

Innovation of Media Studies Program at Metropolitan University Prague: Norwegian Inspiration (NF-CZ07-ICP-4-4602015)

Activity 4: Creating project's outputs

<u>Název inovovaného předmětu:</u>	<i>Publicistický seminář</i>
<u>Forma studia:</u>	DENNÍ
<u>Typ předmětu:</u>	2MS – povinně volitelný
<u>Zařazení předmětu do studijního plánu:</u>	2. ročník, 3. semestr
<u>Forma výuky předmětu:</u>	seminář - 0/2
<u>Způsob ukončení předmětu:</u>	zápočet (3 kredity)
<u>Vyučující:</u>	Mgr. Vlastimil Ježek (garant) prof. PhDr. Jan Jirák, Ph.D.
<u>Kontakt na vyučujícího:</u>	vjezek@obecnidum.cz; 608703021

Stručná anotace předmětu:

Cílem předmětu je umožnit studentům osvojit si základy publicistické práce v praxi, s důrazem na tvorbu autorských publicistických útvarů v multimediálním prostředí moderních síťových médií. Během setkání se postupně probírají a zkoušejí následující útvary:

zpravodajský článek, reportáž, komentář, recenze, sloupek

Na základě výměny zkušeností s norskými kolegy (a) část časová dotace bude zaměřena na podporu skupinové zpětné vazby (důraz bude kladen na společné čtení a vzájemné oponování textů ve skupině) a (b) bude posílen mezinárodní (zahraničně politický a kulturní) tematický záběr výstupů (zvláště zpravodajský článek a komentář, případně recenze) a – v souladu s metodickými postupy doporučenými norskými kolegy – prezentace podkladů a způsobů jejich ověřování.

Podmínky atestace (zkoušky):

Předmět je zakončen zápočtem. Podmínkou úspěšného zakončení předmětu je aktivní účast v semináři, pravidelná příprava, v průběhu semestru odevzdávání **pěti** výstupů v daném termínu a aktivní podíl na redigování příspěvků ostatních členů semináře.

Charakteristika práce v semináři:

Program seminářů:

01. Úvod, organizace práce, profesní a etické zásady novinářské práce, novinářství, proměny novinářské práce, vztah slova a obrazu, volba tématu, volba způsobu zpracování, sběr a ověřování podkladů pro tvorbu zpravodajského článku, zásady editování (krácení,

Innovation of Media Studies Program at Metropolitan University Prague: Norwegian Inspiration (NF-CZ07-ICP-4-4602015)

Activity 4: Creating project's outputs

restrukturalizace, jazyková redakce ad.), zadání zpravodajského článku (odevzdání do neděle do 18:00 hodin na adresy vjezek@obecnidum.cz a jirak@mup.cz)

02. Rozbor zpravodajského článku a (v souladu s „norskou“ metodikou) podkladů k němu

03. Reportáž – výklad + host (reportér/ka)

04. Ukázky reportáže pro různá média, zadání reportáže (včetně 2 fotografií), (odevzdání do neděle do 18:00 hodin na adresy vjezek@obecnidum.cz a jirak@mup.cz)

05. Rozbor reportáže

06. Komentář, glosa, blog, poznámka, výběr tématu, rozdíly ve zpracování, zadání komentáře (odevzdání do neděle do 18:00 hodin na adresy vjezek@obecnidum.cz a jirak@mup.cz)

07. Rozbor komentáře a (v souladu s „norskou“ metodikou) podkladů k němu

08. Recenze, kritika, zadání recenze (odevzdání do neděle do 18:00 hodin na adresy vjezek@obecnidum.cz a jirak@mup.cz)

09. Rozbor recenze a (v souladu s „norskou“ metodikou) podkladů k němu

10. Žánry umělecké publicistiky – výklad s ukázkami

11. Fejeton, sloupek, medailon, zadání sloupku (odevzdání do neděle do 18:00 hodin na adresy vjezek@obecnidum.cz a jirak@mup.cz)

12. Rozbor sloupku

13. Vyhodnocení a zápočet

Základní literatura:

Bednář, Vojtěch, Internetová publicistika. Praha: Grada 2011

Dvořák Pavel. Tisková žurnalistika v kostce,

<https://www.nidm.cz/projekty/realizace-projektu/klice-pro-zivot/podpora-informacniho-systemu-pro-mladez/cile-a-vystupy/publikace/publikace-tiskova-zurnalistika-v-kostce>

Mínářová Eva, Stylistika pro žurnalisty, Praha: Grada 2011

Pokorný, Milan – Pokorná, Dana, Redakční práce. Prah: Grada 2011

kol. (aktuální vydání), Pravidla českého pravopisu. Praha: Academia

kol., Základy žurnalistiky pro redaktory studentských časopisů. SDM Horní Slavkov a OSF, 2004

Innovation of Media Studies Program at Metropolitan University Prague: Norwegian Inspiration (NF-CZ07-ICP-4-4602015)

Activity 4: Creating project's outputs

<u>Název inovovaného předmětu:</u>	<i>Mediální kritika</i>
<u>Forma studia:</u>	KOMBINOVANÉ
<u>Typ předmětu:</u>	2MS – povinně volitelný
<u>Zařazení předmětu do studijního plánu:</u>	2. ročník, 3. semestr
<u>Forma výuky předmětu:</u>	seminář - 0/2
<u>Způsob ukončení předmětu:</u>	zápočet
<u>Vyučující:</u>	prof. PhDr. Jan Jiráček, Ph.D.
<u>Kontakt na vyučujícího:</u>	jirak@mup.cz

Stručná anotace předmětu:

Cílem předmětu je rozvíjet schopnost studentů kriticky přistupovat k mediálním sdělením, a to zvláště ke sdělením nefiktivní (novinářské, resp. zpravodajské) povahy, s cílem dobírat se znalostí a dovedností nutných posouzení a vyhodnocení kvality zpravodajství a publicistiky – v pozitivním i negativním smyslu (tedy schopnosti s podporou racionální argumentace ocenit dobrý novinářský výkon i zatratit výkon nekvalitní). Předmět tak směřuje k rozkrývání pravidelností, stereotypů, předpojatostí, nepřesností, klišé či zjevných omylů v produkci žurnalistické povahy.

Práce v semináři se soustřeďuje na sledování a rozbor aktuálního zpravodajství, a to zejména na

- (a) rozdíly a podobnosti ve formování agendy jednotlivých médií,
- (b) věcné a formulační zvláštnosti a nedostatky a
- (c) jazykovou a komunikační kulturu mediálních výstupů.

Na základě výměny zkušeností s norskými kolegy bude část časová dotace zaměřena na možnost rozvoje tvůrčích schopností a dovedností studentů. Studenti budou alespoň rovině záměru a scénáře navrhovat alternativní řešení a tím se učit poznávat nedostatky a přednosti analyzovaných mediálních výstupů. Důraz bude kladen na vzájemné oponování návrhů ve skupině.

Účast na semináři je povinná. Konkrétní témata semináře se mění podle aktuální situace.

Kontaktní výuka se odehrává ve dvou (časově dvojnásobných) blocích.

1. blok (v ak. roce 2015/16 16. října 2015): seznámení s podmínkami atestace, ukázkové analýzy věcné a jazykové, cvičné analýzy, s využitím metodiky norských kolegů navrhování alternativních řešení

Innovation of Media Studies Program at Metropolitan University Prague: Norwegian Inspiration (NF-CZ07-ICP-4-4602015)

Activity 4: Creating project's outputs

2. blok (v ak. roce 2015/16 6. listopadu 2015): prezentace vybraných studentských prací, kritika, diskuse

Podmínky atestace (zkoušky)

Předmět je zakončen zápočtem. Podmínkou úspěšného zakončení předmětu je aktivní účast v semináři (včetně původních vystoupení) a vypracování jedné „analytické zprávy“ o konkrétní kauze se srovnáním jejího zpracování alespoň ve třech různých médiích (rozsah cca 3 normostrany, resp. 5400 znaků s mezerami) + ppt prezentace na 8-10 minut.

Termín odevzdání zprávy a prezentace je pondělí 7. 11. 2016 do 18:00 hodin na adresu jirak@mup.cz

Základní literatura:

Bína, D. (2014): *Řečovní žraloci a druhá džungle. Úvahy o médiích a společnosti*. České Budějovice: Nakladatelství Vlastimil Johanus

kol. (aktuální vydání): *Pravidla českého pravopisu*. Praha: Academia

přidělený titul denního tisku, rozhlasové či televizní stanice nebo internetového zpravodajského serveru

databáze Newton a Anopress

Rozšiřující literatura:

Hvížďala, K. (2005): *Jak myslet média*. Praha: Dokořán

Hvížďala, K. (2008): *Restaurování slov*. Praha: Portál

Ramonet, I. (2003): *Tyranie médií*. Praha: Mladá fronta

Innovation of Media Studies Program at Metropolitan University Prague: Norwegian Inspiration (NF-CZ07-ICP-4-4602015)

Activity 4: Creating project's outputs

Název inovovaného předmětu: *Základy práce v AV médiích 2*

Forma studia: DENNÍ

Typ předmětu: 2MS – povinně volitelný

Zařazení předmětu do studijního plánu: 2. ročník, 4. semestr

Forma výuky předmětu: seminář - 0/2

Způsob ukončení předmětu: zkouška

Vyučující: Mgr. Kamila Klausová
Mgr. Roman Bradáč
PhDr. Jiří Závozda

Kontakt na vyučujícího:

VN: 724 168 044

JZ 724 060 120

Stručná anotace předmětu:

Seminář se bude prohlubovat znalosti práce televizního reportéra a moderátora. Cílem předmětu bude i hlubší seznámení s televizní technikou, technickými a technologickými principy snímání, záznamu a reprodukce obrazu s důrazem na nejnovější digitální nosiče a formáty. Znalost těchto principů je předpokladem pro zvládnutí zásad tvorby výstupů v televizi a dalších audiovizuálních médiích, a to výstupů nejrůznější povahy. Pozornost se bude věnovat kritickému a polemickému televiznímu rozhovoru a dalším televizním žánrům. Na základě norských zkušeností bude posílena technická podpora studentů, dovybavilo se multimediální studio tak, aby studenti měli prostor pro práci i mimo vyučování. Důraz bude kladen na poskytnutí podrobné zpětné vazby k jednotlivým mediálním výstupům, na jejich zhodnocení ze strany vyučujícího i studentů ve skupině. Akcentována bude práce v malých skupinách a zaměření na produkční práci. Cílem je efektivní a co nejvíce praktická příprava na případnou budoucí práci novináře v souladu s aktuálními trendy z České republiky a z Norska.

Podmínky atestace (zkoušky)

Aktivní účast, závěrečná práce, reportáž, vystoupení)

Obsah lekcí a charakteristika práce v semináři:

Innovation of Media Studies Program at Metropolitan University Prague: Norwegian Inspiration (NF-CZ07-ICP-4-4602015)

Activity 4: Creating project's outputs

1. Televize veřejné služby a komerční televize, změny ve vlastnictví, legislativě, trendy, fungování kontrolních orgánů.
2. Technologické a tvůrčí postupy při stříhovém zpracování audiovizuálního záznamu. Pravidla stříhu a montážní postupy. Stříh lineární, nelineární, off line, on line. Analogová a počítačová střížna.
3. Stříh lineární, nelineární, off line, on line.
4. Opakování - hlasová příprava, image, technické záludnosti televizního prostředí, televizní slang (kantna, šot, reportáž, zpráva nebo kárt, živák, stand up, voice over...), využívání archivu, ilustračních záběrů.
6. – 10. Práce ve studiu a terénu (kritický a polemický rozhovor, reportáž)
10. – 13. Rozbor prací (stříh, záludnosti stříhu, tempa, správné zařazení a označení archivních záběrů, ilustračních záběrů a časového označení. Řízená diskuse studentů především o zkušenostech s produkční prací, o rozdělení funkcí jednotlivých členů skupiny, o problémech, které se vyskytly během natáčení, o ne/dodržení časového limitu pro natáčení apod.

Innovation of Media Studies Program at Metropolitan University Prague: Norwegian Inspiration (NF-CZ07-ICP-4-4602015)

Activity 4: Creating project's outputs

<u>Název inovovaného předmětu:</u>	<i>Základy novinářské práce 1</i>
<u>Forma studia:</u>	DENNÍ
<u>Typ předmětu:</u>	1MS - povinný
<u>Zařazení předmětu do studijního plánu:</u>	1. ročník, 1. semestr
<u>Forma výuky předmětu:</u>	přednáška/seminář - 0/2
<u>Způsob ukončení předmětu:</u>	zápočet
<u>Vyučující:</u>	PhDr. Jiří Závozda (garant) Mgr. Kamila Klausová Mgr. Roman Bradáč
<u>Kontakt na vyučujícího:</u>	zavozda@mup.cz vit.novotny@mup.cz, roman.bradac@mup.cz

Stručná anotace předmětu:

Seminář představí smysl novinářské práce, základní dovednosti novináře, fungování redakce a vydavatelství, bude se věnovat multimediální žurnalistice, internetu a sociálním sítím a v závěru trendům v oboru. Seminář je zaměřen na osvojení si základních praktických dovedností spojených s výkonem novinářského povolání. Předmět proto bude probíhat převážně jako praktické cvičení zaměřené na vlastní tvorbu studentů a jejich kritickou reflexi. Na základě norských zkušeností se v některých hodinách se zvýší časová dotace na diskusi mezi studenty. Studenti budou v některých hodinách pracovat v malých skupinách, větší důraz bude kladen na produkční práci. Důraz bude kladen na podrobnou analýzu mediálních výstupů, přičemž tato zpětná vazba bude probíhat jak od vyučujících, tak i od zapojených studentů.

Podmínky atestace (zkoušky)

Předmět je ukončen zápočtem. Podmínkou úspěšného zakončení předmětu v kombinovaném studiu je odevzdání tří zadaných prací (zpravodajský článek, komentář, rozhovor) a vypracování obsáhlejšího (individuálního nebo týmového) závěrečného novinářského výstupu multimediální povahy.

Obsah přednášek a charakteristika práce v semináři:

Přednášky

01. smysl novinářské práce v demokratické společnosti, média v ČR z pohledu novináře
02. změny vlastnictví, konflikt zájmu, základní etická a profesní pravidla, základní právní přehled pro novináře

Innovation of Media Studies Program at Metropolitan University Prague: Norwegian Inspiration (NF-CZ07-ICP-4-4602015)

Activity 4: Creating project's outputs

03. fungování newsroomu, fungování mediálního domu, jak funguje redakce
04. - 06. zpravodajské žánry
07. - 08. další novinářské žánry
09. foto, video a další nástroje v práci reportéra
10. - 11. multimediální práce novináře, praktické zkušenosti, diskuse studentů
12. prezentace závěrečného multimediálního produktu - na základě norských zkušeností bude zařazena řízená diskuse mezi studenty o jejich práci, ale i produkčním zajištění, nedílnou součástí analýzy výsledků ve skupině bude nejen samotný rozbor obsahu daných výstupů, ale i rozbor toho, jak se studentům pracovalo v terénu, zda vše stihli podle původního plánu apod.
13. co se dá v oboru očekávat v příštích letech (trendy ve světě, v ČR)

Semináře nabídnou posluchačům základní představu o fungování médií, etických otázkách, provedou je žurnalistickými žánry, v praktických cvičeních se je studenti a studentky naučí psát, rozebírat. Účast na seminářích je povinná, každý student musí odevzdat tři základní práce (zpravodajský článek, komentář, rozhovor), každý student jedenkrát za semestr vystoupí se závěrečnou prací (15-20 minut) připravenou individuálně nebo ve vícečlenném týmu. Práce budou otištěny v periodikách MUP.

Základní literatura:

Jiráček, J., Köpplová, B. (2009): *Masová média*. Praha: Portál, zvl. kap. 1, 2, 4 a 5
McQuail, D. (2009): *Úvod do teorie masové komunikace*. Praha: Portál, odd. 1

Rozšiřující literatura:

Eco, U. (1995): *Skeptikové a těšitelé*. Praha: Svoboda
Kraus, J. (2008): *Jazyk v proměnách komunikačních médií*. Praha: Karolinum, zvl, odd. II
Ramonet, I. (2003): *Tyranie médií*. Praha: Mladá fronta
Reifová, I. a kol. (2006): *Slovník mediální komunikace*. Praha: Portál

Film:

Občan Kane Občan Kane (Citizen Kane, USA, 1941, Režie: Orson Welles)

Innovation of Media Studies Program at Metropolitan University Prague: Norwegian Inspiration (NF-CZ07-ICP-4-4602015)

Activity 4: Creating project's outputs

Název předmětu: Interkulturní komunikace

Forma studia: prezenční
Typ předmětu: povinně volitelný
Předmět: 1. Mgr. ročník, 1. semestr
Forma výuky: 2/0
Podmínky pro splnění předmětu: domácí úkol, psaný nebo ústní referát, aktivní účast
Vyučující: PhDr. Michala Škrábová, Ph.D.
Kontakt na vyučujícího: skrabova@mup.cz
Konzultační hodiny: středa, 12:30-14:00, Jarov, místnost č. 801

Anotace předmětu:

Cílem kurzu je posílení schopnosti efektivně pracovat a komunikovat v mezikulturním pracovním prostředí. Kurz Vás dovede také k dosažení vyšší úrovně adaptability na kulturně nové situace a vyššího stupně interkulturní kompetence, která je potřebná pro úspěšnou a uspokojivou práci v mezikulturním týmu či v kulturně cizím prostředí.

Na základě norské inspirace jsou teoretické vstupy doplněny o aktivity praktické, především modelové situace, nácviky mezikulturních situací s příslušníky kokrétní či imaginární kultury. V teoretické části budou stručně představeny významné teorie a nejnovější, v praxi uplatnitelné, výzkumy týkající se interkulturní komunikace. V praktické části bude rozvíjena interkulturní kompetence pomocí sebe-zkušenostních a výcvikových technik na základě norských výukových metod.

Podmínky pro splnění předmětu: Podmínkou ke splnění kurzu je minimálně 50% prezenze na hodinách, aktivní účast na výcvikových aktivitách, splnění domácího úkolu a ústní referát, při kterém student prokáže své analytické, vyjadřovací i prezentační schopnosti dle norské inspirace.

Témata ke studiu:

- 1) Úvod a přehled základních interkulturních teorií v psychologii
 - 2) Interkulturní porozumění a nedorozumění, interkulturní kompetence
 - 3) Interkulturní osobní vztahy a vývoj interkulturní identity
 - 4) Práce v rozdílném kulturním prostředí, adaptace, kulturní šok
- 5-8) Modelové situace, nácvik jednání s příslušníky cizí kultury

Innovation of Media Studies Program at Metropolitan University Prague: Norwegian Inspiration (NF-CZ07-ICP-4-4602015)

Activity 4: Creating project's outputs

9-13) Rozdíly v přístupu k práci v různých zemích, interkulturní pracovní tým a vyjednávání

Základní literatura:

- 1) Landis, D. , Bennett, J. , Bennett, M. Handbook of Intercultural Training. London : Sage Publications, Inc. , 2004.
- 2) Morgensternová, M., Šulová L. Interkulturní psychologie. Karolinum, 2007.
- 3) Nový, I., Schroll-Machl, S.. Interkulturní komunikace v řízení a podnikání. Management Press. 2001.

Innovation of Media Studies Program at Metropolitan University Prague: Norwegian Inspiration (NF-CZ07-ICP-4-4602015)

Activity 4: Creating project's outputs

Název předmětu: Základy sociální komunikace

Forma studia: prezenční
Typ předmětu: povinný
Předmět: 1. ročník, 2. semestr
Forma výuky: 2/0
Podmínky pro splnění předmětu: aktivní účast na komunikačních aktivitách, ústní referát ve skupině, test
Vyučující: PhDr. Michala Škrábová, Ph.D.
Kontakt na vyučujícího: skrabova@mup.cz
Konzultační hodiny: úterý, 14:30-15:30, Jarov, místnost č. 801

Anotace předmětu: Cílem předmětu je vysvětlení procesů sociální komunikace v interpersonálních vztazích, ve skupině, v davových situacích a v médiích. Důraz je kladen zejména na získání komunikačních dovedností v osobním i pracovním životě, rozvíjení kritického myšlení a vyjadřovacích či negociačních schopností v kritických situacích. Na základě norské inspirace bude věnován větší prostor konfliktům v komunikačním procesu a nácviku jejich efektivního řešení.

Podmínky pro splnění předmětu: : Předmět je ukončen zkouškou. Podmínkou úspěšného zakončení předmětu je aktivní účast na výcvikových aktivitách, vypracování ústního referátu ve skupině na téma aktuálního mediálního dění, ve kterém budou srovnávány perspektivy různých médií na jedno téma, a složení písemné zkoušky.

Témata ke studiu:

- 1) SOCIÁLNÍ PERCEPCE, INTERPRETACE, POSTOJE A JEJICH UTVÁŘENÍ
- 2) KONFORMITA, SOCIÁLNÍ FACILITACE, KOOPERACE A KOMPETICE
- 3) PROSOCIÁLNÍ CHOVÁNÍ, AGRESE A KONFLIKTY V KOMUNIKAČNÍM PROCESU
- 4) MASOVÉ PSYCHICKÉ JEVY A PROCESY
- 5) KOMUNIKAČNÍ PROCESY V MÉDIÍCH
- 6) KOMUNIKACE MUŽE A ŽENY
- 7) KOMUNIKACE V MALÉ SOCIÁLNÍ SKUPINĚ, JEJÍ STRUKTURA A DYNAMIKA
- 8) VERBÁLNÍ A NEVERBÁLNÍ KOMUNIKACE
- 9) INTERKULTURNÍ KOMUNIKACE

Innovation of Media Studies Program at Metropolitan University Prague: Norwegian Inspiration (NF-CZ07-ICP-4-4602015)

Activity 4: Creating project's outputs

- 10) KOMUNIKACE VE VZTAHU K PRACOVNÍMU PROSTŘEDÍ
- 11) KOMUNIKACE V KRITICKÝCH SITUACÍCH, VYJEDNÁVÁNÍ
- 12) KOMUNIKACE V PRAXI
- 13) SPECIFIKA KOMUNIKACE V NOVÝCH MÉDIÍCH

Základní literatura:

- 1) DEVITO, J. A. ZÁKLADY MEZILIDSKÉ KOMUNIKACE. PRAHA: GRADA PUBLISHING, 2001.
- 2) VYBÍRAL, Z. PSYCHOLOGIE KOMUNIKACE. PRAHA : PORTÁL 2005.
- 3) MIKULÁŠTÍK, M. KOMUNIKAČNÍ DOVEDNOSTI V PRAXI. PRAHA: GRADA PUBLISHING, 2010.
- 4) HAYESOVÁ, N. ZÁKLADY SOCIÁLNÍ PSYCHOLOGIE. PRAHA: PORTÁL, 1998.

Doporučená literatura:

- 1) VÝROST, J., SLAMĚNÍK, I. (EDS.) APLIKOVANÁ SOCIÁLNÍ PSYCHOLOGIE II. PRAHA: GRADA PUBLISHING, 2001.
- 2) TEGZE, O. NEVERBÁLNÍ KOMUNIKACE. BRNO : COMPUTER PRESS, 2003.

**Innovation of Media Studies Program at Metropolitan University Prague: Norwegian Inspiration
(NF-CZ07-ICP-4-4602015)**

Activity 4: Creating project's outputs

<u>Název inovovaného předmětu:</u>	Analýza televizních diskusních pořadů
<u>Forma studia:</u>	DENNÍ (Mgr.)
<u>Typ předmětu:</u>	1MS (Mgr) – povinně volitelný předmět
<u>Zařazení předmětu do studijního plánu:</u>	1. ročník, 2. semestr
<u>Forma výuky předmětu:</u>	přednáška/seminář - 1/1
<u>Způsob ukončení předmětu:</u>	závěrečný test + ústní zkouška
<u>Vyučující:</u>	Mgr. Eva Niklesová, Ph.D.
<u>Kontakt na vyučujícího:</u>	eva.niklesova@mup.cz

Stručná anotace předmětu:

Předmět je zaměřen na kritickou, zejména pragmatolingvisticky zaměřenou, analýzu televizních diskusních pořadů. Předmětem zájmu bude rozbor dialogického konstruování pozic, ne/dodržování kooperačního a zdvořilostního principu, způsobu kladení otázek, vztahu otázek a odpovědí, ne/strannosti moderátorů, jazykové manipulace a (pseudo)argumentace. Sledována bude rovněž jazyková úroveň televizních diskusních pořadů, jazyková komika, expresivita a obraznost vyjadřování. Předmětem analýz budou rovněž paralingvální a extralingvální prostředky, jež jsou pro televizní diskusní pořady příznačné.

Na základě norské inspirace bude kurz rozšířen o analýzu vzájemně se prostupujících vztahů mezi „základní“, televizní, podobou diskusních pořadů a mezi jejich extenzí do online prostředí, a to se zaměřením na sociální sítě (zejm. webové stránky TV diskusních pořadů, facebookové a twitterové profily, reakce uživatelů sociálních sítí na aktuálně vysílané díly, analýza metaroviny diskusních pořadů – tzv. „diskuse o diskusi“ atd.).

Další rovina inspirace od norských kolegů bude spočívat v praktické demonstraci TV diskusního pořadu v audiovizuálním studiu MUP Praha (tato simulace bude natočena a následně analyzována).

Absolvent kurzu bude vybaven potřebnými znalostmi souvisejícími se specifiky řečového chování v rámci dobře modelovatelné komunikační situace. Tyto poznatky mohou být prospěšné pro pochopení příčin komunikační ne/úspěšnosti, resp. divácké ne/atraktivitu, jednotlivých aktérů asymetrických institucionálních dialogů a mohou vést k rozšíření schopností své vlastní komunikační kompetence.

**Innovation of Media Studies Program at Metropolitan University Prague: Norwegian Inspiration
(NF-CZ07-ICP-4-4602015)**

Activity 4: Creating project's outputs

Podmínky absolvování předmětu:

Předmět je zakončen ústní zkouškou. Podmínkou přípuštění ke zkoušce je:

- a) vypracování a přednesení referátu ve výuce, a to ve formě prezentace na cca 15–20 minut s využitím powerpointu; následně vypracování textové podoby referátu s poznámkovým aparátem a citacemi (rozsah cca 6–8 tzv. normostran, 10–13 tisíc znaků s mezerami).

Prezentace bude zaměřena na jazykovou analýzu konkrétního mediálního komunikátu, a to dle určených tematických okruhů.

- b) Úspěšné absolvování ústní zkoušky z přednáškových okruhů a z povinné literatury.

Pravidla práce v semináři:

- (a) maximální počet absencí: 3,
- (b) povinnost každého studenta vystoupit s referátem na vybrané téma (15–20 minut), nedílnou součástí této prezentace bude analýza reakcí recipientů vybraných dílů TV diskusních pořadů v online prostředí,
- (c) vypracování písemné verze referátu (rozsah cca 6–8 tzv. normostran, 10–13 tisíc znaků s mezerami),
- (d) skupinová práce – příprava a následná realizace simulace TV diskusního pořadu v AV studiu MUP, a to včetně následného rozboru natočeného dílu.

Obsah přednášek a charakteristika práce v semináři:

Přednášky

1. Pravidla pro absolvování předmětu, představení základních tematických okruhů a literatury k tématu
2. Bezprostřední jazyková komunikace a mediované sdělení, specifika asymetrického dialogu realizovaného v institucionálních podmínkách, jazyková specifika komentářů k TV diskusním pořadům v online prostředí (zejm. v prostředí sociálních sítí)
3. Podstata diskuze a televizních diskusních pořadů, výstavba a členění moderovaného mediálního dialogu, konvergence médií a TV diskusní pořady – online podoba TV diskusních pořadů
4. Analýza asymetrie mezi hostem a moderátorem, dialogické konstruování pozic, konstruování a vyjednávání identity
5. Analýza ne/strannosti a ne/připravenosti moderátorů televizních diskusních pořadů, analýza a komparace moderátorských strategií a způsobů vedení diskusí, komentáře recipientů TV diskusních pořadů v online prostředí
6. Ne/dodržování kooperačního a zdvořilostního principu v asymetrickém institucionálním dialogu, genderová a politická ne/korektnost, reakce recipientů TV diskusních pořadů v online prostředí

**Innovation of Media Studies Program at Metropolitan University Prague: Norwegian Inspiration
(NF-CZ07-ICP-4-4602015)**

Activity 4: Creating project's outputs

7. Vztah otázek a odpovědí v televizních diskusních pořadech, analýza způsobů kladení otázek moderátorem, analýza adekvátnosti a relevance odpovědí hostů, **analýza komentáře recipientů v online prostředí**
8. Možnosti rozboru jazykové úrovně televizních diskusních pořadů (ne/dodržování spisovné normy, hyperkorektnost, analýza morfologické, syntaktické, lexikální a stylistické roviny, prvky mluvenosti)
9. Humor, expresivita a obraznost vyjadřování v televizních diskusních pořadech
10. Analýza paralingválních a extralingválních prostředků v televizních diskusních pořadech
11. Persvaze, jazyková manipulace, eristika, ironie, verbální agrese a prvky confrontainmentu v televizních diskusních pořadech – **komparace českého a zahraničního prostředí**
12. Způsoby argumentace a pseudoargumentace v asymetrickém institucionálním dialogu, analýza vyhýbavých strategií v odpovědích hostů, **analýza relevantních komentářů recipientů TV diskusních pořadů v online prostředí**
13. Závěrečné shrnutí přednáškových okruhů, vyhodnocení předmětu **a natočené simulace TV diskusního pořadu v AV studiu MUP Praha**

Charakteristika práce v semináři

Nedílnou součástí předmětu jsem semináře, jejichž posláním je praktické procvičování získaných poznatků z jednotlivých přednáškových okruhů, a to s cílem osvojení základních principů kritické analýzy konkrétních a s tématem přednášky spjatých komunikačních událostí, situací a rolí. V rámci seminářů budou prezentována vystoupení studentů (s podporou powerpointové či obdobné prezentace).

Základní literatura:

BENEŠ, M. et al. *Studie k moderní mluvnici češtiny. 2, Komunikační situace a styl*. 1. vyd. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2013. 218 s. Monografie. ISBN 978-80-244-3535-0.

BOZDĚCHOVÁ, I. K jazykové úrovni současných mediálních debat. In: *Jazyk, média, politika*. Praha: Academia, 2003, s. 157–173. ISBN 80-200-1034-3.

ČMEJRKOVÁ, S. et al. *Styl mediálních dialogů*. Vyd. 1. Praha: Academia, 2013. 314 s. Lingvistika. ISBN 978-80-200-2267-7.

ČMEJRKOVÁ, S., KADERKA, P. a ULIČNÝ, O. ed. *Studie k moderní mluvnici češtiny. 1, Pragmatické aspekty češtiny*. 1. vyd. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2013. 147 s. Monografie. ISBN 978-80-244-3527-5.

ČMEJRKOVÁ, S. a HOFFMANNOVÁ, J. *Mluvená čeština: hledání funkčního rozpětí*. Vyd. 1. Praha: Academia, 2011. 491 s. Lingvistika; 2. ISBN 978-80-200-1970-7.

**Innovation of Media Studies Program at Metropolitan University Prague: Norwegian Inspiration
(NF-CZ07-ICP-4-4602015)**

Activity 4: Creating project's outputs

ČMEJRKOVÁ, S., JÍLKOVÁ, L. a KADERKA, P. Mluvená čeština v televizních debatách: korpus DIALOG. *Slovo a slovesnost*, 2004, **65**(4). ISSN 0037-7031, s. 243-269.

Kodex České televize,

dostupný zde: <http://img.ceskatelevize.cz/boss/image/contents/kodex-ct/pdf/kodex-ct.pdf>

KRAUS, J. a kol. *Člověk mluvící: řečníci bez tribuny čtením i poslechem*. Vyd. 1. Voznice: Leda, 2011. 241 s. ISBN 978-80-7335-258-5, s. 51–79.

MÜLLEROVÁ, O. Problémy vedení dialogu v televizi. *Naše řeč*, 1994, **77** (2). ISSN 0027-8203, [cit. 2. 1. 2015]. Dostupné z: <http://nase-rec.ujc.cas.cz/archiv.php?art=7176>.

MÜLLEROVÁ, O. Opakování a syntaktický paralelizmus v rozhovorech s muži a ženami v jednom z druhů institucionální komunikace. *Naše řeč*, 2004, **87** (3). ISSN 0027-8203, [cit. 2. 1. 2015]. Dostupné z: <http://nase-rec.ujc.cas.cz/archiv.php?art=7776>

Rozšiřující literatura:

BARTOŠEK, J. *Tlak profese – specifický faktor ovlivňující jazyk žurnalistiky*. *Naše řeč*, roč. 85 (2002), č. 2. [cit. 2. 1. 2015]. Dostupné z: <http://nase-rec.ujc.cas.cz/archiv.php?art=7673>

HIRSCHOVÁ, M. *Pragmatika v češtině*. Vyd. 2., V Karolinu 1., dopl. V Praze: Karolinum, 2013. 335 s. ISBN 978-80-246-2233-0.

HOFFMANNOVÁ, J. Funkce a významy výrazu prosím v mluveném dialogu. *Naše řeč*, 1993, **76** (2). ISSN 0027-8203. [cit. 2. 1. 2015]. Dostupné z: <http://nase-rec.ujc.cas.cz/archiv.php?art=7122>

CHEJNOVÁ, P. *Zdvořilostní strategie*. Praha: Univerzita Karlova v Praze, Pedagogická fakulta, 2012. 189 s. ISBN 978-80-7290-550-8.

KOŘENSKÝ, Jan et al. *Komplexní analýza komunikačního procesu a textu: učební text pro výběrové semináře filologických oborů*. Vyd. 3. České Budějovice: Jihočeská univerzita, Pedagogická fakulta, 1999. 149 s. ISBN 80-7040-363-2.

Kodex Českého rozhlasu,

dostupný zde: http://media.rozhlas.cz/_binary/00730694.pdf

Metody a prostředky přesvědčování v masových médiích: sborník textů z mezinárodní vědecké konference, Ostrava 13.-15.9.2005, Filozofická fakulta Ostravské univerzity v Ostravě. Ostrava: Ostravská univerzita, Filozofická fakulta, 2005. 237 s. ISBN 80-7368-101-3.

**Innovation of Media Studies Program at Metropolitan University Prague: Norwegian Inspiration
(NF-CZ07-ICP-4-4602015)**

Activity 4: Creating project's outputs

NEKULA, M, ed. et al. *Encyklopedický slovník češtiny*. Praha: NLN, Nakladatelství Lidové noviny, 2002. 604 s. ISBN 80-7106-484-X.

NEKULA, M.: Pragmalingvistická interpretace ironie. In: *Slovo a slovesnost* 51, 1990.

NEKULA, M.: Signalizování ironie. In: *Slovo a slovesnost* 52, 1991.

PÁČL, P. Televizní moderátor: problematický představitel současných sdělovacích prostředků. In: *Psychologie, filozofie, sociologie 2002*. Ostrava: Ostravská univerzita, 2002. s. 195-202. ISBN 80-7042-600-4.

PRAVDOVÁ, M.: Infotainment, politainment, edutainment aneb K jazyku masových médií. *Naše řeč*, 2003, 87 (4). ISSN 0027-8203, [cit. 2. 1. 2015]. Dostupné z: <http://nase-rec.ujc.cas.cz/archiv.php?art=7741>

SCHOPENHAUER, Arthur a HŮLA, Břetislav, ed. *Eristická dialektika, čili, Umění dostat v každé debatě za pravdu*. Brno: Zvláštní vydání, 1993. 83 s. S sebou; sv. 5. ISBN 80-85436-19-1.

SCHULZ, Winfried et al. *Analýza obsahu mediálních sdělení*. 3., nezměn. vyd. Praha: Karolinum, 2011. 149 s. Učební texty Univerzity Karlovy v Praze; 2. ISBN 978-80-246-1980-4.

Innovation of Media Studies Program at Metropolitan University Prague: Norwegian Inspiration (NF-CZ07-ICP-4-4602015)

Activity 4: Creating project's outputs

<u>Název inovovaného předmětu:</u>	Jazyk současné reklamy
<u>Forma studia:</u>	DENNÍ
<u>Typ předmětu:</u>	2 MS_1 (povinně volitelný předmět)
<u>Zařazení předmětu do studijního plánu:</u>	2. ročník (4. semestr - letní)
<u>Forma výuky předmětu:</u>	přednáška/seminář - 1/1
<u>Způsob ukončení předmětu:</u>	písemná zkouška
<u>Vyučující:</u>	Mgr. Eva Niklesová, Ph.D.
<u>Kontakt na vyučujícího:</u>	eva.niklesova@mup.cz

Stručná anotace předmětu:

Předmět je zaměřen na komplexní analýzu zejména jazykové složky současných českých a zahraničních reklamních komunikátů. Pozornost bude věnována specifickým rysům reklamního jazyka jednak v rámci jednotlivých jazykových úrovní a jednak v souvislosti s pragmalingvistickou interpretací těchto jazykových jevů. Na základě norské inspirace bude pozornost věnována rovněž rozboru jazykových variací/mutací reklam nadnárodních společností se zaměřením na analýzu zejména jazykové stránky tzv. národních reklamních stylů. Konkrétně se budeme zaměřovat na komparaci jazykových i dalších persvazivních prostředků (nejen) v českém a norském prostředí s cílem vyvození závěrů o faktorech, které ovlivňují výslednou podobu reklamního sdělení ve vazbě na zvyklosti v dané zemi, resp. kulturním prostředí (reprezentace kulturních hodnot, výběr persvazivních technik a grafická a formální podoba reklam atd.).

Součástí kurzu bude i rozbor vztahu mezi textovou a obrazovou složkou v tištěných reklamách. Analyzovány budou reklamy vyskytující se v různých médiích s cílem porovnání odlišnosti strategií souvisejících s nutností přizpůsobení se technickým možnostem daného média a zároveň kulturním, jazykovým a jiným zvyklostem, a to na příkladu komparace českého a norského prostředí.

Absolvent kurzu získá přehled o spektru současných reklamních komunikátů, o různých jazykových strategiích a o jazykových mutacích reklam nadnárodních společností a bude schopen

Innovation of Media Studies Program at Metropolitan University Prague: Norwegian Inspiration (NF-CZ07-ICP-4-4602015)

Activity 4: Creating project's outputs

odhadnout naplnění ilokučních záměrů konkrétního reklamního sdělení, a to i ve vazbě na odlišný interkulturní a společenský kontext.

Podmínky absolvování předmětu:

Předmět je zakončen písemnou zkouškou. Podmínkou připuštění ke zkoušce je:

- a) Vypracování a přednesení referátu ve výuce, a to ve formě prezentace na cca 15–20 minut s využitím powerpointu; následné vypracování textové podoby referátu, a to s poznámkovým aparátem a citacemi, rozsah cca 6–8 tzv. normostran (10–13 tisíc znaků s mezerami). Prezentace bude zaměřena na jazykovou analýzu vybrané strategie na konkrétních příkladech současných reklamních komunikátů.

Na základě norské inspirace bude požadováno, aby prezentace zaměřené na analýzu jazykových mutací reklam nadnárodních společností obsahovaly:

- pojednání o širším kulturním a společenském kontextu zvolených reklam,
- podněty pro diskusi (možné otázky: „Čím je způsobena skutečnost, že reklama úspěšná na domácím trhu, nemusí být v zahraničí plně funkční?“, „Jak se v reklamě projevuje tzv. „lokalizace“ reklamního motivu?“ atp.).

Nedílnou součástí těchto prezentací bude **tvorba min. 3 vlastních reklamních sdělení**, v nichž bude užitá analyzovaná strategie. U takto vytvořených reklamních komunikátů bude popsáno, pro jakou cílovou skupinu je výrobek/služba určen, jaká je motivace pro volbu daných výrazů, v čem spočívá atraktivita a efektivita reklamního sdělení, jakým způsobem reklama odráží nároky kladené na tvorbu reklamního sloganu apod. **Nedílnou součástí tvorby těchto vlastních reklamních sdělení bude pojednání o účinnosti reklamy v tuzemském a zahraničním prostředí, odůvodnění použitých prostředků ve vazbě na zemi, pro kterou byla reklama určena.**

- b) Úspěšné absolvování písemného testu, který bude ověřovat znalosti přednáškových okruhů a povinné literatury (**úspěšné vykonání písemného testu = min. 70procentní úspěšnost**).

**Innovation of Media Studies Program at Metropolitan University Prague: Norwegian
Inspiration (NF-CZ07-ICP-4-4602015)**

Activity 4: Creating project's outputs

Obsah přednášek a charakteristika práce v semináři:

Přednášky

1. Pravidla pro absolvování předmětu, představení základních tematických okruhů disciplíny, prezentace základní a rozšiřující literatury
2. Obecná charakteristika reklamního diskurzu, funkce reklamy, reklama jako funkce komunikace, modely reklamní komunikace, typologie reklamy, druhy reklamy ve vazbě na použité médium, národní reklamní styl, problematika překladu cizojazyčných reklam do českého prostředí
3. Možnosti analýzy jazyka reklam, specifické rysy reklamního jazyka, jazyková specifika reklam ve vazbě na kulturní zvyklosti
4. Fonetická rovina jazyka reklam, prozodické prostředky v reklamě (na příkladech reklam vytvořených v českém prostředí, příklady překladů reklam nadnárodních společností do českého prostředí)
5. Morfologická a syntaktická rovina jazyka reklam, porušování jazykové normy v reklamách
6. Lexikální rovina jazyka reklam, funkce cizích slov v českých a zahraničních reklamách, neologismy a okazionalizmy v současných českých a zahraničních reklamách
7. Obraznost vyjadřování v reklamních komunikátech, figury a tropy v reklamách
8. Vztah mezi textovou a obrazovou složkou v tištěných reklamách
9. Intertextualita v reklamě, jazykový humor v reklamách - odlišnosti jazykového humoru ve vazbě na kulturní specifika dané země
10. Způsoby navození kontaktu a adresátem v reklamních komunikátech z pohledu pragmatiky
11. Jazyková hra (práce s významy slov, dvojsmysly apod.)
12. Jazyková specifika reklam pro děti a mládež – komparace českého a norského prostředí
13. Závěrečné shrnutí

Charakteristika práce v semináři:

Nedílnou součástí předmětu jsem semináře, jejichž posláním je praktické procvičování získaných poznatků z jednotlivých přednáškových okruhů, a to s cílem osvojení dovedností pro analýzu zejména jazykové složky a jazykových strategií, vyskytujících se v současných reklamních komunikátech. V rámci seminářů budou prezentována vystoupení studentů (s podporou powerpointové či obdobné prezentace).

Pravidla práce v semináři:

- (a) maximální počet absencí: 3,
- (b) povinnost každého studenta vystoupit s referátem na vybrané téma (15–20 minut),

Innovation of Media Studies Program at Metropolitan University Prague: Norwegian Inspiration (NF-CZ07-ICP-4-4602015)

Activity 4: Creating project's outputs

(c) vypracování písemné verze referátu (rozsah cca 6–8 tzv. normostran, 10–13 tisíc znaků s mezerami).

Povinná literatura:

ČAPKOVÁ, R. Intertextualita jako prostředek přesvědčování v reklamě. In: *Metody a prostředky přesvědčování v masových médiích*. Ostrava: Filozofická fakulta Ostravské univerzity v Ostravě, 2005, s. 39–45. ISBN 80-7368-101-3.

ČAPKOVÁ, R. Intertextualita v reklamě jako prostředek přesvědčování dětí a mládeže. In: HÁJKOVÁ, E. (ed.) *Didaktické studie II*. Praha : PedF UK, 2005, s. 33–40. ISBN 80-7290-239-3.

ČMEJRKOVÁ, S. *Reklama v češtině, čeština v reklamě*. Praha: Leda, 2000. ISBN 80-85927-75-6.

HOLANOVÁ, R. *Intertextualita v reklamě*. Praha: Univerzita Karlova v Praze, Pedagogická fakulta, 2012. 167 s. ISBN 978-80-7290-513-3.

KŘÍŽEK, Z. a CRHA, I. *Jak psát reklamní text*. 4., aktualiz. a dopl. vyd. Praha: Grada, 2012. 220 s. Marketing. ISBN 978-80-247-4061-4

ZÍTKOVÁ, D. *Komunikační přístup ke zdvořilosti a jeho aplikace na reklamní texty*. Liberec: Bor, 2008. 303 s. Jazyky a texty. ISBN 978-80-86807-84-3.

Doporučená literatura:

BAUER, Z. a kol. *Jak vytvořit atraktivní obchodní název firmy, služby, produktu, značky: tvorba názvu - obchodního jména krok za krokem*. Vyd. 1. V Praze: Zdeněk Bauer, 2014. 340 s. ISBN 978-80-904272-7-3.

HORNÁK, P. *Kreativita v reklamě*. Vyd. 1. Zlín: VeRBuM, 2014. 293 s. ISBN 978-80-87500-49-1.

MONZEL, M. *99 tipů pro úspěšnější reklamu*. 1. vyd. Praha: Grada, 2009. 198 s. Manažer. Marketing. ISBN 978-80-247-2928-2.

POSPÍŠIL, J. a ZÁVODNÁ, L. *Jak na reklamu: praktický průvodce světem reklamy*. Vyd. 1. [Kralice na Hané]: Computer Media, 2012. 144 s. ISBN 978-80-7402-115-2.

Innovation of Media Studies Program at Metropolitan University Prague: Norwegian Inspiration (NF-CZ07-ICP-4-4602015)

Activity 4: Creating project's outputs

PRAVDOVÁ, M. *McDonald's - tak trochu jiná kultura?: případová studie o značce McDonald's a její reklamě*. Vyd. 1. Praha: Karolinum, 2006. 246 s. ISBN 80-246-1178-3.

SRPOVÁ, H. et al. *Od informace k reklamě*. Vyd. 1. Ostrava: Ostravská univerzita v Ostravě, Filozofická fakulta, 2007. 269 s. ISBN 978-80-7368-265-1.

VAVŘIČKOVÁ, A. *Děti a reklama*. 1. vyd. Liberec: Bor, 2010. 106 s. Jazyky a texty. ISBN 978-80-86807-44-7.

VYSEKALOVÁ, J. *Emoce v marketingu: jak oslovit srdce zákazníka*. 1. vyd. Praha : Grada, 2014. 289 s. Expert. ISBN 978-80-247-4843-6

VYSEKALOVÁ, J. *Psychologie reklamy*. 4., rozš. a aktualiz. vyd. Praha : Grada, 2012. 324 s. Expert. ISBN 978-80-247-4005-8.