



**VYHLÁŠKA GARANTA STUDIJNÍHO PROGRAMU**  
**KOMUNIKAČNÍ STUDIA č. 1/2025**  
**o podobě státních závěrečných zkoušek ve studijním programu**  
**Komunikační studia se specializacemi**

Na základě schválené akreditace a na základě návrhů garantů jednotlivých specializací stanovují obsahovou podobu Státních závěrečných zkoušek pro program *Komunikační studia*.

Státní závěrečná zkouška sestává ze tří částí:

**Společné části pro všechny specializace:**

1. (JBAK01) Obhajoba bakalářské práce
2. (JSZ385) Ústní část Základy komunikace

**Specializační zkouška:**

3. (JSZ388) Ústní část Marketingová komunikace a PR
3. (JSZ387) Ústní část Mediální studia
3. (JSZ386) Ústní část Žurnalistika

**Oddíl 1: OBHAJOMA BAKALÁŘSKÉ PRÁCE**

„Obhajoba bakalářské práce“ vychází z nadřazených dokumentů Studijní a zkušební řád UK (platného od akademického roku 2020/2021) a Pravidla pro organizaci studia na FSV UK Čl. 11. (platná od akademického roku 2020/2021)

**Oddíl 2: SPOLEČNÁ ÚSTNÍ ČÁST ZÁKLADY KOMUNIKACE**

Zkouška je tvořena otázkami, které vycházejí z předmětů *Základy sociální komunikace a Digitální komunikace* a práce s informacemi (student si vytáhne jednu otázku), a *Dějiny komunikace* (student si vytáhne jednu otázku).

**Dějiny komunikace**

- 1) Vývoj komunikace do 15. století – způsoby komunikace do počátku knihtisku, mezilidská komunikace, dopisy, pošta, církevní komunikace.
- 2) Komunikace v 16. - 17. století – proměny komunikace od vynálezu knihtisku, vznik novin a časopisů, charakteristika čtenářů.
- 3) Komunikace v 18. století – média jako místo prezentace politických názorů, občanská civilní společnost, shromažďování vědeckého poznání, osvícenství – otázky svobody projevu, média jako nástroj národního sebeuvědomování (kulturního i politického)



- 4) Rozvoj masových médií, informace jako obchodní komodita – vznik tiskových agentur, komercializace médií, proměny novinářské práce, čtenářské skupiny, vznik reklamních agentur, tvorba veřejného mínění, využití fotografie v médiích.
- 5) Rozvoj kinematografie v době němého filmu do 1. světové války (filmoví průkopníci, rozvoj filmového průmyslu, vznik Hollywoodu)
- 6) Vývoj rozhlasového vysílání ve 20. a 30. letech 20. století – rozdíl mezi evropským a americkým přístupem k obsahu vysílání, charakteristika posluchačů rozhlasu, využití rozhlasu k politickým cílům, otázka vztahu rozhlasu a vysílání kulturních obsahů.
- 7) Rozvoj kinematografie v meziválečném období (filmový průmysl, nástup zvukového filmu, charakteristika filmových diváků, otázka uměleckého x versus komerčního pojetí kinematografie, film jako způsob trávení volného času).
- 8) Propaganda a média – zapojení médií do propagandy v době 1. světové války, aktivizace příjemců mediálních sdělení, formy propagandy Německo–Sovětský svaz–USA, propaganda za 2. světové války
- 9) Rozvoj televizního vysílání – televizní průkopníci ve 30. letech, vývoj od konce 40. let 20. století – pohled evropský x americký na obsah a fungování televizního vysílání, televize jako socializační nástroj, společnost volného času, vztah televize a filmu, využití televize pro politické cíle.
- 10) Média jako nástroj ideologického boje mezi Východem a Západem v 50. letech – ideologie ve filmové produkci, vztah médií a politických stran, nástroje přesvědčování příjemců mediálních obsahů, situace v USA – mccarthismus, propaganda v zemích východního bloku.
- 11) Komunikace v 60. letech – rozvoj televize, fungování filmového průmyslu, tištěná média, využití fotografií, hudební průmysl, počátky síťové komunikace.
- 12) Období 70.–80. let 20. století – aféry Pentagon papers a Watergate, média jako hlídací pes demokracie, rozvoj komerčního rozhlasového a televizního vysílání v Evropě, bulvární média, nástup kabelového a satelitního vysílání, video – nový způsob trávení volného času, rozvoj počítačové techniky.
- 13) Zásadní proměny komunikace od 90. let 20. století (e-mail, mobily), vliv na mezilidskou komunikaci i na přenos mediálních obsahů, svět jako globální vesnice, vliv globalizace na kulturu, internet jako pole prezentace názorů, vztah médií a politiky, boj médií o čtenáře/posluchače/diváka, proměny podoby rozhlasového a televizního vysílání, fungování filmového průmyslu, sociální sítě.

#### Literatura k části Dějiny komunikace

BEDNAŘÍK, P. – JIRÁK, J. – KÖPPLOVÁ, B. *Dějiny českých médií. Od počátku do současnosti.* Grada 2019.

BRIGGS, A. – BURKE, P. *A social history of the media: from Gutenberg to the Internet.* Polity Press, 2007.

DeFLEUR, M. – BALL-ROKEACH, S. *Teorie masové komunikace.* Karolinum 1996.

ECO, U. *Skeptikové a těšitelé.* Argo, 2006.

EMERY, M. – EMERY, E. – ROBERTS, N. L. *The press and America: an interpretative history of the mass media.* Allyn and Bacon, 2000.



- JOWETT, G. – O'DONNELL, V. *Propaganda and persuasion*. Sage, 2015.  
KÖPPOVÁ, B. – KÖPPL, L. *Dějiny světové žurnalistiky*. Novinář, 1989.  
KOVARIK, B. *Revolutions in Communication. Media History from Gutenberg to the Digital Age*. Bloomsbury Academic, 2016.  
McLUHAN, M. *Jak rozumět médiím: extenze člověka*. Mladá fronta, 2011.  
POSTMAN, N. *Ubavit se k smrti: veřejná komunikace ve věku zábavy*. Mladá fronta, 2010.  
PROKOP, D. *Boj o média: dějiny nového kritického myšlení o médiích*. Karolinum, 2005.  
THOMPSON, K. – BORDWELL, D. *Dějiny filmu: přehled světové kinematografie*. NAMU, 2007.

### Základy komunikace

- 1) Stanovte si kritéria pro rozlišování různých typů sociální komunikace, na základě těchto kritérií nabídněte typologii sociální komunikaci a vyložte, ke kterému typu patří: pro každý termín vybrat jiný příklad zkouška, kterou právě zažíváte / silniční kontrola řidiče hlídkou dopravní policie / beseda členů čtenářského klubu s autorem / karetní hra čtyř přátel v restauraci / návštěva u praktického lékaře / hádka manželů v ložnici / sledování televizního přímého přenosu z jednání PS PČR
- 2) Vyložte, co je konotace a jak se dá konotace používat pro tzv. implicitní hodnocení například ve zpravodajství. Výklad založte na smyšlených příkladech, které si sám/sama vytvoříte.
- 3) Vyložte, co je znak, uveďte typy znaků s příklady, charakterizujte obor/obory, které/které se studiu znaků věnují, a jeho/jejich výrazné představitele.
- 4) Vyložte a na příkladech ilustруйте specifické rysy síťové komunikace a vysvětlete, jak její existence ovlivnila současnou podobu interpersonální a masové komunikace
- 5). Vyložte proměny lidské komunikace od počátků k dnešku založené na vývoji komunikačních technologií
- 6) Charakterizujte různé modelové přístupy k výkladu průběhu a role komunikace a k výkladu jednotlivých modelů využijte jednu vybranou komunikační situaci z následující nabídky: zkouška, kterou právě zažíváte / vysokoškolská přednáška / svatba / natáčení rozhovoru do televizního zpravodajství / placení u pokladu (nikoliv samoobslužné!) v supermarketu / potlesk na konci divadelního představení / komunikace v chatu MS Teams
- 7) Vyložte roli přirozeného jazyka v sociální komunikaci a v procesu poznání
- 8) Vyložte a na konkrétních příkladech ilustруйте komunikační problémy, které nastávají v interkulturní komunikaci
- 9) Vyložte, v čem se liší či může lišit záměr podavatele zakódovaný do sdělení od interpretace sdělení uživatelem
- 11) Uveďte hlavní znaky „společnosti pozdní doby“, tj. společnosti formované síťovými digitálními médii. (Vyberte si jeden z pojmů a rozeberte: infodemie, společnost informační obezity, popř. společnost informačního přehlčení, společnost post-faktická, společnost post-pravdivá, společnost uniklých důvěrných sdělení o všech a o všem)
- 12) Digitální mediamorfóza a proměna zdrojů po jejím nástupu. Typologie zdrojů klasických a digitálních, síťová digitální média jako zdroje informací.



- 13) Typologie přístupů ke zdrojům – jakým způsobem lze rozčlenit přístupy ke zdrojům na základě způsobu jejich zpracování (vědecký, novinářský, publicistický, marketingově-propagační apod.). Vyberte jeden a podrobněji vysvětlete.
- 14) Manipulace a propaganda: základní principy a podstata fungování, manipulativní komunikace, persvazivní komunikace a její role ve společnosti.
- 15) Nástup prvků umělé inteligence do sociální komunikace – automatické generování textů a videí, problematika deepfakes, automatizovaná žurnalistika (popř. algo-žurnalistika), personalizované zpravodajství a personalizovaná reklama – přínosy a limity předmětných fenoménů (např. echo chambers, economy of emotions aj.).
- 16) Etické otázky problematiky práce se zdroji a informacemi – klasifikace zdrojů z hlediska jejich anonymizace, veřejný zájem vs. anonymní zdroje, plagiátorství a ochrana duševního vlastnictví, ochrana osobních údajů, ochrana spotřebitele, analýza a využívání big data, analýza monitoringu sociálních médií apod.)
- 17) Vybrané aspekty normativního rámce sociální komunikace (externí regulace) – základy právního rámce v ČR, který souvisí se zdroji a informacemi (tzn. Listina základních práv a svobod, zákon o svobodném přístupu k informacím, ochrana osobních údajů, ochrana spotřebitele v zákonech o reklamě, o provozování rozhlasového a televizního vysílání).
- 18) Informační poruchy jako symboly doby – misinformace, dezinformace a malinformace v proměnách času, další formy informačních poruch (hoax, clickbait, konspirace aj.), stigmatizace fake-news a fake-media jako součást politické komunikace a strategie, formy obrany proti těmto strategiím.

#### **Literatura k části Základy komunikace:**

- DeVITO, J. A. *Základy mezilidské komunikace*. Grada Publishing, 2001.
- EYSENBACH, G. *How to Fight an Infodemic: The Four Pillars of Infodemic Management*. Journal of Medical Internet Research, 22(6), 2020. Dostupné z <https://www.jmir.org/2020/6/e21820/>.
- JAKUBOWICZ, K. *Nová ekologie médií. Konvergence a mediamorfóza*. VeRBuM, 2013.
- JIRÁK, J.-KÖPPLOVÁ, B.: *Masová média*. Portál, 2015
- MCLUHAN, M. *Jak rozumět médiím: extenze člověka*. Odeon, 1991.
- MORAVEC, V. *Proměny novinářské etiky*. Academia, 2020.
- MORAVEC, V. *Média v tekutých časech. Konvergence audiovizuálních médií v ČR*. Academia, 2016.
- PETRUSEK, M. *Společnosti pozdní doby*. Sociologické nakladatelství, 2007.
- VYBÍRAL, Z. *Psychologie lidské komunikace*. Portál, 2001.
- WARDLE, C. *The Need for Smarter Definitions and Practical, Timely Empirical Research on Information Disorder*. Digital Journalism, 6(8), 2018. DOI: 10.1080/21670811.2018.1502047.



FAKULTA  
SOCIÁLNÍCH VĚD  
Univerzita Karlova

### **Oddíl 3: SPECIALIZAČNÍ ČÁST**

Každá specializace (Marketing a PR, Mediální studia, Žurnalistika) si stanovila podobu ústní zkoušky tak, aby reflektovala specifika oboru a znalosti/dovednosti, které chce zkoušet. Protože se všechny tři specializace ve svých rozhodnutích liší, jsou podoby otázky, resp. podoba zkoušení obsaženy v příloze.

#### **Závěrečné ustanovení:**

Podoba Státní závěrečné zkoušky nabývá účinnosti v akademickém roce 2024/2025.  
Podrobnosti o její organizaci budou upřesněny.

prof. MgA. Martin Štoll, Ph.D.  
garant studijního oboru Mediální studia

V Praze 24. 2. 2025

5



FAKULTA  
SOCIÁLNÍCH VĚD  
Univerzita Karlova

## PŘÍLOHA VYHLÁŠKY GARANTA KOMUNIKAČNÍCH STUDIÍ specializace MEDIÁLNÍ STUDIA

Specializační část Mediálních studií má podobu **analýzy textu**.

Zkoušející si vylosuje jeden z textů, které byly publikovány ve veřejných zdrojích, ale které dopředu nezná.

Pro analýzu a její způsob uchazeče připravuje povinný předmět JKB232 *Praktická analýza mediálních textů* (nové ročníky od 2024), případně v rámci *Bakalářského semináře*.

Na konci každého textu je pět otázek, které zkoušený/á postupně odpoví. První čtyři otázky se týkají textu samotného, pátá otázka je kontextualizační – teoretická. Seznam těchto tzv. pátých otázek přihlášení na státnice dostanou měsíc před státnicemi, aby se na ně mohli připravit.