**Okruhy na štátnu bakalársku skúšku**

Psychológia a sociológia médií

1. Osobnosť masmediálneho pracovníka z pohľadu psychológie médií. Imidž masmediálneho pracovníka: typy imidžu. Psychické vlastnosti osobnosti (Big Five Personality Traits).
2. Psychologická charakteristika publika. Typológia publika. Správanie publika. Vzťah publika k médiám a mediálnym obsahom.
3. Proces mediálnej percepcie. Pozornosť v percepcii, porozumenie mediálnych obsahov. Percepcia tlače, rozhlasu, televízie, online médií.
4. Výber mediálnych informácií. Agenda setting, gatekeeping. Etapy gatekeepingu, vplyvy pôsobiace na gatekeepera.
5. Prezentácia mediálnych informácií. Slovné druhy a ich uplatnenie v  mediálnych komunikátoch. Jazyková presnosť.
6. Hodnotenie mediálnych informácií. Spravodajské hodnoty.
7. Stereotypy v médiách. Stereotypy pri prezentovaní mužov a žien. Mýtus krásy.
8. Stereotypy pri prezentovaní sociálnych skupín, minorít, hendikepovaných ľudí a osôb s mentálnym postihnutím.
9. Účinky a účinnosť médií na psychiku príjemcu. Typy účinkov médií. Media priming.
10. Prosociálny efekt médií. Prosociálne správanie. Prosociálne TV programy.
11. Negatívne účinky médií. Pôsobenie mediálneho násilia. Negatívne účinky médií na deti a adolescentov.
12. Manipulačné techniky v masmédiách.
13. Parasociálna interakcia, kybernetický vzťah. Fanúšikovia a celebrity. Model „fandom“.
14. Účinkovanie ľudí (verejnosti) v médiách: reality šou, televízne magazíny, ranné vysielanie, zábavné a súťažné televízne programy.
15. Sociálna komunikácia. Modely, formy a funkcie sociálnej komunikácie.
16. Sociálna kategória. Sociálna skupina a jej štruktúra. Charakteristika profesijných rolí v masmédiách.
17. Interkultúrna komunikačná kompetencia. Sociálno-kultúrne kontexty komunikácie osôb vysokého a nízkeho kontaktu. Sociálno-kultúrne kontexty informačne orientovanej a sociálne orientovanej spoločnosti.
18. Globalizácia a glokalizácia mediálnej komunikácie. Sociálno-kultúrne kontexty komunikácie online a „face-to-face“.
19. Masová spoločnosť. Masová kultúra.
20. Mediálna kultúra.
21. Publicistický štýl v periodickej tlači (noviny a časopisy). Spravodajské žánre, poskytovanie objektívnych informácií (správa, spravodajský rozhovor), analytické žánre, vyjadrenie subjektívnych názorov (úvodník, editorial, stĺpček, poznámka, glosa, komentár) a beletristické žánre (reportáž, esej).
22. Žurnalistické žánre: úradná správa (oznámenie, komuniké), krátka správa (noticka, fleš, jednostĺpec), rozšírená správa (pokračujúca, komentujúca, interpretujúca), referujúca správa, dialogizovaná správa (spravodajský rozhovor), beletrizovaná správa (malá reportáž); texty rýdzo informačnej povahy: inzercia a oznámenia.
23. Publicistický štýl a jeho formy: rozhlasový komentár, verejný prejav, esej (morálna, filozofická, literárna), typy publikovaných novinárskych textov (politické, sociálne, ekonomické problémy) v novinách a časopisoch, recenzie.
24. Súčasná podoba mediálneho systému. Anglo-americký a európsky model žurnalistickej tvorby. Digitálne médiá. Žánre a subžánre využívané v novinárskej tvorbe. Hard news. Soft news. Novinárstvo a teória informácie, resp. informačnej spoločnosti.
25. Štylistika v médiách. Diskurzívny štýl, reflexívny štýl, novinársky štýl.
26. Onlinové formy novinárstva. Uplatnenie žurnalistických žánrov na internete.
27. Charakteristika žurnalistických žánrov v rozhlase: typológia a rozdelenie žánrov.
28. Charakteristika žurnalistických žánrov v televízii: typológia a rozdelenie žánrov. Typy vysielaných programov.

**ODPORÚČANÁ LITERATÚRA:**

1. BOREC, T.: *Manažéri na cudzom parkete.* Bratislava : Neopublic Porter Novelli, 2009.218 s. ISBN 978-80-970227-5-4.
2. CRYSTAL, D.: *Language and the Internet.* Cambridge : Cambridge University Press 2001. 280 s. ISBN 0-521-80212-1.
3. CRYSTAL, D.: *English as a Global Language.* 2. vyd. Cambridge : Cambridge University 2003. 212 s. ISBN 0-521-82347-1.
4. *Encyclopedia of Communication Theory.* Eds. S. W. Littlejohn – K. A. Foss. California : SAGE Publications, 2009. 1174 s. **ISBN** 978-1-4129-5937-7.
5. GILES, D.: *Media Psychology.* London : Lawrence Erlbaum Associates, 2003. 336 s. ISBN 0-8058-4048-6.
6. HLAVČÁKOVÁ, S.: *Agentúrna žurnalistika.* Bratislava : Univerzita Komenského Bratislava, 2001. 230 s. ISBN 80-223-1580-X.
7. HRADISKÁ, E. – BREČKA, S. – VYBÍRAL, Z.: *Psychológia médií.* Bratislava : Eurokódex, 2009. 416 s. ISBN 978-80-89447-12-1.
8. HRADISKÁ, E. – ČERTÍKOVÁ, H. – HUDÍKOVÁ, Z.: *Praktikum sociálnej komunikácie.* Žilina : Eurokódex, 2013. 416 s. ISBN **978-**80-89447-94-7.
9. MISTRÍK, J.: *Štylistika.* 3. vyd. Bratislava : MEDIA TRADE, 1997. 598 s. ISBN 80-08-02529-8.
10. PARENTI, M.: “Methods of Media Manipulation“. In: JENSEN, C.: 20 Years of Censored News. New York : Seven Stories Press, 1997, s. 27 – 32. ISBN 1-888363-51-7.
11. PATRÁŠ, V.: K vývinu a premenám e-listu. In: Epištoly o jazyku a jazykovede. Ed. J. Kesselová – M. Imrichová. Prešov : Filozofická fakulta Prešovskej univerzity v Prešove, 2012, s. 42 – 55. ISBN 978-80-555-0638-8.
12. PETRANOVÁ, D.: *Násilie v médiách.* Trnava : Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave, 2013. 83 s. ISBN 978-80-8105-488-4.
13. PRAVDOVÁ, H.: *Sociokultúrny kontext masovej komunikácie*. Bratislava : Národné osvetové centrum, 2009. 134 s. ISBN 978-80-7121-314-7.
14. RUŽIČKOVÁ, E.: *Picture Dictionary of Gestures. American, Slovak, Japanese and Chinese.* Bratislava : Univerzita Komenského, 2001. 196 s. ISBN 80-223-1675-X.
15. SOLÍK, M.: Media Psychology. In: *Media Relations I.* Eds. Dana Petranová – Ľudmila Čábyová. Trnava : Fakulta masmediálnej komunikácie UCM, 2011, s. 30 – 55. ISBN 978-80-8105-228-6.
16. ŠKVARENINOVÁ, O.: *Rečová komunikácia.* 2. vyd. Bratislava : Slovenské pedagogické nakladateľstvo – Mladé letá, 2004. 278 s. ISBN 80-08-00290-9.
17. TRAMPOTA, T.: *Zpravodajství.* Praha : Portál, 2006. 192 s. ISBN 80-7367-096-8.
18. VALENTOVIČOVÁ, D.: Social-cultural contexts of communication. In: *Media Relations I.* Eds. Dana Petranová – Ľudmila Čábyová. Trnava : Fakulta masmediálnej komunikácie UCM, 2011, s. 184 – 206. ISBN 978-80-8105-228-6.
19. PRAVDOVÁ, H.: *Systém a organizácia práce v tlačovom médiu*. Trnava : FMK UCM v Trnave, 2004. 123 s. ISBN 80-89034-74-8.
20. RUSS-MOHL, S., BAKIČOVÁ, H.: *Žurnalistika*. Praha: GRADA, 2005. ISBN 80-2470158-8.
21. TUŠER, A.: *Ako sa robila noviny*. Bratislava : Eurokódex, 2010. 288 s. ISBN 9788089447237.
22. KOŠČO, J.: Žurnalistické žánre v televízii. Brno: Novinář, 1984.
23. THE CAMBRIDGE COMPANION TO CREATIVE WRITING. EDITED BY DAVID MORLEY and PHILIP NEILSEN. Cambridge: CUP, 2012. ISBN 978­0­521-14536­7.
24. JENČA, I.: Rozhlasové spravodajstvo. Bratislava: X Art 2004. ISBN 90-969255-0-4.
25. CHUDINOVÁ, E., LEHOCZKÁ, V.: Fenomén rozhlasu v systéme masmédií. Základy teórie rozhlasovej žurnalistiky v systéme masmediálnej komunikácie. Trnava: fakulta masmediálnej

komunikácie UCM 2005. ISBN 80-89220-04-5.

1. TUŠER, A.: Praktikum mediálnej tvorby. Bratislava: Eurokódex, 2010. ISBN 978-80-89447-16-9.

**INTERNETOVÉ ZDROJE:**

1. IL’INYKH, S. A.: **Masculinity and femininity: interpretation in terms of the gender theory. In: *Meždunarodnyj naučno-issledovatel’skij žurnal,* 2012, október. ISSN** 2227-6017. Dostupné na: http://research-journal.org/en/issue-october-2012