

Masmédia – maturitní okruhy 2024/2025

Periodizace dějin z pohledu masové komunikace. Popis jednotlivých etap komunikace, Masová komunikace, její popis. Komunikační vzorec. Legislativní rámec v ČR, kterým se řídí.

Stručný vývoj a historické postavení médií ve společnosti (knihtisk až internet), přínos 19. století pro vývoj médií, Pulitzer a jeho přínos pro média, vliv BBC na etiku v moderních médiích.

Komunikace, typy komunikace a jejich popis, asertivní pravidla. Základní komunikační vzorce. Globalizace a její vliv na masmédia. Milníky v masové komunikaci konec 20. století (nové přístupy v žurnalistice).

Vývoj tištěných médií, první noviny, historie tisku v USA, komiks, bulvár, vývoj tisku v našich zemích, vliv 19. století na masmédia.

Masová komunikace – masové publikum jeho charakteristika, prostředky přenosu zpráv, veřejná dostupnost, periodicita. Vliv AI na masmédia v současnosti. Legislativa, kterou se řídí média v ČR. Proměna žurnalistiky od 19. století do současnosti.

Vliv a postavení masmedií v reklamní komunikaci, výhody a negativa reklamy v jednotlivých médiích. Reklama online a offline, rozdíly. Legislativa týkající se reklamy.

Žurnalistika, žurnalistická etika, zdroje žurnalistických informací. Významní zástupci českých novinářů–3 představitelé. Popis zprávy. Tisková zpráva a její náležitosti.

Vznik a vývoj tištěných médií. Historický přehled Německo, Anglie, Čechy. Klasická žurnalistika a bulvár. Popis a příklady periodik historie, současnost. Vliv Pulitzera na žurnalistiku.

Veřejný projev. Téma, příprava, analýza publika, výběr jazykových prostředků, argumentace. Rozdíl připravený x nepřipravený projev. Tiskový mluvčí – popis jeho úlohy pro firmu, osobnost tiskového mluvčího.

Tiskový mluvčí. Tisková konference. Tisková zpráva – její náležitosti. Etika v žurnalistické praxi. Organizace, které sdružují tiskové mluvčí a co mají za úkol. Monitoring médií, co to je, popis, příklady.

Veřejnoprávní média v ČR. Funkce médií, vnitřní a vnější regulace médií. Reklama ve veřejnoprávních médiích. Koncesionářské poplatky, Rada pro rozhlasové a televizní vysílání.

Informace. Zdroje informací. Práce s informacemi v tištěných a elektronických médiích. Globalizace médií. Milníky v období globalizovaných médií (první přenos války v přímém přenosu atd). Dotazník a jeho využití pro média, typy otázek.

Rozhlas – vznik, vývoj ve světě (USA, Anglie) i v ČR. Osobnosti spojené s Radio Journal. Charakteristika média, legislativa, kterou se řídí vysílání rozhlasu v současnosti. Rada pro rozhlasové a televizní vysílání.

Televize – vznik, vývoj ve světě i v ČR. Osobnosti spojené s prvním televizním vysíláním, vývoj vysílání v ČR. Analogové vysílání, digitální vysílání. Charakteristika média, legislativa, kterou se řídí vysílání televize v současnosti. Rada pro rozhlasové a

televizní vysílání.

Film a fotografie – stručná historie a mediální význam. Historický vývoj fotografie, filmu. Osobnosti fotografie, filmu. První filmy, úloha kamery, ruská, německá kinematografie, USA film. Filmové úspěchy českého filmu ve světě.

Internet – vliv „nových“ médií na společnost. Internet jako médium, internet jako součást života. Legislativa, kterou se řídí masová média v ČR. Sociální sítě, charakteristika. Využití AI. Popište 3 aplikace, které pracují s AI a jejich využití v masmédiích.

Investigativní žurnalistika, popis, první kauza, kauzy u nás. Agenda setting, propaganda, stereotypy a předsudky v médiích.

Mediální výzkum, měření sledovanosti médií. Masová média, jejich charakteristika, masové publikum. Dopad digitální transformace na mediální prostředí. Využití AI v mediálním prostředí.

Zpravodajství. Stavba zprávy a její hodnota. Zprávy v klasických a elektronických médiích. Struktura zprávy. Novináři naší doby, styl jejich práce. Infotainment a další příklady současné žurnalistiky.

Publicistika. Hlavní útvary. Investigativní žurnalistika. Žurnalisticko-politická aféra. Příklady z historie. Mediální instituce v ČR. Legislativní úprava médií v ČR.

Mediální gramotnost, ochrana určitých cílových skupin před dopadem masmédií. Netiketa. Využití sociálních sítí pro volný čas jedince. Nastavení reklamních kampaní a rozdíl mezi jednotlivými sítěmi. Média a zábava, druhy a žánry. Infotainment. Etika v masových médiích. Legislativa.

Reklama v masmédiích. Propaganda, politická reklama, sociální reklama, komerční sdělení. Vliv online reklamy na mediální prostředí a spotřebitelské vnímání. Trendy a strategie v digitálním marketingu. Komunikační prostředky 21. století, internet a submédiá, sociální sítě, AI – Leonardo a další aplikace.

Základní funkce masmédií, veřejnoprávní média v České republice, vznik zábavných formátů a jejich popis. Interaktivita v masmédiích. Druhy mediální zábavy, zábavní žánry.

Vnitřní fungování médií, struktura mediální organizace, výrobní postupy, uzávěrka, výběr témat, rozsah a zařazení zpráv, náklady a financování médií.

Sociální sítě, využití v reklamě, magnet na zákazníky, typy žurnalistiky, specifické znaky žurnalistiky, rozdíl oproti zpravodajství, AI přínos nebo problém.