

OBSAH

Cíl kurzu	5
Úvodní cvičení	6
1 Média jako sdělovací prostředky	8
2 Principy mediálního světa	9
3 Fungování médií	11
3.1 Publikum	13
3.2 Marketing a publikum	14
4 Vlivy na činnost médií	15
4.1 Zákony	15
4.2 Profesní standardy (etické kodexy)	16
4.3 Osobní vazby	17
4.4 Postoje a preference společnosti, především publika	17
5 Mediální analýzy, mediální produkty a jejich analýza	18
5.1 Mediální analýzy	18
5.2 Mediální produkty a jejich analýza	18
6 Zpravodajství	21
6.1 Vytváření zpráv	21
6.2 Zpravodajské hodnoty	22
6.2.1 Výskyt	22
6.2.2 Blízkost	22
6.2.3 Jednoznačnost	23
6.2.4 Novost	23
6.2.5 Průběžnost	23
6.2.6 Vztah k elitním národům či státům a vztah k elitním osobám či celebritám	24
6.2.7 Personalizace	24
6.2.8 Negativita	24
6.2.9 Překvapení	24
6.2.10 Předvídatelnost	24
6.2.11 Relevance	24

6.3	Zpracovatelské hodnoty	24
6.4	Důvěryhodnost zpravodajství	24
6.5	Předpojatosti ve zprávách	26
6.5.1.	Výběr a vynechání informací	26
6.5.2	Pořadí a umístění informací	26
6.5.3	Titulky článků	26
6.5.4	Volba obrazových prostředků	27
6.5.5	Volba jazykových prostředků	27
6.5.6	Počty a statistiky	28
6.6	Zpravodajství jako zábava	28
7	Stereotypy v médiích	30
7.1	Jak by měla média informovat o příslušnících menšin	33
	Literatura	35