

Okruhy na štátnu rigoróznú skúšku

1. Novokantovský problém objektívnej reality transformovanej v jazyku a mediálnom obraze.
2. Konštrukcia obrazu reality v jazyku, kultúre, masmédiách (Vilém Flusser, Wolfgang Iser).
3. Objektívna realita, kultúrna realita. Hyperrealita a simulakrum. Sociálna konštrukcia reality podľa Petra L. Bergera – Thomasa Luckmana.
4. Stieranie rozdielu obrazu a skutočnosti v TV spravodajstve.
5. Subjektívne zdroje interpretácie obrazu (psychická situácia, poznatky, svetonázor, hodnotový systém individua, sociálno-politické vzťahy).
6. Pojem elektronickej kultúry, informačnej a hypersieťovej spoločnosti. Myslenie zakladajúce sa na obrazových vnemoch (Marshall McLuhan). Koncept vizuálnej kultúry.
7. Problém objektívnosti informácie v spravodajstve.
8. Popperova koncepcia pravdy a možnosti falzifikácie tvrdenia v spravodajstve a reportáži.
9. Etická stránka Feyerabendovej metodologickej paradigmy „anything goes“ v masmediálnej tvorbe.
10. Epistemologické a kulturologické súvislosti kódovania a dekódovania obrazu v reklame.
11. Filozofický význam Platónovej metafory o jaskyni a jej aktualizácia v produkcii masových komunikačných prostriedkov.
12. Štrukturalizmus vo filozofii a jeho význam pre mediálne štúdiá.
13. Metóda dekonštrukcie textu podľa Jacquesa Derridu. Konzervatívna kritika Derridu.
14. Funkcia obrazu človeka v teórii masmediálnej komunikácie (filozofické obrazy človeka, koncepcia ľudskej prirodzenosti).
15. Problém etiky a identity v neskoromodernnej spoločnosti (Gilles Lipovetsky, Zygmund Bauman). Narcis, hedonický človek, hedonická spoločnosť.
16. Problém rozvoja zručnosti kritického myslenia a kritickej analýzy masmédií vo veku zábavy. Význam mediálnej výchovy.
17. Filozofia, životný štýl a étos nových elít v USA. Kultúrni kreatívci, buržoázni bohémovia, kultúra Davos (Paul H. Ray – Sherry Ruth Anderson, David Brooks, Peter L. Berger).
18. Gehlenov technologický obraz človeka a elektronické médiá informácie a zábavy.
19. Ľudská komunikácia ako prenos významu a porozumenia. Antropologické chápanie komunikácie.
20. Kognitívny pojem pravdy v komunikatívnom kontexte. (Pravda v subjekt – subjektovom vzťahu).
21. Komunikatívna paradigma postmodernizmu, problém hodnôt a pravdy.
22. Postmoderné koncepty v masmédiách (pluralizmus, relativizmus, perspektivizmus, multikulturalizmus).
23. Koniec dejín Francisa Fukuyamu a Stret civilizácií Samuela Huntingtona. Reflexia dejín a spoločnosti a ich odraz v masmédiách.
24. Teória tretej vlny Alvina a Heidi Tofflerovcov. Masmédiá v novej civilizácii.
25. Etika komunikatívneho konania a porozumenia (Jürgen Habermas).
26. Neomarxistická a kultúrna paradigma analýzy vzťahu masmédií a spoločnosti.
27. Médiá, moc, manipulácia. Koncept moci Michela Foucaulta a jeho aplikácia na masmédiá.
28. Teória interpretácie Umberta Eca a jej aplikácia na masmédiá.
29. Feministická filozofia – hlavné myšlienky, tézy, predstaviteľky. Feministická kritika masmédií.
30. Morálny diskurz: zobrazovanie násillia v masmédiách a humanistická kultivácia spoločnosti.