

Státní závěrečná zkouška z magisterského studijního programu
**Mediální studia se specializací
žurnalistická studia**

SZZk se skládá ze dvou hlavních částí:

A. Obhajoby diplomové práce,

B. Zkoušky z níže uvedených předmětů.

Předměty SZZk jsou vymezeny dvěma základními okruhy, z nichž jeden vychází z povinných kursů oboru a druhý z povinných kursů specializace:

1. Teorie a analytické přístupy v mediálních studiích

Témata tohoto okruhu jsou obsahově pokrytá předměty teoretického základu, tj. kursy *Teorie médií, Teorie kultury, Teorie komunikace, Teorie interpretace, Metody a techniky výzkumu 1 a 2* a předměty profilujícího základu – *Teorie textu a Teorie obrazu*.

2. Teoreticko-analytická specializace: žurnalistická studia

Témata tohoto okruhu jsou obsahově pokrytá povinnými předměty specializace, tj. kursy *Žurnalistická studia 1 a 2, Dějiny české žurnalistiky v evropském kontextu, Deontologie masmediální praxe a Zdroje žurnalistických informací a datová žurnalistika*.

ad A) SZZk začíná veřejnou obhajobou diplomové práce. Aby student mohl přistoupit k druhé části zkoušky, musí nejprve obhájit předloženou diplomovou práci.

Průběh obhajoby:

- 1) Student představí svoji práci, její předmět, metodiku a klíčová zjištění (v rozsahu cca 10 min.);
- 2) Prezentace posudku vedoucího práce;
- 3) Prezentace posudku oponenta;
- 4) Reakce studenta na posudky;
- 5) Diskuse (student reaguje na otázky členů komise a přítomných);
- 6) Porada komise o zhodnocení práce (za nepřítomnosti studenta a veřejnosti);
- 7) Zveřejnění hodnocení práce.

Celková délka obhajoby je cca 30 minut.

Obhajoba diplomové práce je veřejná, s výjimkou části 6.

ad B) Zkouška začíná písemnou a pokračuje ústní částí.

Ba) Písemná část

K písemné části student přistupuje po úspěšné obhajobě diplomové práce. Student vypracovává odpovědi na 20 otázek, které pokrývají okruh **1** (*Teorie a analytické přístupy v mediálních studiích*) po dobu max. 120 minut.

Písemná část je hodnocena členy komise bodováním. Ke splnění této části zkoušky je třeba dosáhnout minimálně 70 bodů (ze 100 možných).

Pokud student neuspěje u písemné části SZZk, nemůže pokračovat ústní částí SZZk a musí celou druhou část SZZk (B) absolvovat v dalším termínu.

Bb) Ústní zkouška

K ústní zkoušce student přistupuje až poté, co obhájil svou diplomovou práci a prospěl u písemné části SZZk.

Předměty ústní části SZZk jsou vymezeny uvedenými dvěma skupinami okruhů (1. *Teorie a analytické přístupy v mediálních studiích* a 2. *Teoreticko-analytická specializace: žurnalistická studia*), v rámci nichž si student vylosuje témata (dle aktuálních okruhů zveřejněných na webových stránkách katedry), ze kterých bude zkoušen.

K této části zkoušky je student povinen **předložit seznam odborné literatury**, kterou v průběhu studia nastudoval a z níž se na SZZk připravoval (literatura uvedená na seznamu může být využita při specifikaci vylosovaných okruhů na konkrétní otázky; k seznamu může být rovněž přihlédnuto při pokládání doplňujících otázek, které se mohou týkat v seznamu uvedených položek).

Seznam literatury by měl obsahovat nejméně 20 položek, mezi něž se nezahrnují texty učebnicového typu. V seznamu by měla být uvedena minimálně polovina titulů, které byly v předmětech typu A (viz seznam výše) deklarovány jako povinná literatura. Uvedení titulu v seznamu literatury je chápáno jako čestné prohlášení, že student daný titul prostudoval a je kompetentní referovat o jeho obsahu u zkoušky.

Ad 1. V rámci *Teorie a analytické přístupy v mediálních studiích* si student vylosuje dva z níže uvedených okruhů, ze kterých bude zkoušen a v rámci nichž mu budou kladeny otázky.

Ad 2. V rámci *Teoreticko-analytické specializace: žurnalistická studia* si student vylosuje dva z níže uvedených okruhů, ze kterých bude zkoušen a v rámci nichž mu budou kladeny otázky.

Každá část SZZk (je hodnocena samostatnou známkou).

Celková délka ústní zkoušky je cca 60 minut.

*Všechny níže uvedené podklady k přípravě k SZZk mají charakter **okruhů** – nejedná se o konkrétní otázky, které budou u SZZk položeny.*

Otázky budou studentovi/ce kladeny zkoušejícími a student/ka na ně musí být schopen/a reagovat na základě přípravy, a prokázat tak orientaci ve studovaném oboru.

1. TEORETICKÉ A ANALYTICKÉ PŘÍSTUPY V MEDIÁLNÍCH STUDIÍCH

Student si vylosuje dva z okruhů, z nichž bude zkoušen (jeden ze skupiny okruhů 1.1–1.15, druhý ze skupiny okruhů 1.16–1.30):

- 1.1 **Média a veřejné mínění** (Lippmann, stereotyp a pseudosvět, vytváření souhlasu; zpravodajské hodnoty; propaganda /Herman a Chomsky/; politická ekonomie médií).
- 1.2 **Média jako poselství** (technologický determinismus, torontská škola /Innis, McLuhan/: servomechanismus, globální vesnice, časově/prostorově předpojatá média, horká/chladná média, zrychlení a narušení).
- 1.3 **Televize a kult zábavy** (Eco: paleotelevize/neotelevize; Postman, kniha a televize jako protikladné cesty poznání).
- 1.4 **Média, spektakl a simulakra** (simulace a spektaklizace, hyperrealita, dějiny simulaker /Debord, Baudrillard/).
- 1.5 **Nová média a infromatická bomba** (masová vs. síťová média /Virilio, Manovich/: pět principů nových médií, technologická konvergence).
- 1.6 **Vysoká versus populární kultura** (estetický hierarchismus, sociologie kulturních rozdílů).
- 1.7 **Symbolické násilí v kultuře** (teorie sociální a kulturní distinkce P. Bourdieuho, symbolické násilí v kultuře).
- 1.8 **Kultura a ideologie** (vývoj konceptu ideologie, pejorativní a neutrální pojetí ideologie; sociologie vědění).
- 1.9 **Teorie a kritika spotřební kultury** (vybrané teorie spotřební kultury a vybrané kritické přístupy ke konzumerismu a spotřební společnosti: T. Veblen, P. Bourdieu, G. McCracken, J. Heath, W. Haug, H. Marcuse, T. Adorno, K. Galbraith, G. Ritzer, K. Soper, E. Kohák).
- 1.10 **Kulturní a kreativní průmysly** (tvorba, produkce a distribuce kulturního obsahu; právní regulace tvorby a distribuce kulturního obsahu; sociologie kreativní práce; aktuální problémy práce v kultuře a kulturních průmyslů).
- 1.11 **Informace a komunikace** (pojem a charakteristiky informace; zpráva–informace–poznatek; kybernetické zkoumání komunikace: signál, šum, kanál; informace, redundance a entropie; dopady teorie informace na chápání komunikace).
- 1.12 **Sémiotika a komunikace** (vztah sémiotiky a komunikace, klasifikace kódů /dle Eca/: unilaterální vs. bilaterální pojetí znaku a jejich vliv na zkoumání komunikace; sémiotická analýza textu).
- 1.13 **Rétorika, hermeneutika a komunikace** (modelové typy rétorických teorií a směrů: rétorika jako model přesvědčovací komunikace, jako nástroj výchovy a vzdělání /Quintilianus/ a jako teorie textu a stylistika; hermeneutika a předporozumění, hermeneutický kruh /Gadamer/).
- 1.14 **Lingvistické přístupy ke komunikaci** (teorie řečových aktů; klasická teorie zdvořilosti; Griceho princip kooperativního jednání; entometodologická konverzační analýza).
- 1.15 **Psychologické a kognitivní přístupy ke komunikaci** (lidský mozek, mysl a vědomí ve vztahu ke komunikaci; Dunbar: grooming; Watzlawickova pragmatika lidské komunikace; Berneho transakční analýza; teorie asertivity).

- 1.16 Výzkum podavatele sdělení: jednotlivců i mediálních organizací** (kvantitativní a kvalitativní možnosti zkoumání novinářské činnosti, výzkum mediální organizace; dotazníkové šetření, zúčastněné pozorování, hloubkové rozhovory; příklady z historie výzkumu médií).
- 1.17 Kvantitativní analýza mediálních obsahů** (postup výzkumu, možnosti konstrukce vzorku, kódovací kniha, výhody/nevýhody, využití v praxi).
- 1.18 Možnosti kvalitativního výzkumu mediálních obsahů** (sémiotická analýza; lingvistické přístupy k obsahu; možnosti interpretace; hermeneutika).
- 1.19 Výzkum mediálního publika** (kvantitativní a kvalitativní přístupy, jejich výhody a nedostatky; dotazníkové šetření, zúčastněné pozorování, ohniskové skupiny).
- 1.20 Výzkum účinků masových médií** (procesuální přístupy, teorie konsonance a disonance, dvoustupňová komunikace a teorie názorových vůdců, Lasswell, Lazarsfeld, Katz, teorie užití a uspokojení, spirála mlčení, teorie agenda setting, kultivační analýza, Noelle-Neumannová, GUMG).
- 1.21 Vymezení textu v mediálních studiích** (co je a co není text; text vs. podobné pojmy: diskurs, dílo; kritéria textuality; text a kontext, chápání kontextu v sociálních vědách; proměny chápání textu v elektronickém prostředí: digitálnost, interaktivita, hypertextualita).
- 1.22 Základní subjekty mediální komunikace** (autor/produktor vs. příjemce/recipient mediálního sdělení: vnětextový subjekt empirického autora /reálný autor/ vs. vnitřnětextový autorský subjekt /modelový autor, autor jako funkce textu/; empirický čtenář vs. modelový čtenář; proměny subjektů autora a čtenáře v elektronickém prostředí).
- 1.23 Možnosti analýzy textu v sociálních vědách** (specifika kvalitativního zkoumání textu v sociálních vědách vs. kvantitativní přístup k textu; vybrané kvalitativní analytické přístupy k textu: etnometodologická konverzační analýza, diskursivní analýza, kritická analýza diskursu, Barthesova strukturální analýza textu ad.)
- 1.24 Obraz a mediální teorie obrazu** (šíře pojmu obraz; specifika obrazu jako média, obraz vs. text; rétorika obrazu /Barthes/: denotované/konotované sdělení; kódování obrazu: fotografie vs. kresba/karikatura; podobnost/nápodoba vs. fikce /Goodman/; perspektiva a realismus; zobrazovací technologie a média).
- 1.25 Analogový (chrono)fotografický obraz jako médium** (specifika fotografického obrazu; fotografie jako „sdělení bez kódu“ /Barthes/; fotografický diskurs a zpravodajské médium, objektivita fotografie, dokumentárnost vs. umění; filmový a televizní obraz; role /chrono/fotografického obrazu v médiích).
- 1.26 Technický obraz a postfotografie** (pojem technického obrazu /Flusser/ a jeho vlastnosti, technický obraz vs. tradiční obraz, mediální abstrakce, role technických aparátů; pojem postfotografie /Batchen/, digitální obrazy a jejich vlastnosti, manipulace a simulace; role digitálních obrazů v médiích).
- 1.27 Pojem interpretace** (základní charakteristiky interpretace; druhy interpretace; fáze percepčního, recepčního, interpretačního a hodnotícího procesu).
- 1.28 Interpretování textu** (percepce a recepce; exegeze, kritika, recenze, hodnocení; další užití textu; aluze, parodie, didaktická interpretace).
- 1.29 Komično a smích** (pojem komična; ironie, vtip, humor; Aristotelés, Freud, Bergson, Eco a teorie komiky/humoru/smíchu).
- 1.30 Estetická a umělecká hodnota** (pojmy poetika a/vs. estetika; přístupy k estetice; recepční estetika; umělecká hodnota, kýč).

2. TEORETICKO-ANALYTICKÁ SPECIALIZACE: ŽURNALISTICKÁ STUDIA

Student si vylosuje dva z okruhů, z nichž bude zkoušen (jeden ze skupiny okruhů 2.1–2.8, druhý ze skupiny okruhů 2.9–2.20):

- 2.1 **Žurnalistika jako profese** (kdo je dnes novinář: hledání nové definice; necelá dvě století novinářiny: od emancipace a profesionalizace žurnalistiky k její opětovné deprofesionalizaci, laicizaci a hybridizaci; od autorizovaného vykladače a gatekeepera k bloggerovi; žurnalistika tradiční /profesionální/ vs. občanská /laická/).
- 2.2 **Specifika českého mediálního systému** (konceptualizace s užitím typologie Hallina a Manciniho, vč. reflexe jejích limitů; stěžejní proměnné politických a mediálních systémů; politický paralelismus; charakteristika základních modelů; pozice a charakter českého mediálního systému; zhodnocení vývoje v rámci procesu transformace a změny vlastnických struktur; nástin aktuálních trendů).
- 2.3 **Online žurnalistika** (proměny žurnalistických profesí a chodu redakce vlivem digitalizace; inovace redakčních systémů a proměny mediálních rutin; nové podoby publicistiky v online prostředí: od blogu k memu; transformace tradičních žánrů; vzrůstající role podcastů: příklady, současné trendy, komparace a kritická reflexe různých přístupů k podcastingu).
- 2.4 **Investigativní žurnalistika** (základní definice; historie a současnost; významné osobnosti světové a české investigativní žurnalistiky a příklady významných kauz; možnosti současné investigativní žurnalistiky: veřejnoprávní média, komerční média, nové projekty v ČR; handicap, limity a výhody ve srovnání se zahraničím; mediální instituce a konkrétní formáty).
- 2.5 **Žurnalistika v éře digitálních fake news** (pojem fake news; informace, dezinformace, misinformace; „alternativní weby“ a jejich mediální obsahy; hybridní informační války a role novinářů v nich; strategie „boje“ s fake news, jejich slabé a silné stránky; kritické zhodnocení konkrétních příkladů).
- 2.6 **Novinář jako vyvolavač a hasič morální paniky** (vysvětlení konceptu morální paniky, znaky/kritéria; kritika konceptu; role nových médií a sociálních sítí).
- 2.7 **Novinář jako „mediální konstruktér“ reality** (sociální konstrukce reality; mediální konstrukce reality; různé cílové skupiny; kritická reflexe konkrétních příkladů zkreslování reality; pseudoudálost; teorie reprezentace).
- 2.8 **Současná žurnalistika pohledem mediálních analýz, monitoring médií** (monitoring médií; poskytovatelé a odběratelé monitoringu a mediálních analýz na tuzemském trhu; jednotlivé fáze monitoringu: přehled a charakteristika; metody mediálních analýz).

- 2.9 Česká žurnalistika během 19. století** (vývoj novin a časopisů během národně-emancipačního procesu do roku 1848, během revoluce 1848–1849 a po nástupu neoabsolutismu; hlavní periodika; osobnosti; tiskové poměry a cenzurní praxe; rozvoj politického tisku od 60. let 19. století do 1. světové války).
- 2.10 Česká žurnalistika první republiky** (obecná charakteristika médií, tiskové poměry a cenzurní praxe, informační zdroje; tisk politických stran, tzv. nadstranický tisk; novinářské osobnosti; dobová nová média).
- 2.11 Žurnalistika druhé republiky a protektorátu** (obecná charakteristika, proměny tiskových poměrů a cenzurní praxe; žurnalisté mezi kolaborací a odbojem).
- 2.12 Česká žurnalistika třetí republiky** (obecná charakteristika, tiskové poměry, legislativa; žurnalistika a poválečná společenská očista).
- 2.13 Česká žurnalistika v područí státu a stranického aparátu KSČ** (proměna struktury médií od roku 1948 do 60. let 20. století; legislativa, cenzurní praxe, postavení novinářů, dobová nová média; Pražské jaro, liberalizace v mediální praxi, otázka cenzury; novináři za vojenské intervence v srpnu 1968; obnova mocenské kontroly nad médii; žurnalistika v letech tzv. normalizace).
- 2.14 Teorie a metodologie etiky médií** (etika, morálka, deontologie; utilitarismus, etika ctnosti, teorie morálních práv, pojmosloví, metodologie etického výzkumu).
- 2.15 Žurnalistická etika a deontologie masmediální praxe** (etické rámce masmediálního prostředí: etika médií, mediální etika; žurnalistická/novinářská etika, profesní etika; etika reklamy/PR, marketingová etika; komunikační/informační/podnikatelská etika; hodnoty/axiologie; legální vs. legitimní; společenská zodpovědnost, samoregulace; etické kodexy)
- 2.16 Etika přístupu** (geoblocking, kulturní průmysly, autorské právo) a **etika kopírování** (remix, internetové pirátství, autorský zákon).
- 2.17 Zdroje žurnalistických informací** (definice; typologie zdrojů vč. příkladů; vztah novinář vs. zdroj; přístup zdrojů do médií /Gans/; faktory využití zdrojů; současné trendy).
- 2.18 Zdroje informací v žurnalistické praxi** (možnosti, přístupy a limity práce s různými zdroji; zákon o svobodném přístupu k informacím; příklady využití zdrojů v žurnalistice vč. důležitých kauz; agentury /typologie, možnosti využití/; otevřené informační zdroje; výhody/rizika tzv. exkluzivních informačních zdrojů).
- 2.19 Datová žurnalistika I.: definice, koncepty, vznik a vývoj** (vznik datové žurnalistiky, historický exkurs, současné postavení datové žurnalistiky v rámci oboru – situace ve světě a v ČR; možnosti využití datové žurnalistiky, výhody, nevýhody; osobnosti světové a české datové žurnalistiky; stěžejní pracoviště v ČR; charakteristika, složení, zaměření, pracovní postupy).
- 2.20 Datová žurnalistika II.: data v žurnalistické praxi** (práce s daty a proces vzniku žurnalistického komunikátu: fáze zpracování; profese datového žurnalisty: požadavky na vzdělání a dovednosti; příklady konkrétních kauz, využití dat a statistiky; vizualizace dat; limity interpretace dat).