

MEK2LOIF

PROGRAM PŘEDMĚTU

Obor vzdělání:	26-47-N/.. Informační technologie
Vzdělávací program:	26-47-N/22 Informatika ve firemní praxi
Ročník, období:	Druhý ročník, letní období
Předmět:	Mediální komunikace
Počet hodin:	0+ 2 hod. týdně, celkem za období 32 hod. z toho 32 hod. cvičení
Limit absence:	30%
Platnost od:	03.02.2025
Způsob ukončení:	Zápočet

I. Anotace:

Předmět se věnuje mediální komunikaci, která ovlivňuje život každého jednotlivce. Zabývá se charakteristikou a významem tradičních tištěných médií a také médií nových, elektronických, zvláště pak internetu, k němuž se řadí i sociální sítě. Pomáhá studentům orientovat se v informacemi zahlceném prostředí elektronických médií a nových technologií. Předmět navazuje na základní znalosti získané v semináři Komunikativní dovednosti a vede ke kompetencím, které lze využít v soukromém i profesním životě. Seznamuje studenty s významem veřejnoprávních médií, vede je k rozeznávání objektivních informací od mediální manipulace, dezinformace či fake news a zabývá se působením reklamy. Posiluje správné komunikační návyky a vede ke kritickému myšlení. Učí studenty chápat vliv médií a pracovat s informacemi v každodenním životě.

II.

Tematické okruhy	Počet hod. (z toho cvičení) / celkem
1. Druhy médií 1.1. Veřejnoprávní média 1.2. Soukromá média, jejich vlastníci a dosah 1.3. Sociální sítě 1.4. Argumentace a argumentační fauly	10 (10) / 10
2. Specifika mediální komunikace 2.1. Stručná historie médií 2.2. Mediální gramotnost 2.3. Infotainment 2.4. Veřejné mínění 2.5. Základy krizové komunikace	10 (10) / 20
3. Manipulace v médiích 3.1. Propaganda v historii a současnosti 3.2. Hybridní válka a ruské trolí farmy	6 (6) / 26
4. Komunikace prostřednictvím reklamy 4.1. Základní prvky marketingové komunikace 4.2. Politický trh a marketing politické kampaně	6 (6) / 32

III. Hodnocení výsledků studentů:

Aktivní zapojení do práce v hodinách; samostatná práce s argumentačními fauly a její prezentace; nalezení a analýza konkrétního hoaxu, fake news nebo propagandy.

IV. Seznam doporučené literatury ke studiu:

- ALVAROVÁ, Alexandra. *Průmysl lži: propaganda, konspirace a dezinformační válka*. 3., rozšířené vydání. Praha: Stanislav Juhaňák - Triton, 2022. ISBN 978-80-7684-056-0.
- BECK, Gloria. *Zakázaná rétorika: 30 manipulativních technik*. Praha: Grada, 2007. ISBN 978-80-247-1743-2.
- BERCKHAN, Barbara. *Komunikace bez zábrán: jak se naladit na společnou vlnovou délku*. Praha: Portál, 2012. ISBN 978-80-262-0066-6.
- BRINDA, René. *Soutěžní rétorika: debatování formou Karl Popper*. Praha: Stanislav Juhaňák - Triton, 2023. ISBN 978-80-7684-184-0.
- EDMÜLLER, Andreas a WILHELM, Thomas. *Velká kniha manipulativních technik*. Praha: Grada, 2011. ISBN 978-80-247-3778-2.
- GILES, David. *Psychologie médií. Z pohledu psychologie*. Praha: Grada, 2012. ISBN 978-80-247-3921-2.
- GREGOR, Miloš a MLEJNKOVÁ, Petra. *Nejlepší kniha o fake news, dezinformacích a manipulacích!!!*. [Brno]: CPress, [2019].
- HUĎO, Ľubomír. *Mediální krysy, aneb, Jak novináři manipulují*. Přeložil Petr ŽANTOVSKÝ. Praha: Česká citadela, 2019. ISBN 978-80-907399-4-9.
- JACHTCHENKO, Wladislaw. *Manipulativní rétorika: nejlepší manipulativní triky a techniky*. Přeložil Iva MICHŇOVÁ. Praha: Grada, 2019. ISBN 978-80-271-2205-9.
- JIRÁK, Jan a KÖPPLOVÁ, Barbara. *Média a společnost*. Vyd. 2. Praha: Portál, 2007. ISBN 978-80-7367-287-4.
- MCQUAIL, Denis. *Úvod do teorie masové komunikace*. 4., rozš. a přeprac. vyd. Praha: Portál, 2009. ISBN 978-80-7367-574-5.
- NAZARE-AGA, Isabelle. *Nenechte sebou manipulovat*. Vyd. 7. Přeložil Hana PROUSKOVÁ. Praha: Portál, 2014. ISBN 978-80-262-0652-1.
- ROSLING, Hans; ROSLING, Ola a ROSLING RÖNNLUND, Anna. *Faktomluva: deset důvodů, proč se mýlíme v pohledu na svět - a proč jsou věci lepší, než vypadají*. Přeložil Eva NEVRLÁ. Pod povrchem. V Brně: Jan Melvil Publishing, 2018. ISBN 978-80-7555-056-9.
- SMIL, Vaclav. *Čísla nelžou: 71 věcí, které potřebujeme vědět o světě*. Přeložil Roman ŠOLC. Praha: Voxi, [2023].
- ŠEDÝ, Jiří. *Kritické myšlení*. Praha: Galén, [2021]. ISBN 978-80-7492-543-6.
- VYSEKALOVÁ, Jitka. *Psychologie reklamy*. 5., rozšířené a aktualizované vydání. Expert (Grada). Praha: Grada Publishing, 2023. ISBN 978-80-271-3654-4.
- ŽANTOVSKÁ, Irena. *Průvodce labyrintem médií: vybrané kapitoly z mediální komunikace*. V Praze: Vysoká škola kreativní komunikace, 2023. ISBN 978-80-88431-16-9.

Zpracoval, datum: Mgr. Jan Anderle, 02.02.2025

Vyučuje: Mgr. Jan Anderle