

Národní kvalifikační rámec terciárního vzdělávání

MEDIÁLNÍ STUDIA



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

SPOLUFINANCOVÁNO EVROPSKÝM SOCIÁLNÍM FONDEM A STÁTNÍM ROZPOČTEM ČESKÉ REPUBLIKY

Oblasti vzdělávání v Národním kvalifikačním rámci terciárního vzdělávání

Oblasti vzdělávání se rozumí ucelený a vzájemně související úsek terciárního vzdělávání, v jehož rámci vznikají a uskutečňují se studijní programy. Oblast vzdělávání přitom není pouhým souhrnem v současnosti uskutečňovaných studijních programů s určitým společným jádrem, ale spíše prostorem, který by měl umožnit flexibilní vývoj studijních programů v budoucnu (integrace a další přeměny existujících programů a vznik programů nových).

Oblast vzdělávání je vymezena především deskriptory popisujícími výstupy z učení, které standardizovanou formou vyjadřují cíle vzdělávání a rovněž odrážejí společný teoretický metodologický, případně také filozofický a hodnotový základ dané oblasti vzdělávání.

Obecný popis oblasti vzdělávání zahrnuje zejména:

- jednoduchý a výstižný název oblasti vzdělávání;
- stručný popis historie, povahy a tematického rozsahu oblasti vzdělávání;
- poslání oblasti vzdělávání (co je předmětem a cílem poznávání v dané oblasti);
- uvedení páteřních oborů, které jsou jako akademické disciplíny pro danou oblast vzdělávání charakteristické a určující;
- vymezení cílů vzdělávání v dané oblasti;
- rámcový profil absolventů v dané oblasti vzdělávání s uvedením charakteristických profesí, zejména pak profesí regulovaných, které jsou relevantní;
- vztahy k ostatním oblastem vzdělávání (vč. mezních oborů).

Deskriptory oblastí vzdělávání převádějí volněji formulované popisy oblastí vzdělávání do kategorie očekávaných výstupů z učení – znalostí, dovedností a dalších způsobilostí (kompetencí) absolventů, a to v souladu s národními deskriptory kvalifikačního rámce. Zaměřují se přitom na:

- **odborné znalosti** (konkretizace faktických i teoretických znalostí a stupně porozumění typického absolventa páteřního oboru),
- **odborné dovednosti** (konkretizace výzkumných, uměleckých nebo jiných praktických postupů uplatňujících odborné znalosti dané úrovně).

Pokud jde o obecné způsobilosti, tato kategorie vyjadřuje především kontext, v němž se od absolventa očekává, že bude odborné znalosti a odborné dovednosti uplatňovat, a míru samostatnosti a odpovědnosti, s jakou tak bude činit. Obecné způsobilosti jsou obecně popsány národními deskriptory jako společné napříč všemi oblastmi vzdělávání, a deskriptory oblastí vzdělávání proto tento typ výstupů z učení v zásadě nespecifikují.

Závaznost oblastí vzdělávání

Je přirozené, že existující oblasti vzdělávání zahrnují širokou a proměnlivou škálu oborů s různou mírou akademického nebo naopak profesního zaměření, z nichž některé se nacházejí na pomezí dalších oblastí vzdělávání. Účelem formulace deskriptorů oblastí vzdělávání proto zjevně nemůže být stanovení minimálního standardu platného pro všechny obory v dané oblasti vzdělávání, ani stanovení akademicky optimálního profilu absolventa. **Deskriptory oblastí vzdělávání se budou vztahovat k typickému absolventu páteřního oboru oblasti vzdělávání a budou vyvážené brát v úvahu akademický i profesní účel vzdělávání.** V tom se liší od národních deskriptorů, které představují minimální standard, tedy charakterizují odborné znalosti, odborné dovednosti a obecné způsobilosti, které musí absolvent prokazovat při absolvování daného stupně vzdělání.

MEDIÁLNÍ STUDIA

STRUČNÝ POPIS POVAHY, TEMATICKÉHO ROZSAHU A HISTORIE OBLASTI

Zájem o studium masových médií je v literatuře tradičně – téměř rituálně – spojován s J. A. Komenským (Labyrint světa, Škola pansofická a Komenského požadavek na využití novin ve škole), ale formování studia médií jako svébytného oboru je podstatně mladšího data a je spojeno jednak s historiografií (R. E. Prutz, na počátku 20. století Ludwig Salomon), jednak se sociologií (požadavek Maxe Webera na studium novinářů a žurnalistiky). V meziválečném období 20. století, zvláště s rozvojem kinematografie a později rozhlasového vysílání, se v rámci sociologie začala formovat empiricky orientovaná teorie masové komunikace (P. F. Lazarsfeld aj.) a současně v německém prostředí vykrytalizoval požadavek studia médií jako samostatné sociálně vědní disciplíny (Zeitungswissenschaft). Paralelně s tímto vývojem se „téma médií“ promítalo do formující se sociální teorie a kritiky (frankfurtská škola) i do normativně orientovaného empirického výzkumu (studie Paynova fondu) a komerčně zaměřeného výzkumu (opět P. F. Lazarsfeld). Po druhé světové válce, s masovým nástupem televize, nabralo směřování studia médií k emancipovanému oboru na síle a vedlo k založení řady samostatných studijních programů a ke vzniku mnoha výzkumných týmů. V 60. letech 20. století již bylo zřejmé, že studium médií (stále v dosti nejednotné nomenklatuře) je respektovaným a autonomním oborem na řadě světových univerzit. Stalo se většinově akceptovaným akademickým zázemím vysokoškolské profesní přípravy budoucích novinářů a často i součástí širšího základu dalších oborů. V 60. a 70. letech se obor dostal do gravitačního pole „etnografického obratu“, rozšířil zájem na pole každodennosti a populární kultury (birminghamská škola) a politické komunikace (GUMG aj.) a současně absorboval metodologickou inspiraci dalších oborů (především lingvistiky a literární vědy, ale také kritické politické ekonomie). S nárůstem obecného povědomí a zájmu o roli masových médií se začala masivněji rozvíjet i aplikovaná mediální studia, především v podobě mediální výchovy (Medienerziehung, media education), mediální pedagogiky a mediální kritiky. Od poloviny 90. let proniká do studia masových médií problematika důsledků digitalizace a internetizace komunikace a komunikačních/sociálních sítí obecně a obor rozšiřuje pole zájmu o tato média (new media studies) a jejich interakci s politickým děním, spotřebou, každodenností apod. Současně si zachovává zájem o imanentní vývoj médií jako systému, společenské instituce, ekonomické aktivity i konstitutivního kulturního projevu a rozvíjí studium dějin médií, kritickou analýzu mediální produkce ad. V českém prostředí se do sklonku 19. století objevují o médiích (novinách) spíše příležitostné zmínky (J. E. Wocel), popřípadě slovníky reflektující rostoucí význam tisku či bibliografické soupisy (Dlabač, J. Rank). Na přelomu 19. a 20. století se začíná formulovat požadavek soustavného studia médií (T. G. Masaryk, E. Beneš, K. Hoch), v meziválečném období se pak začíná formovat pole odborného zájmu, které se do značné míry inspiruje v německém prostředí (navrhuje název „novinověda“) a nachází organizační platformu ve Svobodné škole politických nauk (1928) a tematických časopisech (nejprve Duch novin, později Tisk a politika). Představuje směr silně sociologizující (A. I. Bláha, E. Chalupný) a historizující, ale jsou v něm zastoupeny i jiné obory, včetně národohospodářství (K. Hoch). Válka však tento nadějný začátek zarazila a během protektorátu se na pražské Karlově univerzitě ustavil samostatný obor *Zeitungswissenschaft*, plně podřízený situaci v nacistickém Německu. Po válce se na meziválečnou tradici přes některé pokusy (K. Zieris) nepodařilo navázat. Období od 50. do 80. let bylo silně ideologizované, odborný zájem o média na sebe převážně strhl účelově vytvořený obor *teorie žurnalistiky* (i když empirické výzkumy se děly i nadále, a to především

na resortních ministerských pracovištích), takže po roce 1989 byl obor budován od základů – a převážně především pod kalkovým označením *Mediální studia* inspirovaným britskou a skandinávskou tradicí. Nejčastěji bývá v nomenklatuře studijních oborů zařazován pod *Mediální a komunikační studia*, v číselníku oborů RIV se identifikuje s oborem *Písemnictví, masmédia, audiovizie*.

Mediální studia jsou rozvíjena jako multidisciplinární obor na půdorysu sociálních a politických dějin médií, vývoje sociální teorie médií a metod empirického výzkumu médií se širším zázemím teorií sociální komunikace, sociologie, sociální psychologie, lingvistiky a sémiotiky na jedné straně a obecných dějin, politologie, případně ekonomie, estetiky ad. na straně druhé. Předmětem zájmu je v nejužším výseku žurnalistika a její „síťové“ deriváty, v širším záběru mediální produkce jako celek, popřípadě populární kultura vůbec. Výsledkem takto široce pojímaného předmětu zájmu je dosti odlišný přístup k pojetí mediálních studií jako vyučovaného oboru. I když základní matrice (vertikálně členěno: instituce, obsahy, uživatelé, vliv; horizontálně členěno: diachronní a synchronní perspektiva) zůstává zachována, jednotlivá pracoviště si zachovávají a pěstují své těžiště zájmu (dějiny médií, síťová média, televizní studia, populární kultura atd.). Často jsou mediální studia spojena s přípravou budoucích novinářů (Praha, Brno, Olomouc) a tvoří k ní jakýsi akademický rámec. To vede k tomu, že v českých podmínkách zůstávají mediální studia na jedné straně namnoze odtržena od některých důležitých oborových inspirací (např. od literární vědy), na druhé straně se stávají předmětem zájmu jiných oborů (historiografie, kulturologie, literární vědy). V aplikované podobě se mediální studia dostávají i na základní školy a gymnázia, neboť kurikulární reforma (přechod na Rámcové vzdělávací programy) přinesla i průřezové téma *Mediální výchova* jako povinnou součást vzdělávacích programů.

Mediální studia jako oblast vzdělávání se především zaměřují na roli médií (a zprostředkované komunikace vůbec) v životě jednotlivce a společnosti a na analýzu komunikačních procesů, které existence médií podmiňuje nebo modifikuje – a tím na veřejnou komunikaci a na vztah médií k dalším společenským institucím. Předmětem zájmu jsou především masová média (periodický tisk, rozhlas a televize) a síťová média (zvláště pokud se podílejí na podobě a průběhu veřejné komunikace) a souhrnně „mediální komunikace“ ve všech podobách. Klíčovým rozměrem vzdělávání je rozvoj kritického myšlení, které pojímá média a mediální komunikaci do komplexu uvažování o společnosti a člověku, schopnost nahlížet média a mediální komunikaci jako historickou kategorii, odhalovat latentní funkce mediální komunikace a nezřejmé důsledky její existence a jejích dobových proměn. Důraz je proto kladen na širokou multidisciplinární průpravu, rozvoj kritické sebereflexe (v mediálních studiích je silně přítomen prvek kritické vědy) a hledání rovnováhy mezi směřováním k vědecké neutralitě a společenskou kritičností. Významným rozměrem vzdělávání zůstává příprava k výkonu mediální profese (což je sama o sobě vnitřně velmi různorodá oblast) nebo k jinému uplatnění (výuka, analytická práce apod.). Výrazný je proto požadavek propojení s odbornou praxí během studia.

Jak již bylo řešeno, trans- a multidisciplinární povaha mediálních studií dovoluje velmi odlišný přístup ke vzdělávání, ať již jde o zvolené tematické těžiště, nebo o strukturu jeho zvládnutí. V obecných rysech panuje shoda v tom, že vzdělávání v oblasti mediálních studií zahrnuje **širší humanitní a společenskovědní základ** (především sociální a kulturní dějiny a teoretická sociologie, ale dále např. filozofie, ekonomie, sociální psychologie, lingvistika či sémiotika, politický zeměpis atd.), **výklad sociálních a politických dějin médií**, přehled vývoje **sociální teorie médií** a **metodologii/metodologie zkoumání médií**. Tento základ zpravidla doplňuje nabídka specializačních kriticky a analyticky zaměřených kurzů vymezených podle jednotlivých médií, resp. komunikačních technologií (tisk, televize, „nová“

média ad.) a soubor profesně orientovaných kurzů (žurnalistika, reklama, fotografie, marketing, management ad.). Pojetí na jednotlivých pracovištích se při zachování základního půdorysu může dosti odlišovat podle zaměření konkrétních kateder a jejich členů. V české praxi se projevuje především příklon k sociologizujícím mediálním studiím (FSS MU Brno, FF UP Olomouc) a historizujícím mediálním studiím (FSV UK Praha), popřípadě k důrazu na multimédia (FHS UK Praha). Běžné je sepětí s přípravou budoucích novinářů (Brno, Olomouc, Praha), postupně se začíná ustavovat rozvoj aplikovaných mediálních studií jako příprava budoucích učitelů (ZČU Plzeň, JČU České Budějovice ad.).

Předmětem poznávání v nejobecnější rovině jsou interakce médií a mediální komunikace s různými sférami života společnosti. Konkrétněji jsou předmětem poznávání masová a síťová média a (veřejná) komunikace, jejíž existenci a podobu tato média podmiňují, podporují či modifikují, dále jejich vlastníci, výrobci a uživatelé a sociální procesy, které se dějí v interakci mezi médii a jejich uživateli, dále sociální jednání na všech úrovních od sociální po jednotlivého aktéra, které je podmíněno existencí médií nebo se k médiím vztahuje. Média jsou chápána jako systém, na jehož formování se podílel historický vývoj (modernizační proces), specifické historické a regionální podmínky a další intervenující proměnné (ekonomika, kultura, politický systém atd.).

Poznání v oblasti mediálních studií se zaměřuje na:

- identifikaci a analýzu role médií ve společnosti a v životě jedince a problémů s tím spojených,
- analýzu možností řešení těchto problémů,
- sledování vývoje médií a společnosti,
- analýzu mediální politiky a řešení institucionálních problémů spojených s médii,
- z toho vyplývající náměty a podněty k rozvoji mediálních studií a k hledání nových metodologických postupů.

PÁTEŘNÍ OBORY

- sociální, politické a kulturní dějiny médií (včetně dějin technologií a obsahů),
- dějiny sociální teorie/sociálních teorií médií a mediální komunikace,
- současná teorie masové a mediální komunikace,
- metody a techniky výzkumu médií,
- dějiny studia médií a mediální komunikace,
- mediální systémy, mediální legislativy, mediální politiky,
- psychologie / sociální psychologie / sociální komunikace,
- obecné dějiny a dějiny kultury,
- sociologie,
- politologie / politická komunikace,
- ekonomie,
- filozofie,
- lingvistika,
- sémiotika,
- politický zeměpis,
- odborná praxe.

VYMEZENÍ CÍLŮ VZDĚLÁVÁNÍ

Základním cílem vzdělávání v mediálních studiích je poskytnout absolventům teoretický a praktický základ 1. pro myšlení o médiích a mediální komunikaci a 2. pro aktivní práci v médiích a v souvisejících sférách praxe, a to na základě

- rozvoje teoretického a kritického myšlení, schopnosti tematizovat problémy související s existencí médií a klást relevantní otázky pro jejich hlubší zkoumání,
- dovedností v oblasti získávání, zpracování a vyhodnocování empirických údajů a dat o jednání (performance) médií,
- zkušeností z oblasti aplikace poznatků získaných v jiných oblastech (demografické výzkumy, výzkumy veřejného mínění statistické údaje apod.).

Rámcové cíle této oblasti jsou zaměřeny zejména na poskytnutí takového systému poznatků a dovedností, který umožňuje:

- porozumět roli médií v daném dobovém kontextu a v souvislosti s hodnotovou orientací společnosti, mediální legislativou a žitými expektacemi,
- umět modelovat intervence do mediálního systému a jeho (ko)regulace,
- zkvalitňovat podmínky pro vlastní profesní a osobnostní rozvoj absolventa, a to včetně propojení teoretické výuky s praxí,
- chápat etické souvislosti jednání (performance) médií.

Mediolog by měl být kvalitně připraven na:

- výklad role médií a mediální komunikace v daném sociálním, politickém a kulturním kontextu,
- přiměřené vymezení relevantních problémů či výzkumných témat, heuristicky plodných hypotéz a na přípravu výzkumných projektů,
- sběr kvalitních dat a na jejich všestrannou analýzu a zobecnění výsledků,
- výklad dílčích jevů v dynamice vývoje mediálních systémů,
- odpovědné posouzení validity a reliability získaných informací a možností zobecnění,
- trvalé obohacování vlastních poznatků a na formulování podnětů k rozvoji mediální vědy (mediologie) jako vědního oboru.

Základní systém poznatků potřebných pro kvalifikované profesionální působení v různých oblastech mediální komunikace obsahují následující **okruhy vzdělávání**:

Sociální a politické dějiny médií (a dějiny technologií a obsahů), obecné dějiny a dějiny kultury:

- základní představa o ustavování a vývoji médií od raného novověku do současnosti,
- základní představa o proměnách modelů vztahu mezi médii, politickým systémem a společností,
- politické, sociální, kulturní a technické dějiny médií
- základní představa o dějinách novověku a dějinách současnosti,
- uvedení do dějin každodennosti.

Dějiny sociální teorie/sociálních teorií médií a mediální komunikace:

- základní představa o vývoji myšlení o médiích a komunikaci,
- kořeny a zdroje jednotlivých přístupů či teorií,
- základní orientaci v klíčových dílech myšlení o médiích,
- vzhled do vztahu mezi dobovým kulturním a intelektuálním klimatem a myšlením o médiích,
- dějiny studia médií a mediální komunikace.

Současná teorie masové a mediální komunikace:

- sociální teorie médií (představa o současných řešeních vztahu médií a společnosti),
- teorie a vliv síťových médií,
- mediální komunikace jako typ sociální komunikace.

Metody a techniky výzkumu médií:

- osvojení základních kvantitativních a kvalitativních metod zkoumání médií,
- techniky empirického výzkumu médií,
- příprava a vedení výzkumného projektu.

Mediální systémy, mediální legislativy, mediální politiky:

- vzhled do historicky podmíněných modelů vztahů mezi médii a politickým systémem,
- srovnávací analýza mediálních systémů,
- srovnávací analýza mediálních legislativ a politik.

Psychologie / sociální psychologie / sociální komunikace:

- základy obecné psychologie a psychologie osobnosti, úvod do kognitivní výbavy lidské psychiky a lidské emocionality,
- porozumění sociálním faktorům, které ovlivňují lidskou psychiku, a podstatě sociální interakce.

Sociologie:

- výklad všech základních pojmů a kategorií,
- kořeny a zdroje jednotlivých přístupů či teorií,
- základní orientaci v dílech klasiků sociologie.

Lingvistika, sémiotika:

- základní představa o kódu a znaku,
- uvedení do problematiky vztahu jazyka a myšlení, jazyka a společnosti a jazyka a kultury,
- základy argumentace,
- základy analýzy diskurzu,
- seznámení s hlavními směry jazykovědného myšlení,
- seznámení s klasickými díly sémiotiky a rétoriky.

Politologie / politická komunikace:

- výklad všech základních pojmů a kategorií,
- kořeny a zdroje jednotlivých přístupů či teorií.

Ekonomie:

- výklad všech základních pojmů a kategorií,
- kořeny a zdroje jednotlivých přístupů či teorií,
- základní orientace v dílech klasiků ekonomického myšlení.

Filozofie:

- základy filosofického myšlení, které umožňují hlubší porozumění povahy vztahu člověka a světa, vztahu člověka k sobě samému,
- vhled do základů jednotlivých paradigmat a přiblížení základních kategorií, z nichž vychází metodologie,
- základní orientace v dějinách filozofie.

RÁMCOVÝ PROFIL ABSOLVENTŮ

Bakalářský program je koncipován s ohledem (a) na praktické potřeby uplatnění absolventů, (b) na přípravu na další studium. U absolventa se předpokládá uplatnění v komerčním a nekomerčním výzkumu médií, mediálního trhu a užívání médií. Dále se absolvent uplatní v médiích (novinář, střední management), reklamě, public relations a mediálním poradenství. Příprava zdůrazňuje schopnost absolventa získávat a vyhodnocovat empirická data, kriticky vyhodnocovat jejich kontextovou interpretaci, provádět analýzu konkrétních problémů a předkládat praktická doporučení k jejich řešení. Příprava na další studium je zaměřena především na rozvoj kritického myšlení a prohlubování historického a společenskovedního zázemí.

Magisterský program tyto základy doplňuje o další metody analýzy a o hlubší vhled do myšlení o médiích. Nechybí příprava na vedení samostatných výzkumných projektů analyzujících zásadnější mediálně komunikační jevy a na kvalifikovanou expertní nebo tvůrčí vědeckou činnost. V rámci některých pracovišť je možno prohloubit přípravu na pedagogické působení, ať již v primárním či sekundárním vzdělávání (mediální výchova) nebo v terciárním vzdělávání (vysoké školy a působení ve společenskovedních oborech). Absolvent mediálních studií může v praxi plnit úkoly vědecko-výzkumné, výchovně-vzdělávací i organizační a manažerské, a to přímo v mediálních organizacích nebo v organizacích, které s médií komunikují či jim jsou partnery (od reklamních agentur po NGO). Je připraven pro výkon funkce v rámci středního a vyššího managementu v médiích. Zde také najde uplatnění ve výzkumných odděleních, v redakční a dramaturgické práci i v tvůrčích aktivitách.

Doktorský program je koncipován s ohledem na potřeby základního výzkumu v oblasti studia médií a komunikace. Součástí je příprava na samostatné formulování odborných úkolů a tvůrčí sestavení metodologie k jejich řešení, příprava na vedení výzkumných týmů a na zapojení do mezinárodního vědeckého provozu v oboru. U absolventa se předpokládá kritické zvládnutí, samostatné využití a původní vytváření koncepčních přístupů k řešení vlastních témat teoretické či historické povahy.

Národní kvalifikační rámec terciárního vzdělávání

DESKRIPTORY OBLASTI VZDĚLÁVÁNÍ

	Program krátkého cyklu	Bakalářský studijní program	Magisterský studijní program	Doktorský studijní program
	Absolventi studijního programu			
Odborné znalosti	<ul style="list-style-type: none"> prokazují základní znalosti klíčových tematických oblastí: sociální a politické dějiny světových a českých médií, teorie sociální komunikace, mediální systémy, mediální legislativa, např. znalost periodizace vývoje lidské komunikace s důrazem na mediální komunikaci, výrazné osobnosti světové a české žurnalistiky (var. vydavatele apod.); prokazují související relevantní znalosti obecných a českých dějin, sociálních teorií, politických systémů, státoprávního uspořádání ČR, českého jazyka, kulturních dějin a sociální psychologie, např. znalost periodizace a hlavních etap dějin české literatury (filmu, výtvarného umění), znalost politického systému ČR; prokazují znalosti konceptů, na nichž se pracovní postupy příslušných profesí zakládají, a způsobů, jimiž se uplatňují v praxi, např. znalost základních principů profesně etických kodexů (novinářské práce, reklamní produkce apod.); prokazují znalosti pracovních postupů vyžadovaných pro výkon samostatných odborných činností v užším okruhu specializovaných povolání (např. regionální zpravodaj, řadový pracovník reklamní či mediální agentury); prokazují znalost základních metod získávání a vyhodnocování dat používaných v dané profesi, např. znají význam základních socioekonomických ukazatelů; prokazují znalost základních metod získávání a vyhodnocování dat používaných v dané profesi. 	<ul style="list-style-type: none"> prokazují široké a vzájemně provázané znalosti klíčových tematických oblastí: sociální a politické dějiny světových a českých médií, teorie sociální komunikace, mediální systémy, mediální legislativa; prokazují související relevantní znalosti základů filozofického myšlení, obecných a českých dějin, sociálních teorií, politických systémů a českého jazyka a teorie jazykové kultury; prokazují orientaci v dalších humanitních a sociálněvědních disciplínách (především psychologii, sociologii, politologii, ekonomii a logice), přičemž alespoň v jednom oboru by mělo jít o orientaci zevrubnou (přednost má v tomto případě kombinace "mediálního" oboru s jiným oborem); zevrubnou znalost základní literatury k oboru mediální studia a v jejím rámci klíčových konceptů a teorií, které se vztahují k výkladu a kritice zvolené profesní orientace; prokazují porozumění významu a platnosti (včetně její omezenosti) dat užívaných v předmětných profesích; prokazují základní orientaci v přístupech oborů, které se věnovaly nebo věnují studiu médií (především mediální studia, sociologie, literární věda, lingvistika a historie); prokazují porozumění roli médií v jednotlivých etapách moderních dějin, poslání jednotlivých mediálních profesí v daném sociopolitickém kontextu; prokazují porozumění profesně etickým normám upravujícím výkon jednotlivých mediálních profesí. 	<ul style="list-style-type: none"> prokazují široké, hluboké, systémové a vzájemně provázané znalosti klíčových tematických oblastí: sociální a politické dějiny světových a českých médií, teorie sociální komunikace, dějiny studia médií a komunikace (včetně znalosti tradic a paradigmat, která studium médií jako obor konstituují a určují jeho vnitřní diferenciaci), v komparativní perspektivě pak mediální systémy, mediální legislativa, mediální politika; prokazují zevrubnou znalost základní a aktuální literatury oboru, včetně přehledu o časopisecké produkci; prokazují související relevantní znalosti aktuálních otázek filozofického myšlení, obecných a českých dějin, sociálních teorií, kulturních dějin a aktuálních otázek historiografických, sociologických, lingvistických a politologických; prokazují porozumění roli médií v jednotlivých etapách vývoje moderní společnosti a dějinám studia médií; prokazují zevrubnou znalost metod analýzy a interpretace mediálních obsahů, účinků a role a chování publika masových i síťových médií; prokazují znalost přístupů k výkladu socio-kulturně podmíněného významu mediálního sdělení, rozumí například sémiotickým analýzám mediálních sdělení; prokazují orientaci v metodologii oborů, které se studiu médií věnují. 	<ul style="list-style-type: none"> prokazují hluboce specializované a systematizované znalosti konceptů a teorií, které jsou v popředí poznání oboru na mezinárodní úrovni; prokazují zevrubnou znalost aktuálního stavu oboru získanou soustavným sledováním monografické a časopisecké produkce; prokazují znalosti myšlenkových postupů, metod a metodických nástrojů ve výzkumu médií a komunikace; prokazují důkladnou orientaci v diskusích o metodologických problémech historického a/nebo teoretického studia médií; prokazují porozumění výzkumu médií v interdisciplinárním pojetí; prokazují porozumění systému vědních oborů a postavení mediálních a komunikačních studií v systému a výzkumným problémům interdisciplinární povahy.

Národní kvalifikační rámec terciárního vzdělávání

	Program krátkého cyklu	Bakalářský studijní program	Magisterský studijní program	Doktorský studijní program
	Absolventi studijního programu			
Odborné dovednosti	<ul style="list-style-type: none"> na základě zadání samostatně zpracují dílčí úkol typický pro mediální profesi, pro kterou se připravují (novinář, reklamní pracovník, pracovník v oblasti marketingu atd.), a to věcně správně a na potřebné jazykové, kulturní a estetické úrovni; správně a účelně používají technické vybavení a software, které v dané profesi představují běžný standard; vyhledávají a ověřují informace potřebné k řešení zadaného úkolu. 	<ul style="list-style-type: none"> na základě rámcového zadání zpracují ucelenější úkol typický pro mediální profesi, pro kterou se připravují, na přiměřené úrovni (včetně potřebné jazykové, estetické a kulturní úrovně), a to samostatně i v týmu; vyhledávají, vybírají a utřídí relevantní informace pro řešení zadaného praktického úkolu typického pro mediální profesi, na kterou se připravují; výsledek své práce i práce týmu kriticky vyhodnocují na základě získaných znalostí; používají relevantní terminologii a zpracovávají na základě odborné literatury odborné pojednání na zadané téma z oblasti studia médií a komunikace a prezentují je přiměřenými prostředky, např. vypracují a prezentují seminární práci na vybrané téma z dějin médií; na řešení zadaného odborného úkolu s mediální či komunikační tematikou v potřebném rozsahu aplikují některé ze základních výzkumných postupů užívaných pro analýzu a interpretaci chování médií a publika, např. interpretují změny ve sledovanosti televizních pořadů. 	<ul style="list-style-type: none"> s využitím získaných znalostí přispějí k identifikaci a návrhu řešení teoretického nebo analytického problému z oblasti studia médií a komunikace, a to s využitím adekvátních konceptů, teorií, nástrojů a metod, například podílejí se na přípravě výzkumného grantového projektu s mediální tematikou; zpracovávají řešený problém z oblasti studia médií do podoby rozsáhlejšího česky psaného odborného textu, vypracují např. článek nebo výzkumnou zprávu pro odborný časopis; s kritickým nadhledem používají terminologii oboru a orientují se v terminologii oboru v dalším jazyce, vypracovávají např. komentovaný překlad kratšího odborného textu do češtiny nebo redigují odborný text s využitím literatury a terminologie oboru; popularizují zadaný dílčí koncept oboru či jev z oblasti médií a komunikace, vypracují např. na zadané téma časopisecký článek pro širokou veřejnost; aplikují základní výzkumné postupy užívané při studiu médií a komunikace s cílem získat nové původní informace a naplánují a zorganizují postup prací na výzkumu v týmu či individuálně. 	<ul style="list-style-type: none"> navrhují, plánují, organizují a realizují pokročilé, resp. původní výzkumné postupy užívané při studiu médií a komunikace, např. vypracují původní výzkumný grantový projekt víceletý, případně týmový; rozeznávají národně a kulturně specifické rysy přístupů ke studiu médií a komunikace; využívají terminologie oborů věnujících se studiu médií v různých jazycích; soustavně sledují a vyhodnocují nové výzkumné postupy vlastní disciplíny i jiných disciplín a tvůrčím způsobem je adekvátně aplikují či modifikují pro použití při studiu médií a komunikace; tvůrčím způsobem zdokonalují teorie, koncepty a metody v rámci své oborové specializace (resp. svého výzkumného tématu) a současně je začleňují do stávajícího rámce oboru, např. umí napsat a k recenznímu řízení zaslat výzkumnou zprávu, článek či kapitolu do monografie; vyhodnocují postupy jiných autorů z hlediska relevance navrženého postupu, vyvinuté metodologie, sebrané literatury k tématu, např. formou oponování bakalářských a magisterských kvalifikačních prací, zapojením se do recenzního řízení v roli recenzenta apod.; didakticky umí zpracovat a ve výuce představit zadané téma z oblasti studia médií a komunikace, např. v roli pedagoga vedoucího seminář.

VZTAHY K OSTATNÍM OBLASTEM VZDĚLÁVÁNÍ

- sociologie,
- historické vědy,
- filozofické vědy a religionistika,
- filologie,
- antropologie,
- politické vědy,
- psychologie,
- učitelství a neučitelská pedagogika.

CHARAKTERISTICKÉ PROFESE A RELEVANTNÍ REGULOVANÉ PROFESE

- vysokoškolský učitel, vědeckovýzkumný pracovník,
- novinář, mediální kritik,
- kreativec a analytik v mediálních a reklamních agenturách,
- pracovník v mediálním managementu, v public relations, v mediálním poradenství,
- pedagog v oblasti mediální výchovy.