



INSTITUT KOMUNIKAČNÍCH STUDIÍ A ŽURNALISTIKY

Fakulta sociálních věd Univerzita Karlova

NEWSLETTER IKSŽ | Listopad 2015 | Odborné publikace



Odborné články a kapitoly v monografiích

Antisemitismus a česká média v počátečním období protektorátu

Petr BEDNAŘÍK, Jan CEBE

in: *Tereziánské listy* 43, *Památník Terežín*, 2015, s. 50-64.

Předkládaný text stručně představuje vztah antisemitismu a legálních českých médií v úvodním období Protektorátu Čechy a Morava, konkrétně od března 1939 do konce roku 1940. Na několika klíčových případech autoři ukazují, jak byla ideologie antisemitismu v médiích propagována, a to jak prostřednictvím zpravodajství, tak i za pomoci fiktivních obsahů. Zabývá se i rolí médií a některých mediálních profesionálů v rámci vytváření tlaku na českou protektorátní reprezentaci zastupovanou protektorátní vládou a vedením Národního souručenství.

Alternative mainstream media in the Czech Republic: beyond the dichotomy of alterative and mainstream media

Roman HÁJEK, Nico CARPENTIER

in: Continuum-Journal Of Media & Cultural Studies, 2015, 29(3): 365-382.

The notion of alternative media is confronted with endless discussions about its key features and practices, which allow academics and media practitioners to differentiate alternative media from mainstream media. [This article](#) critically contributes to this debate by deconstructing and complicating the dichotomy between alternative and mainstream media.

Slezský kulturní ústav v Praze 1945-1948 (Struktura, osobnosti a cíle)

Jiří KNAPÍK

in: Časopis Slezského zemského muzea – ř. B, 2015 (roč. 64), č. 2, s. 165-176.

Towards hypermedia campaigning? Perceptions of new media's importance for campaigning by party strategists in comparative perspective

Darren G. LILLEKER, Jens TENSCHER, Václav ŠTĚTKA

in: Information, Communication & Society, 2015, 18(7): 747-765.

[This paper](#) analyses strategic thinking around election campaign communication in a rapidly evolving media environment, characterized by the rise of digital communication channels and online social networks as new tools of political campaigning. Using an expert survey with campaign managers of 68 political parties within 12 European nations, representing both old and new EU member states, the study investigates the perceived importance of different types of communication platforms in meeting campaign objectives, especially with regard to differences between new and direct modes of campaigning in comparison to traditional campaign channels.

Czech women screenwriters: from socio-critical films to fairy tales

Alice NĚMCOVÁ TEJKALOVÁ

in: Nelmes, J. – Selbo, J. (eds.). *Women Screenwriters: An International Guide*. London: Palgrave Macmillan: 249-253.

Czech screenwriting has tended to be a male profession, however more women have written for the screen than directed. [The chapter](#) briefly summarizes the history of Czech women screenwriting.

Foreign Correspondents in the Czech Republic: Coping with social transition and financial crisis

Alice NĚMCOVÁ TEJKALOVÁ, Filip LÁB, Filip

in: TERZIS, Georgios. *Mapping Foreign Correspondence in Europe*. 1 vyd. New York: Routledge, 2015

[The book](#) studies the current trends of foreign correspondence in Europe. The EU's expansion has had abundant effects on news coverage and some of the European capitals have become home to the biggest international press corps in world. So, who are these "professional strangers" stationed in Europe and how do they try to make their stories, that are clearly important in today's interconnected world, interesting for viewers and readers?

A study in the history of meaning-making: Watching socialist television serials in the former Czechoslovakia.

Irena REIFOVÁ

in: *European Journal of Communication*, 2015, 30(1): 79-94.

The aim of [this article](#) is to map out and analyze how the viewers of the communist-governed Czechoslovak television understood the propagandist television serials during the so-called normalization, the last two decades of communist party rule after the Prague Spring. It strives to show peculiarities of the research on television viewers' capabilities to remember the meanings and details of hermeneutic agency which took place in the past.

Faithful confidants or fickle coat-changers? Audience's perceptions of celebrities in political campaigns before the first direct presidential election in the Czech Republic

Markéta ŠTECHOVÁ, Roman HÁJEK

As the first of its kind, the direct vote for the Czech presidency in 2013 was an exceptional event. In terms of political campaigning, an interesting aspect of the election was in the unprecedentedly high involvement of celebrities. Based on data from focus group research, the aim of [this article](#) is to analyse audiences' perceptions of, and attitudes towards, the presence of celebrities in the campaign.

The Precondition of Creative Work

Martin ŠTOLL

in: *Scriptum: Creative Writing Research Journal*, 2015, 2(2): 46-62.

[The artical](#) offers a reflection on the cumulation of energy which is essential for the creative process and which is mostly present in debuts or in a mature work of an author. Attention will be drawn to the almost forgotten magical dimension of creative work and its influence on identity play. Last but not least, the precondition of creative writing will be defined

Excuse my poor English: language management in English-language online discussion forums

Jaroslav ŠVELCH

in: *International Journal of the Sociology of Language*, 2015 (232): 143–175.

Using the framework of Language Management Theory (LMT), [this article](#) seeks to analyze the ways in which non-native speakers negotiate their position in English-language online discussion forums. Based on the material collected from four discussion forums, competing opinions have been identified regarding the acceptability of “bad English” and the need for language management

Good girls don't comment on politics? Gendered character of online political participation in the Czech Republic

Lenka VOCHOCOVÁ, Václav ŠTETKA & Jaromír MAZÁK

in: *Information, Communication & Society*, published online first 25 Sep 2015.

[The article](#) aims to contribute to the still relatively unexplored area of the relationship between gender and online political participation. Using two

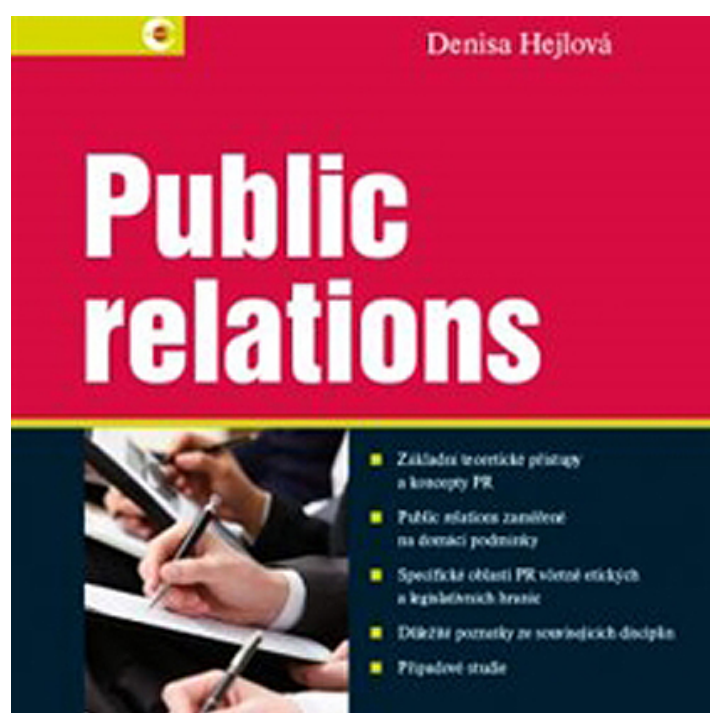
complementary methods – a representative, post-election survey of the adult Czech population and a content analysis of communication on the selected Czech political parties' Facebook profiles during the campaign for the 2013 Parliamentary Elections – we attempt to challenge some established assumptions regarding the allegedly equalizing effect of the Internet and social media on participatory behaviour of men and women.

Monografie

Public relations

Denisa HEJLOVÁ

Grada, 2015



Publikace je určena studentům vysokých škol, PR manažerům, tiskovým mluvčím a dalším pracovníkům PR v komerčním, státním a veřejném sektoru. Představuje základní teoretické přístupy a koncepty, důležité poznatky ze souvisejících disciplín, a popisuje specifické oblasti PR včetně jejich etických a legislativních hranic.

Jak zábavné je informovat

David Klimeš

Karolinum, 2015

Publikace "Jak zábavné je informovat. Infotainment čili infozábava v teorii, praxi a českém kontextu" shrnuje teoretické uvažování o pronikání zábavy do zpravodajství a předkládá odpovídající koncept infotainmentu, skrze který je užitečné jednotlivé infozábavní jevy analyzovat. Přináší také nový pohled na to, jak k šíření



David Klimeš

Jak zábavné je informovat
Infotainment čili infozábava
v teorii, praxi
a českém kontextu

infozábavy do médií přistupovat.

Marketingová komunikace a public relations

Jan HALADA (ed.)

Karolinum, 2015



Slovník kolektivu autorů z FSV UK tvoří pendant k úspěšné Praktické encyklopedii žurnalistiky. Obsahuje přes dvě stě padesát výkladových hesel, která umožňují základní orientaci v klíčových konceptech oboru. Je určen jak studentům, tak těm, kteří s pojmy marketingové komunikace přicházejí do styku v rámci své profese.

Dias: Fotografie/Photographs 1956-2015

Pavel DIAS, Jan HAVEL, Filip LÁB

Karolinum, 2015

Fotografické dílo Pavla Diase patří mezi základní práce české novinářské a dokumentární fotografie. Stal se jedním z hlavních nositelů odkazu klasické humanistické fotografie u nás a tento přístup si udržel až do dnešních dní.



Ve svém vidění a zobrazování světa absolutně empatický. [Monografii](#) připravili Filip Láb a Jan Havel.

Mediální studia

MEDIÁLNÍ STUDIA

JOURNAL FOR CRITICAL MEDIA INQUIRY

V červnu 2015 vyšlo nové číslo časopisu [Mediální studia](#), jehož vydávání zajišťuje IKSŽ. Odborné texty zde publikovaly doktorandky IKSŽ. Veronika Trestrová připravila text: [Vztah ke KSČ, autocenzura a zpětné hodnocení médií: rozhovory s českými regionálními novináři z období normalizace](#) a Jana Teplá text [Mládež ve fotografiích v Mladém světě 1960–1990](#).

Copyright © IKSŽ FSV UK | Foto kredit: [Les Chatfield](#)

e-mail:

koterova@fsv.cuni.cz

Přejete si dostávat newsletter?

Můžete [změnit své nastavení](#), nebo se [odepsat z mailing listu](#).