**Okruhy na štátnu bakalársku skúšku - VZME**

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. **Novinársky štýl v periodickej tlači (písanie pre noviny a časopisy). Lexika, syntax a kompozícia spravodajských žánrov. Spravodajstvo v tlači: krátka správa, (noticka, fleš, jednostĺpec); rozšírená správa (pokračujúca, rozširujúca, komentujúca); úradné oznámenie (komuniké); dialogizovaný rozhovor (spravodajské interview).**
22. **Rečové prejavy a ich typy. Typológia narácie, opisu a odôvodňovania v žurnalistike.**
23. **Publicistický štýl. Rozhlasový komentár – rečníctvo (reč a slávnostný prejav). Esej (morálna, filozofická, literárna). Novinárske prejavy (politické, spoločenské, ekonomické) v novinách a časopisoch. Recenzie kníh.**
24. **Súčasný mediálny systém. Anglo-americký a európsky štýl spravodajstva. Digitálne médiá. Hard news, soft news. Informačná teória a novinárstvo. Onlinové novinárstvo. Žurnalistické žánre na internete.**
25. **Žurnalistika/žurnalistické žánre racionálneho typu (analytická žurnalistika) v periodickej tlači a jej vlastnosti. Spravodajské žánre a dodržiavanie objektivity pri šírení informácií (news story, interview); analytické žánre (analýza, fleš, komentár, editoriál, novinársky rozbor, recenzia, úvodník); beletrizované žánre (riport, esej).**
26. **Žurnalistika emocionálneho typu v periodickej tlači a jej vlastnosti. Žánre: reportáž, besednica, esej, stĺpček.**
27. **Charakteristika rozhlasovej komunikácie: rozhlasové žánre, ich typológia a rozdelenie: a) tradičné rozhlasové spravodajské žánre – krátka správa, spravodajský rozhovor; b) špecifické rozhlasové spravodajské žánre – reportáž, telefonický rozhovor, vystúpenie pred mikrofónom; c) ostatné rozhlasové žánre: komentár, recenzia, rozhovor, rozhlasová beseda, talk show, rozhlasové rozprávanie.**

**28. Charakteristika televíznej žurnalistickej komunikácie: televízne žánre a ich typológia a rozdelenie. Typy programov: spravodajské, publicistické, publicisticko-dokumentárne, vzdelávacie, vedecko-populárne; dramatické, zábavné, hudobné, hudobno-dramatické.**

**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