**Okruhy na štátnu bakalársku skúšku**

Teória masmediálnej komunikácie

1. Základy masovej komunikácie a základné pojmy: komunikácia, komunikátor, médium. Roviny komunikácie (unilaterálna, bilaterálna, multilatelárna). Typy médií a ich špecifiká (rozdiely a základné charakteristiky – interpersonálne médiá, masové médiá, sieťové médiá). Prvky komunikačného reťazca.
2. Médiá v historickom vývoji a etapy vo vývoji ľudskej komunikácie (primárne, sekundárne, terciárne, kvartové médiá; etapy a epochy vo vývoji ľudskej komunikácie s využitím definícií S. Ball-Rokeachovej, M. McLuhana).
3. Prehľad a časové vymedzenie vývoja prostriedkov masovej komunikácie (tlač, noviny a časopisy, telegraf, telefón, rozhlas, televízia, internet, nové médiá).
4. Základné prístupy ku skúmaniu médií – charakteristika (sociocentrický, mediocentrický a ďalšie roviny skúmania komunikácie). Sociálnovedné, kultúrne, normatívne, prevádzkové, každodenné teórie – základná charakteristika. Vzťah médií a spoločnosti.
5. Štyri modely komunikácie.
6. Masová komunikácia – definícia a pojmové vymedzenie; definícia pojmov – malá skupina, dav, verejnosť, masa (definícia podľa G. Gerbnera a D. McQuaila), koncepcia masy.
7. Základné vlastnosti masového publika – mediálne publikum; koncept aktívneho publika, pasívneho publika.
8. Médiá ako spoločenské inštitúcie; sociálno-integračná úloha žurnalistiky a médií; základné funkcie médií (podľa H. Lasswella, Ch. Wrighta, D. McQuaila).
9. Teórie pojednávajúce o vzťahu médií a spoločnosti I.: teória masovej spoločnosti; marxistická teória médií a kritická politická ekonómia; funkcionalistická teória médií.
10. Teórie pojednávajúce o vzťahu médií a spoločnosti II.: teória sociálnej konštrukcie; teória technologického determinizmu; teória informačnej spoločnosti.
11. Normatívne teórie médií a štyri teórie tlače (sovietska, autoritárska, teória spoločenskej zodpovednosti, liberálna teória); Rozvojová teória a demokraticko-participačný model.
12. Frankfurtská škola – objekt výskumu; časové zaradenie; predstavitelia.
13. Birminghamská škola – objekt výskumu; časové zaradenie; predstavitelia.
14. Torontská škola – objekt výskumu; časové zaradenie; predstavitelia.
15. Vzťah medzi obsahom a publikom – charakteristika modelu podkožnej ihly; ch. užitia a uspokojenia potrieb; teória kódovania a dekódovania S. Halla (typológia publika a spôsobu príjmu podľa S. Halla).
16. Účinky médií – základné predstavy o účinkoch médií (hypodermický model, dvojstupňový tok komunikácie, osobný vplyv a názoroví vodcovia).
17. Typológia mediálnych účinkov - druhy a kategórie účinkov.
18. Fázy vývoja účinkov médií.
19. Spoločenská zodpovednosť médií – základné východiská (4 teórie tlače, normatívne teórie médií, Komisia pre slobodu tlače). Problematika spravodajskej objektivity (objektivita médií), zodpovednosť redakcie za obsah.
20. Spôsob regulácie médií (autocenzúra, etické kódexy, legislatíva). Podmienky regulácie printových a elektronických médií.
21. Systém médií v SR; duálny systém (základná charakteristika verejnoprávnych a komerčných médií); zmeny v usporiadaní médií na našom území po roku 1989.
22. Mediálna produkcia – subjekty mediálnej produkcie; mediálna produkcia v interpretácii J. B. Thompsona (mediálna interakcia; predná, zadná línia produkcie). Definícia mediálneho systému (podľa D. McQuaila, I. Reifovej, D. Hallina a P. Manciniho, A. Remišovej)
23. Horizontálna, vertikálna koncentrácia médií; globalizácia médií. Transnacionalizácia médií. Mediálne koncerny.
24. Problematika štylistiky a typológia štýlov. Klasifikácia štýlov. Trichotomické a dichotomické členenie žurnalistických žánrov.
25. Štruktúra textu, konštruovanie textu a kategórie textov. Rámcové časti textu (titulok, nadpis, epigram).

**ODPORÚČANÁ LITERATÚRA:**

1. McQuail, D.: *Úvod do teorie masové komunikace*. Praha : Portál, 2009. 639 s. ISBN 978-80-7367-574-5.
2. McQuail, D.: *Mass Communication Theory.* London : Sage, 2010. 621 p. ISBN 978-1-84920-292-3.
3. Petranová, D., Čábyová, Ľ.: *Media Relations I.* Trnava : FMK UCM v Trnave, 2011. ISBN 978-80-8105-228-6.
4. Petranová, D., Čábyová, Ľ.: *Media relations II*. Trnava : FMK UCM v Trnave, 2011. 388 s. ISBN 978-80-8105-229-3.
5. Brečka, S. a kol.: *Od tamtamov po internet.* Bratislava : EuroKódex BVŠP, 2009. 320 s. ISBN 978-80-89363-29-2.
6. Reifová, I. a kol.: *Slovník mediální komunikace.* Praha : Portál, 2004. 327 s. ISBN 80-7178-926-7.
7. Flusser, V.: *Komunikológia.* Bratislava : Mediálny inštitút, 2002. ISBN 80-968770-0-3. 253 s.
8. Pravdová, H.: *Determinanty kreovania mediálnej kultúry*. Trnava : FMK UCM v Trnave, 2009. 361 s. ISBN 978-80-8105-113-5.
9. Remišová, A.: *Etika médií.* Bratislava : Kalligram, 2010. 312 s. ISBN 978-80-8101-379-8.
10. Drgonec, J.: *Základy masmediálneho práva.* Bratislava : Eurokódex, 2008. 499 s. ISBN 978-80-89363-04-9.
11. Hallin, D., C., Mancini, P.: *Systémy médií v postmoderním světe*. Praha : Portál, 2008. 368 s. ISBN 978-80-7367-377-2.
12. Trampota, T., Vojtěchovská, M.: *Metody výzkumu médií.* Praha : Portál, 2010. 293 s. ISBN 978-80-7367-683-4.
13. Čábyová, Ľ.: *Mediálny marketing*. Trnava : FMK UCM v Trnave, 2010. ISBN 978-80-8105-174-6. 126 s.
14. Sturken, M., Cartwright, L.: *Studia vizuální kultury.* Praha : Portál, 2009. ISBN 978-80-7367-556-1. 466 s.
15. Postman, N.: *Ubavit se k smrti*. Praha : Mladá fronta, 2010. 204 s. ISBN 978-80-204-2206-4.
16. Hvížďala, K.: *Restaurování slov.* Praha : Portál, 2008. 300 s. ISBN 978-80-7367-374-1.
17. Foret, M., Lapčík, M., Orság, P.: MÉDIA DNES: *Reflexe mediality, médií a mediálních obsahu.* Olomouc : Univerzita Palackého v Olomouci, 2008. 431 s. ISBN 978-80-244-2023-3.
18. Jirák, J., Köpplová, B.: *Média a společnost.* Praha : Portál, 2003. 205 s. ISBN 80-7178-697-7.
19. Trampota, T.: *Zpravodajství.* Praha : Portál, 2006. 192 s. ISBN 807367096-8.
20. Višňovský, J.: *Televízia vo Veľkej Británii. História, fakty, súvislosti*. Trnava : FMK UCM v Trnave, 2013. 120 s. ISBN 978-80-8105-508-9.
21. Thompson, J. B.: *Média a modernita*. Praha : Karolinum, 2004. 215 s. ISBN 80-264-0652-6.
22. Vojtek, J.: *Dejiny svetových novinárstiev (anglického a amerického)*. Trnava : FMK UCM v Trnave, 2010. 445 s. ISBN 978-80-8105-199-9.
23. Prokop, D.: *Boj o média*. Praha : Karolinum, 2005. 409 s. ISBN 80-246-0618-6.
24. Rankov, P.: *Informačná spoločnosť*. Levice : Koloman Kertész Bagala, 2006. 173 s. ISBN 80-89129-91-9.
25. McCombs, M.: *Agenda setting*. Praha : Portál, 2009. 251 s. ISBN 978-80-7367-591-2.
26. Kunczik, M.: *Základy masové komunikace*. Praha : Karolinum, 1995. 307 s. ISBN 80-7184-134-X.
27. Chovanec, J., Hotár, V., S.: *Politológia. Terminologický a výkladový slovník*. Trnava : FMK UCM v Trnave, 2010. 590 s. ISBN 978-80-89241-34-7.
28. Brečka, S., Ondrášik, B., Keklak, R.: *Médiá a novinári na Slovensku* *2010*. Bratislava : Eurokódex, 2010. 232 s. ISBN 978-80-89447-32-9.
29. McLuhan, M.: *Člověk, média a elektronická kultura*. Brno : JOTA, 2008. 420 s. ISBN 978-80-7217-128-6.
30. Pravdová, H.: *Systém a organizácia práce v tlačovom médiu*. Trnava : FMK UCM v Trnave, 2004. 123 s. ISBN 80-89034-74-8.
31. Pravdová, H.: *Sociokultúrny kontext masovej komunikácie*. Bratislava : Národné osvetové centrum, 2009. 134 s. ISBN 978-80-7121-314-7.
32. Russ-Mohl, S., Bakičová, H.: *Žurnalistika*. Praha : GRADA, 2005. ISBN 80-2470158-8.
33. Tušer, A.: *Ako sa robia noviny*. Bratislava : Eurokódex, 2010. 288 s. ISBN 9788089447237.