64 – 56 % (dostupné výsledky so splnením minimálnych kritérií)
FX 55 – 0 % (vyžaduje sa opakovanie skúšky alebo kurzu)

## Výsledky vzdelávania

Študent po absolvovaní predmetu získa tieto vedomosti, zručnosti, kompetencie: Vedomosti:
# študent sa oboznámi s problematikou politickej komunikácie a médií,
# študent získa vedomosti a prehľad o terminologických a definičných prístupoch v problematike, teoretických a konceptuálnych rámcoch v problematike
# študent sa oboznámi so kľúčovými aspektmi vzniku, vývoja a aktuálnych trendoch v politickej komunikácií, profesionalizáciou a efektmi politickej komunikácie,
# študent získa prehľad o formách manipulácie a objektivite v masmédiách, súčasnej legislatívnej úprave politickej kampane – politickej komunikácie
# študent nadobudne odborné vedomosti o politickej komunikácií v prostredí internetu – webových stránkach, blogoch a sociálnych sieťach
Zručnosti:
# študent porozumie súvislostiam a prvkom v politickej komunikácií v prepojení s ideologickým kontextom politických strán a ich predstaviteľov
# študent rozume úlohe používania politickej komunikácií v médiách, mediálnych výstupov a na rôznych platformách,
# študent je schopný samostatne zhodnotiť aspekty politickej komunikácie: napr.

účel, efektívnosť, nastavenie, na základe dostupných analytických rámcov/konceptov na ich zhodnotenie
# študent je schopný identifikovať formy, prístupy a nástroje používané v politickej komunikácií.
# študent je schopný identifikovať rôzne formy aktérov, ktorí sa objavujú v politickej komunikácií

Profesijné kompetencie:
# študent vie aplikovať diskutované analytické rámce na vybrané subjekty aktérov pôsobiacich v straníckom systéme a hodnotiť kvalitu politickej komunikácie,
# študent je schopný identifikovať myšlienkové a ideologické prvky nachádzajúce sa v politickej komunikácií v nadväznosti na predmety Politické strany a stranícke systémy alebo Politické ideológie.
# študent je schopný odborne poskytovať stanoviská k politickej komunikácií
# študent je schopný vytvárať analýzy hodnotiace rôzne aspekty a prvky nachádzajúce sa v politickej komunikácií
# študent je schopný na príkladov prezentácií politikov a politických strán prepájať teoretické vedomosti v praxi
# študent je schopný aplikovať tieto vedomosti v rámci ďalších odborných predmetov v rámci štúdia napr. pri predmetoch Manažment politických organizácií, Nástroje verejnej politiky, Politický marketing, a iné.
Prenositeľné kompetencie:
• Organizovanie a plánovanie práce;
• Schopnosť prijímať rozhodnutia a niesť zodpovednosť;
• Strategické a koncepčné myslenie;
• Analytické myslenie;
• Kreativita;
• Komunikačné kompetencie;
• Občianske kompetencie;
• Digitálna gramotnosť;
• Kritické myslenie
• Myslenie orientované na problém – identifikovanie a riešenie
• Tímová práca;
• Analyzovanie a riešenie problémov;
• Kultivovaný a odborný písomný i ústny prejav;
• Pružnosť v myslení (adaptabilita, flexibilita, improvizačné spôsobilosti).

## Stručná osnova predmetu

1. Čo je politická komunikácia? - objasnenie podstaty politickej komunikácie, definície a prístupy, syntézu pohľadov na komunikáciu, charakter politickej komunikácie, vznik a genéza politickej komunikácie, model politickej komunikácie
2. Vznik a súčasnosť politickej komunikácie - schémy politickej komunikácie, súčasnosť v politickej komunikácií, zmeny v politickej komunikácií, dimenzie politickej komunikácie, zmeny a premeny politickej komunikácie
3. Teórie vzťahov politiky a médií - vybrané teórie v politickej komunikácií vo forme vzťahu politiky a médií: teória stratenej politiky, konštruktivistický model, teória politicko- mediálneho supersystému, model kolonizácie politiky médiami, teórie vzťahov politiky a médií, model politického programu, model konkurencie; personalizáciu a emocionalizáciu politickej komunikácie
4. Aktéri v politickej komunikácií I.- aktéri v politickej komunikácií, komplexu aktérov, typológií aktérov, vládnuci aktéri, formy vládnej politickej komunikácie, opozičných aktérov v politickej komunikácií, mimovládne organizácie v politickej komunikácií, komunikačné aspekty v politickej komunikácií, nesystémoví aktéri v politickej komunikácií,
5. Aktéri v politickej komunikácií II. - opoziční aktéri v politickej komunikácií, mimovládne organizácie v politickej komunikácií, komunikačné aspekty v politickej komunikácií a nesystémových aktérov v politickej

komunikácií,
6. Profesionalizácia a efekt politickej komunikácie - profesionalizácia politickej komunikácie, aspekty a determinanty vplývajúce na úroveň politickej komunikácie, centralizáciu komunikácie, úlohy individuálnych aktérov, úlohy organizácií v politickej komunikácií, využívanie profesionálov a externistov na zabezpečenie politickej komunikácie, efekty komunikácie so snahou presvedčiť, prijímanie informácií a ich vplyv na názory, prijímanie informácie a dekódovanie
7. Masové médiá v politickej komunikácii - funkcie médií a masmédií v demokracií, médiokraciu, médiá v spoločnosti, úlohy masmédií, typy vzťahov medzi médiami a politickou sférou, trendy vyplývajúce z mediálnej logiky, zmeny v politickej žurnalistike na základe trendov, medializáciu, vplyv internetu na politickú komunikáciu, komunikačné nástroje,
8. Koncepcie médií v politickej komunikácií - realita a mediálne skreslenie, lokalizácia a zámer médií, proces výrob správ, výberu tém, spracovania témy, faktory pôsobiace na proces rozhodovania o výbere témy, nastolenie tém v prvom stupni – agenda setting, nastolenie tém v druhom stupni – gate- keeping, framing, koncepcie masmediálneho vplyvu, labelling, spravodajské hodnoty – objektivity, vyváženosť, nestrannosť + ďalšie spravodajské hodnoty.
9. Politická komunikácia v prostredí internetu I. – webové stránky - politická komunikácia v prostredí internetu – webe, objasňuje vývoj webu – informovanie vs. interaktivity, rozličné formy webu 1.0, 2.0, 3.0, formy smerovania komunikácie, dopady internetu na komunikáciu, falošné správy a dezinformácie, analýza efektívnosti komunikácie politickej strany na webe
10. Politická komunikácia v prostredí internetu II. – sociálne siete - politická komunikácia v prostredí internetu – sociálnych, sieťach, formy komunikácie na sociálnych sieťach, typy príspevkov, frekvencia publikovania príspevkov, metódy a rámce na skúmanie politickej komunikácie na sociálnych sieťach, interaktivita na sociálnych sieťach
11. Faktory pôsobiace pri spracovaní médií a manipulácia v médiách - globalizačné aspekty, ekonomické aspekty, uplatňovanie vplyvu vlastníka, autocenzúra, mimotextové a vnútrotextové vplyvy, manipuláciu a v médiách a masmédiách, plánová manipulácia, násilná manipulácia
12. Politická kampaň v slovenskej legislatíve - politická komunikácia a volebná kampaň v priestore SR v legislatívnej úprave, činnosť subjektov, financovanie volebnej kampane politických strán v rôznych typoch volieb

### Druh, rozsah, metódy a pracovná záťaž študenta

- povinný profilový predmet
- prednáška/seminár
- 3 hodiny týždenne
- Prezenčná metóda štúdia
- Forma štúdia: denná

### Odporúčaná literatúra

FILIPEC,O., M. GARAJ, J. MIHÁLIK. 2018. Communication of the right wing: communication activities of the selected (far) right political parties in the Czech Republic and Slovakia before parliamentary elections in 2016 and 2017. In: Politické vedy : časopis pre politológiu, najnovšie dejiny, medzinárodné vzťahy, bezpečnostné štúdiá. Roč. 21, č. 3 (2018), s. 183-212. ISSN 1335-2741.
• GARAJ, Michal, ed. 2018. Facebook in use of political parties in Slovakia - tool for communication of promotion: far right vs. others. In: Marketing Identity : Digital Mirrors - part II. : Digital Mirrors - part II. Trnava : Fakulta masmediálnej komunikácie, 2018. s. 98-108. ISBN 978-80-8105-985-8. ISSN 1339-5726.
• GIBSON, R. a S. Ward, 2000. A Proposed Methodology for Studying the Function and Effectiveness of Party and Candidate Web Sites. In. Social Science Computer Review, vol 18. No. 3. Fall 2000, pp. 301-319. Sage Publications.
• HEČKOVÁ, Andrea. 2015. RESpublika. Politická komunikácia v mediálnej spoločnosti. UKF Nitra : Nitra,

2015. • KŘEČEK, Jan. 2013. Politická komunikace. Od res publica po public relations. Grada : Praha. 176 s. ISBN 978-80-247-8702-2.
• LINCÉNYI, Marcel. 2013. Manipulácia a objektivita v masmédiách. Tribun EU : Brno, 2013.
• PRACHÁŘOVÁ, V. a C. Koštál. Zmeny legislatívy v oblastí volebných kampaní a výkonu volebného práva v SR. Inštitút pre dobre spravovanú spoločnosť : SGI.
• TÓTH, Gabriel. 2015. Lekcie z politickej komunikácie. FiF UK : Bratislava, 2015. • Zákon č. 181/2014. Z. z. o volebnej kampani a o zmene a doplnení zákona č. 85/2005 Z. z. o politických stranách a politických hnutiach a v znení neskorších predpisov v zákona č. 69/2017 Z. z. (zákon o volebnej kampani)
• ŽÚBOROVÁ Viera. 2010. Re-definícia typológie politických aktérov v kontexte s politikou komunikáciou a politickým marketingom. In. Slovenská politologická revue. Číslo 2, ročník X, s. 59-86. ISSN 1335-9096.
• ŽÚBOROVÁ, Viera. 2012. 20 Rokov transformácie: postavenie politickej komunikácie v Českej republike a na Slovensku. FSV UCM Trnava : Trnava, 2012. ISBN 978-80-8105-330-6.
• ŽÚBOROVÁ, Viera. 2013. Metodický pohľad na funkciu a činnosť webových stránok politických strán v podmienkach SR. In. Slovak Journal of Political Science, Volume 13, No. 4.

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

slovenský, anglický

### Poznámky

- Prezentácia politickej komunikácie vybraného politika na sociálnej sieti (25% hodnotenia): prezentácia sa zameriava na analýzu politickej komunikácie vybraného politika. Študent si môže zvoliť zdroje komunikácie, ktoré bude pri danom politikovi analyzovať (ideálne profil na sociálnej sieti, webová stránka, blog, príspevky v diskusných reláciách). Prezentácia by sa mala zameriavať primárne na rozbor komunikovaného obsahu, sekundárne sa študent môže zamerať aj na rozličné kvantitatívne ukazovatele (počet publikovaných príspevkov na určité obdobie, kategorizácia tém, identifikácia pozitívneho alebo negatívneho postoja k určitým témam). Prezentácia by mala byť v časovom rozsahu 15-20min.
- Prezentácia politickej komunikácie vybranej politickej strany na sociálnej sieti (25% hodnotenia): prezentácia sa zameriava na analýzu politickej komunikácie vybranej politickej strany. Študent si môže zvoliť zdroje komunikácie, ktoré bude pri danej politickej strane analyzovať (ideálne profil na sociálnej sieti, webová stránka, blog, príspevky v diskusných reláciách). Prezentácia by sa mala zameriavať primárne na rozbor komunikovaného obsahu, sekundárne sa študent môže zamerať aj na rozličné kvantitatívne ukazovatele (počet publikovaných príspevkov na určité obdobie, kategorizácia tém, identifikácia pozitívneho alebo negatívneho postoja k určitým témam, atď). Prezentácia by mala byť v časovom rozsahu 15-20 min.

- časová záťaž študenta: 150 hodín
Prezenčné (P): 36 hodín
Samoštúdium: 114 hodín