

Vysoká škola: <i>Prešovská univerzita v Prešove</i>	
Fakulta: Filozofická fakulta	
Kód: 1ISMSm/AAKM/22	Názov predmetu: Akusticko-auditívna komunikácia a komunikácia v mediálnom prostredí
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Druh vzdelávacích činností: Prednáška, Seminár Rozsah vzdelávacích činností: 13,0 za akademický rok Metóda vzdelávacích činností: Kombinovaná	
Počet kreditov: 5	
Odporúčaný rok a semester štúdia:	
Stupeň štúdia: 3.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Spôsob hodnotenia a skončenia štúdia predmetu: Priebežné hodnotenie Počet kreditov a časové rozmedzie pre podmienky absolvovania predmetu: - 5 kreditov = 150 hod. - výučba predmetu: 13 týždňov/1 prednáška/konzultácie: 13 hod. - samostatná práca – vypracovanie seminárnej práce: 40 hod. - samostatné štúdium odbornej literatúry: 40 hod. - samostatná príprava na hodiny: 57 hod. V priebehu semestra študent vypracuje seminárnu prácu na zvolenú tému a v jeho závere absolvuje kolokviálnu rozpravu, ktorá overí teoretické vedomosti z prebraných oblastí a praktickú znalosť prebraných javov. Na získanie hodnotenia A musí študent získať najmenej 90 %, na získanie hodnotenia B 80 %, na hodnotenie C najmenej 70%, na hodnotenie D 60%, na hodnotenie E najmenej 50 %. Študent, ktorý získa menej ako 50 %, bude hodnotený stupňom FX.	
Výsledky vzdelávania: Absolvent predmetu dokáže: - objasniť podstatu akusticko-auditívnej komunikácie, - rozumie fungovaniu javov akusticko-auditívnej komunikácie v mediálnej komunikácii, - vlastnými slovami interpretovať základné pojmy týkajúce sa akusticko-auditívnej komunikácie a vie charakterizovať ich fungovanie v mediálnom texte, - opísať jednotlivé segmentálne a suprasegmentálne javy reči a ich fungovanie v mediálnom prostredí, - vysvetliť fungovanie intralingválnych, extralingválnych a paralingválnych prostriedkov v mediálnej komunikácii, - zvolí použitie konkrétneho javu rečového signálu na základe posúdenia komunikačnej situácie v mediálnom prostredí, - identifikuje a interpretuje prejavy rečového signálu v mediálnej komunikácii.	
Stručná osnova predmetu: Koncept verbálnej komunikácie, jej komponenty a jej realizácia v mediálnom prostredí. Zvuk ako fyzikálna a lingvistická entita a jeho vzťah k významu. Intralingválne, paralingválne a extralingválne prostriedky v akusticko-auditívnej komunikácii, ich realizácia a funkčné využitie v mediálnom prostredí. Segmentálny subsystém angličtiny: artikulačné, akustické a auditívne vlastnosti vokálov a konsonantov, ich realizácia a funkčné využitie v mediálnom texte. Kvalita a kvantita vokálov. Slabika – základná jednotka súvislého rečového prejavu. Fonotaktické pravidlá. Suprasegmenty vytvárané časovou, silovou a tónovou moduláciou rečového signálu (slovný a vetný prízvuk a dôraz, tichá a vyplnená pauza – typy páuz a ich funkčné využitie, rytmické usporiadanie rečového prejavu a jeho tempo), ich realizácia a funkčné využitie v mediálnom texte. Foneticko-fonologické javy súvislého rečového prejavu: asimilácia, elízia, splývavá výslovnosť a junktúra (typy junktúr), ich realizácia a funkčné využitie v mediálnom texte. Melódia reči a jej funkčné využitie vo zvukovej realizácii mediálneho textu.	
Odporúčaná literatúra: BEEBE, S. A., S. J. BEEBE and D. K. IVY, 2012. Communication: Principles for a Lifetime / Edition 5, Person. BILÁ, M., 2010. Perception and production of a second language and the concept of a foreign accent. In: Modernization of teaching foreign languages: CLIL, inclusive and intercultural education. Brno: Masaryk University, Faculty of Education, str. 123-143.	

BILÁ, M. and A. KAČMÁROVÁ, 2013. When Pragmatics Meets Prosody (Discovering what text means to the speaker), Brno.

BRAZIL, D., 1997. The Communicative value of Intonation in English. CUP.

BRAZIL, D., 1994. Pronunciation for advanced Learners of English. CUP.

CRUTTENDEN, A., 2008. Intonation. CUP.

CRYSTAL, D., 2008. A Dictionary of Linguistics and Phonetics. Malden: Blackwell.

CLARK, J. and C. YALLOP, 2000. English Phonetics and Phonology. Blackwell Publishers Ltd.

DOMINICK, J., 2012. Dynamics of Mass Communication: Media in Transition / Edition 12. McGraw-Hill Higher Education.

DVONČOVÁ, J., 1980. Fyziologická fonetika. Bratislava: SPN.

FREY, L. R., C. H. BOTAN and G. L. KREPS, 2000. Investigating Communication: An Introduction to Research Methods (2nd Edition).

GREGOVÁ, R., 2022. Comparative Phonetics and Phonology of the English and the Slovak Language A Practical Coursebook. Košice: UPJŠ.

LAVER, J., 1994. Principles of Phonetic. CUP.

LULL, J., 2000. Media, Communication, Culture: A Global Approach / Edition 2, Wiley.

SABIROVA, D. R., S. S. BODNAR and G. S. YATSENKO, 2020. Prosodic characteristics of the speech of hosts in the media communication (examples of British and American talk shows). DEFIN '20: Proceedings of the III International Scientific and Practical Conference March 2020 Article No.: 7, pp. 1–4.

SKARNITZL, R. and J. VOLÍN, 2018. Fonetický aspekt verbální komunikace. In: NEUBAUER, K. a kol.: Kompendium klinické logopedie, 122–169. Praha: Portál.

SKARNITZL, R., P. ŠTORM and J. VOLÍN, 2016. Zvuková báze řečové komunikace: Fonetický a fonologický popis řeči. Praha: Karolinum.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: slovenský, anglický, český

Poznámky:

V prípade prerušenia prezenčnej výučby z nariadenia UVZ/RUVZ/vedenia univerzity/fakulty bude výučba a skúšanie prebiehať nariadenou dištančnou formou.

Hodnotenie predmetov:

Celkový počet hodnotených študentov: 1

A	B	C	D	E	FX
0%	0%	100%	0%	0%	0%

Vyučujúci:

prof. PhDr. Juraj Rusnák, CSc., garant

prof. PhDr. Magdaléna Bilá, PhD., prednášajúci, skúšajúci

Dátum poslednej zmeny: 01.02.2022

Schválil: prof. PhDr. Juraj Rusnák, CSc.

Vysoká škola: Prešovská univerzita v Prešove	
Fakulta: Filozofická fakulta	
Kód: 1ISMSm/ASMP1/22	Názov predmetu: Aplikovaná semiotika a jej využitie v mediálnom prostredí I.
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Druh vzdelávacích činností: Prednáška, Seminár Rozsah vzdelávacích činností: 13,0 za akademický rok Metóda vzdelávacích činností: Kombinovaná	
Počet kreditov: 5	
Odporúčaný rok a semester štúdia:	
Stupeň štúdia: 3.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Spôsob hodnotenia a skončenia štúdia predmetu: Priebežné hodnotenie Počet kreditov a časové rozmedzie pre podmienky absolvovania predmetu: - 5 kreditov = 150 hod. - výučba predmetu: 13 týždňov 1 prednáška/0 seminár: 13 hod. - samostatná práca: 60 hod. - samostatné štúdium odbornej literatúry: 77 hod. Študent pripraví prácu určenú na interpretáciu mediálneho textu z hľadiska vzťahu sociolingvisticky uchopiteľných javov v mediálnom texte (tlačovom, auditívnom, audiovizuálnom, internetovom). Práca bude východiskom skúškovej kolokviálnej rozpravy. Na získanie hodnotenia A musí získať najmenej 90 %, na získanie hodnotenia B 80 %, na hodnotenie C najmenej 70 %, na hodnotenie D 60 %, na hodnotenie E najmenej 50 %. Študent, ktorý získa menej ako 50 %, bude hodnotený stupňom FX. Výsledné hodnotenie sa vypočíta ako priemer hodnotenia seminárnej práce a kolokvia.	
Výsledky vzdelávania: Absolvent predmetu dokáže: - chápať jazyk ako dynamický jav a zároveň ako normovaný spôsob sociálneho správania sa ľudí, - analyzovať vzťahy medzi jazykom a spoločnosťou, - analyzovať sociolingvistické javy vo vzťahu k mediálnemu prostrediu.	
Stručná osnova predmetu: Jazyk a spoločnosť: teoretické základy vzťahu jazyka a spoločnosti; predmet sociolingvistiky Jazyková politika, jazykový manažment, jazyková legislatíva. Sociálna inštitúcia, jazyk, štýl, makrosociálny komunikačný register, mikrosociálny komunikačný register. Médiá ako sociálna inštitúcia, makrosociálny a mikrosociálny komunikačný register v mediálnej komunikácii. Sociálny status, sociálna rola, sociálna vzdialenosť, sociálna deiza v mediálnej komunikácii Sociálna diferenciácia jazyka: jazyková situácia, jazyková stratifikácia, spisovný jazyk, nárečie, bežná štandardná varieta, subštandardná varieta, hovorová slovenčina, jazyk mesta/mestská reč, sociálna diferenciácia jazyka v mediálnej komunikácii. Postoje k jazyku a mediálna prax. Etnografia jazykovej komunikácie: jazyk a kultúra, jazykový stereotyp, tabuizácia a eufemizácia v jazyku, politická korektnosť; jazyk a vek, jazyk a pohlavie (feministická štylistika). Socioetnografia mediálnej komunikácie.	
Odporúčaná literatúra: DOLNÍK, J., 2009. Všeobecná jazykoveda. Bratislava: Veda, s. 336-365, (časť Sociolingvistika). DOLNÍK, J., 2010. Jazyk, človek, kultúra. Bratislava: Kalligram. DOLNÍK, J., 2010. Teória spisovného jazyka so zreteľom na spisovnú slovenčinu. Bratislava: Veda. DOLNÍK, J., 2012. Sila jazyka. Bratislava: Kalligram. DOLNÍK, J., 2021. Jazyk v sociálnej praxi. Bratislava: Veda. FINDRA, J., 1998. Jazyk, reč, človek. Bratislava: Q 111. GAVUROVÁ, M., 2021. Dialekt ako prejav identity. Fintice: FACE. KRALČÁK, Ľ., 2008. K aktuálnej stratifikácii slovenského národného jazyka a jej dynamike. In: S. MISLOVIČOVÁ, S. (ed.). Jazyk a jazykoveda v pohybe. Na počesť Slavomíra Ondrejoviča. Bratislava: Veda, s. 278 – 287. MLACEK, J., 2008. Médiá a jazyk. In: S. MISLOVIČOVÁ, S. (ed.). Jazyk a jazykoveda v pohybe. Na počesť Slavomíra Ondrejoviča. Bratislava: Veda, s. 288 – 296. ONDREJOVIČ, S., 2008. Jazyk, veda o jazyku, societa. Sociolingvistické etudy. Bratislava: Veda. ORGOŇOVÁ, O. a J. DOLNÍK, 2010. Používanie jazyka. Bratislava: Univerzita Komenského.	

SIPKO, J., 2011. Teoretické a sociálno-komunikačné východiská lingvokulturológie. Prešov: Prešovská univerzita v Prešove Filozofická fakulta.

POKORNÝ, J., 2010. Lingvistická antropologie. Jazyk, mysl a kultura. Praha: Grada.

SLANČOVÁ, D. a T. SLANČOVÁ, 2014. Reč pohybu, autority a súdržnosti. Prešov: Prešovská univerzita v Prešove, Fakulta športu.

SLANČOVÁ, D. a M. SOKOLOVÁ, 2011. Návrat k varietám hovorenej podoby slovenčiny na východnom Slovensku po pätnástich rokoch. In: M. OLOŠTIK, M. IVANOVÁ a D. SLANČOVÁ (eds.). Vidy jazyka a jazykovedy. Prešov: Filozofická fakulta Prešovskej univerzity v Prešove.

Sociolinguistica Slovaca 1-8

Velký sociologický slovník, 1996. Praha: Karolinum.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: slovenský, anglický

Poznámky:

Hodnotenie predmetov:

Celkový počet hodnotených študentov: 2

A	B	C	D	E	FX
0%	0%	0%	0%	0%	100%

Vyučujúci:

prof. PhDr. Juraj Rusnák, CSc., garant

prof. PhDr. Daniela Slančová, CSc., prednášajúci, skúšajúci

doc. Mgr. Michal Bočák, PhD., skúšajúci

Dátum poslednej zmeny: 01.02.2022

Schválil: prof. PhDr. Juraj Rusnák, CSc.

Vysoká škola: Prešovská univerzita v Prešove	
Fakulta: Filozofická fakulta	
Kód: 1ISMSm/ASMP2/22	Názov predmetu: Aplikovaná semiotika a jej využitie v mediálnom prostredí II.
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Druh vzdelávacích činností: Prednáška, Seminár Rozsah vzdelávacích činností: 13,0 za akademický rok Metóda vzdelávacích činností: Kombinovaná	
Počet kreditov: 5	
Odporúčaný rok a semester štúdia:	
Stupeň štúdia: 3.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Spôsob hodnotenia a skončenia štúdia predmetu: Priebežné hodnotenie Počet kreditov a časové rozmedzie pre podmienky absolvovania predmetu: - 5 kreditov = 150 hod. - výučba predmetu: 13 týždňov 1 prednáška/0 seminár: 13 hod. - samostatná práca: 60 hod. - samostatné štúdium odbornej literatúry: 77 hod. Študent pripraví prácu určenú na interpretáciu mediálneho textu z hľadiska vzťahu sociolingvisticky uchopiteľných javov v mediálnom texte (tlačovom, auditívnom, audiovizuálnom, internetovom). Práca bude východiskom skúškového kolokviálnej rozpravy. Na získanie hodnotenia A musí získať najmenej 90 %, na získanie hodnotenia B 80 %, na hodnotenie C najmenej 70 %, na hodnotenie D 60 %, na hodnotenie E najmenej 50 %. Študent, ktorý získa menej ako 50 %, bude hodnotený stupňom FX. Výsledné hodnotenie sa vypočíta ako priemer hodnotenia seminárnej práce a kolokvia.	
Výsledky vzdelávania: Absolvent predmetu má vedomosti v oblasti skúmania pragmalinguistiky a vie ich usúvzťazniť k predmetom skúmania v ostatných oblastiach jazykovedy (morfológia, lexikálna sémantika, syntax). Pozná pojmový a kľúčové pragmalinguistické teórie (Teória rečových aktov. Presupozícia. Implikátúra. Kooperačný princíp. Zdvorilostný princíp) a rozumie im, pozná metódy, nástroje a postupy analýzy použitia jazyka vo výpovedi. Absolvent má schopnosť nájsť, spracovať a použiť informácie o predmete skúmania pragmalinguistiky a integrovať ich pri identifikovaní pragmatických javov v použitíach jazyka. Dokáže použiť získané vedomosti na identifikáciu, opis a vysvetlenie zdrojov explicitného a implicitného významu v akýchkoľvek použitíach jazyka a interpretovať ich. Ich aplikáciou pri riešení nových úloh prispieva k rozvoju odboru. Absolvent predmetu je schopný aplikovať získané vedomosti a zručnosti pri vypracovávaní riešení problémov a úloh zadaných v študijnej literatúre ako aj príkladov z vlastnej rečovej praxe. Vypracuje vlastný projekt, v ktorom analyzuje a interpretuje pôvodné a aktuálne rečové dáta podľa vlastného výberu. Predloží ho na kritickú diskusiu, v ktorej je schopný ho obhájiť. Absolvent je schopný použiť súbor znalostí a zručností vo vlastnej reálnej receptívnej a produktívnej komunikačnej praxi, v ktorej kriticko-analyticky posudzuje a vyhodnocuje procesy tvorby významu, ktorých je pozorovateľ a/alebo účastník, ako aj pri analýze príkladov z masmediálneho prostredia.	
Stručná osnova predmetu: Pragmalinguistika v systéme vied o človeku, spoločnosti a jazyku. Pragmalinguistika a sémantika. Presupozícia. Teória rečových aktov. Konverzačná implikátúra a kooperačný princíp. Deixa. Pragmalinguistická zdvorilostná teória.	
Odporúčaná literatúra: BOUSFIELD, D. and M. LOCHER (eds.), 2008. Impoliteness in Language. Mouton de Gruyter. BROWN, P. and S. LEVINSON, 1987. Politeness, Some Universals in Language Usage. Cambridge: Cambridge University Press. CLARK, H. H., 1996. Using Language. Cambridge: Cambridge University Press. CUTTING, J., 2002. Pragmatics and Discourse. Routledge. DOLNÍK, J., 1999. Základy lingvistiky. Bratislava: STIMUL. DOLNÍK, J., 2013. Všeobecná jazykoveda. Bratislava: VEDA. DOLNÍK, J., 2018. Jazyk v pragmatike. Bratislava: VEDA. EDEN, G., 2001. A Critique of Politeness Theories. Manchester: St. Jerome Publishing.	

FERENČÍK, M., 2007. Exercising politeness: membership categorisation in a radio phone-in programme. *Pragmatics*, Vol. 17 (3), 351-370.

FERENČÍK, M., 2011. (Im)politeness in the media. Prešov: FF PU v Prešove.

FERENČÍK, M., 2015. Je ne suis pas Charlie. Metadiscourses of impoliteness following the 'France's 9/11' in selected print media. *Topics in Linguistics*, 16/1, pp.42-58.

FERENČÍK, M., 2017. I'm not Charlie: (im)politeness evaluations of the Charlie Hebdo attack in an internet discussion forum. *Journal of pragmatics*, 111, 54-71.

FERENČÍK, M., 2018. Im/politeness on the move: a study of regulatory discourse practice in Slovakia's centre of tourism. *Journal of pragmatics* 134. 183-198.

FERENČÍK, M., 2020. Politeness and social change. The metapragmatics of Slovakia's 2018 'decent revolution'. *Journal of pragmatics*, 169, 165-178.

HICKEY, L. and M. STEWART (eds.), 2005. *Politeness in Europe*. Clevedon: Multilingual Matters Ltd.

HUANG, Y., 2007. *Pragmatics*. Oxford: Oxford University Press.

KÁDÁR, D. and M. HAUGH, 2013. *Understanding Politeness*. Cambridge: Cambridge University Press.

LAKOFF, R., 1973. The logic of politeness; or minding your p's and q's. *Papers from the Ninth Regional Meeting of the Chicago Linguistic Society*, pp. 292-305. Chicago.

LEECH, G., 1983. *Principles of Pragmatics*. London: Longman.

LEECH, G., 2014. *The Pragmatics of Politeness*. Oxford: Oxford University Press.

LEVINSON, S., 1983. *Pragmatics*. Longman.

LOCHER, M. A. and R. J. WATTS, 2005. Politeness theory and relational work. *Journal of Politeness Research: Language, Behaviour, Culture* 1(1): 9-33.

MEY, J., 1993. *Pragmatics*. 2nd Ed. Blackwell.

NEKVAPIL, J. and J. V. NEUSTUPNÝ, 2005. Politeness in the Czech Republic: Distance, Levels of Expression, Management and Intercultural Contact. In: HICKEY, L. and M. STEWART (eds.). *Politeness in Europe*. Clevedon: Multilingual Matters Ltd., 247-263.

OGIERMAN, E. and M. SUSZCZYNSKA, 2011. On Im/politeness behind the iron curtain. In: BARGIELA-CHIAPPINI, F. and D. Z. KÁDÁR (eds.). *Politeness Across Cultures*. Macmillan, 194-213.

PECCEI, J. S., 1999. *Pragmatics*. London and New York: Routledge.

SEARLE, J., 1975. A taxonomy of speech acts. In Gunderson (ed.) *Minnesota studies in philosophy of science 9: language, mind and knowledge*, 344-69.

TÁRNYIKOVÁ, L., 2000. *Pragmatics*. In: P. ŠTEKAUER (ed.). *Rudiments of English Linguistics*. Prešov: Slovacontact.

VERSCHUEREN, J., 1999. *Understanding Pragmatics*. Arnold.

WATTS, R. J., 2003. *Politeness*. Cambridge: Cambridge University Press.

YULE, G., 1996. *Pragmatics*. OUP.

YOUNG, R. F., 2008. *Language and Interaction*. Routledge.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: slovenský, anglický

Poznámky:

Hodnotenie predmetov:

Celkový počet hodnotených študentov: 0

A	B	C	D	E	FX
0%	0%	0%	0%	0%	0%

Vyučujúci:

prof. PhDr. Juraj Rusnák, CSc., garant

prof. PhDr. Milan Ferenčík, PhD., prednášajúci, skúšajúci

Dátum poslednej zmeny: 01.02.2022

Schválil: prof. PhDr. Juraj Rusnák, CSc.

Vysoká škola: Prešovská univerzita v Prešove	
Fakulta: Filozofická fakulta	
Kód: 1ISMSm/FKKM/22	Názov predmetu: Filozofické koncepcie komunikácie a ich aplikácia v mediálnom prostredí
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Druh vzdelávacích činností: Prednáška, Seminár Rozsah vzdelávacích činností: 13,0 za akademický rok Metóda vzdelávacích činností: Kombinovaná	
Počet kreditov: 5	
Odporúčaný rok a semester štúdia:	
Stupeň štúdia: 3.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Spôsob hodnotenia a skončenia štúdia predmetu: Priebežné hodnotenie Počet kreditov a časové rozmedzie pre podmienky absolvovania predmetu: - 5 kreditov = 150 hod. - výučba predmetu: 13 týždňov 1 prednáška/0 seminár: 13 hod. - samostatná práca: 60 hod. - samostatné štúdium odbornej literatúry: 77 hod. Aktívna účasť, vypracovanie písomnej práce na jednu z tém určených vyučujúcim. Na získanie hodnotenia A musí získať najmenej 90 %, na získanie hodnotenia B 80 %, na hodnotenie C najmenej 70 %, na hodnotenie D 60 %, na hodnotenie E najmenej 50 %. Študent, ktorý získa menej ako 50 %, bude hodnotený stupňom FX.	
Výsledky vzdelávania: Študent/ka získava po absolvovaní predmetu: Vedomosti z oblasti filozofie jazyka – analytickej filozofie; poznáva ich históriu a získava schopnosti komparovať, analyzovať a aplikovať ich na aktuálnu komunikačnú situáciu; získava metodológiu rozpoznania základných úvah o jazyku vo filozofických teóriách a vie posúdiť ich prínos pre sémantickú a pragmatickú analýzu jazyka; Získava zručnosti všimnúť si a rozvíjať poznatky, rozpoznávať podstatné, hlavné a rozhodujúce znaky a aspekty rečových javov; dokáže sa kriticky vyrovnáť s mnohými teoretickými prístupmi v teórii jazyka a má zručnosti samostatne hľadať relevantné súvislosti a väzby medzi nimi; zvažuje, akceptuje, prijíma, sprostredkuje, ale aj kriticky systematizuje, formuje a presadzuje vlastný názor; má silné komunikatívne zručnosti a motiváciu orientovanú na zodpovednosť a ďalšie vzdelávanie spojené s výskumom problematiky; Má kompetencie osvojených zásad vedeckej práce a spôsobilosť využívať metódy výskumu komunikačnej sféry života a predkladať nové a správne stratégie v mediálnej sfére; je schopný a pripravený odborne systematicky analyzovať jazykové dimenzie života a pripraviť ich expertízu; získava kompetencie samostatnej výskumnej práce a je pripravený zvoliť správny metodologický prístup a aplikovať ho do mediálnej praxe posúdenia a uplatnenia; získava metodologickú spôsobilosť rozpoznať a metodicky systematizovať poznatky, pripraviť, vyberať, odporúčať a na ich základe koordinovať prístupy, organizovať a rozpoznávať správne riešenia a navrhovať cesty ich posúdenia a uplatnenia v mediálnej praxi	
Stručná osnova predmetu: Fenomén jazyka a jeho dejinnohistorické a aktuálne vymedzenie vo filozofii. Špecifiká filozofickej reflexie jazyka; Vymedzenie analytickej filozofie (Wittgenstein-jazykové hry). Slovo a jeho význam v reflexiách filozofie; O štýle a význame – filozofické reflexie. Hermeneutika a jazyk (Gadamer, Ricoeur). Teória rečových aktov (J. L. Austin, J. R. Searle). Komunikácia a komunikatívna kompetencia (J. Habermas). Jazyk a zodpovednosť (N. Chomsky). Etika a komunikácia – etická komunikácia - diskurz. Filozofické východiská komunikácie v mediálnom priestore.	
Odporúčaná literatúra: AUSTIN, J. L. 1998. Význam slova. In: Organon F. roč.V./č.3 (preklad) BORECKÝ, V. 2003. Porozumění symbolu. Praha: Triton CASSIRER, E. 1996. Filosofie symbolických forem. I (jazyk). Praha: Oikomenh K filozofii jazyka, vedy a iným problémom., 1998. In: Organon F – príloha, Bratislava: Infopress. PEREGRIN, J. 2003. Filosofie a jazyk. Praha: Triton. PEREGRIN, J., 2004. Kapitoly z analytické filosofie. Praha.	

VALENTA, L.: Problémy analytické filozofie. Olomouc.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: slovenský, český

Poznámky:

Hodnotenie predmetov:

Celkový počet hodnotených študentov: 1

A	B	C	D	E	FX
0%	0%	0%	0%	0%	100%

Vyučujúci:

prof. PhDr. Juraj Rusnák, CSc., garant

prof. PhDr. Viera Bilasová, CSc., prednášajúci, skúšajúci

Dátum poslednej zmeny: 01.02.2022

Schválil: prof. PhDr. Juraj Rusnák, CSc.

Vysoká škola: <i>Prešovská univerzita v Prešove</i>	
Fakulta: Filozofická fakulta	
Kód: 1ISMSm/MEKO/22	Názov predmetu: Médiá a komunikácia
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Druh vzdelávacích činností: Rozsah vzdelávacích činností: za akademický rok Metóda vzdelávacích činností: Kombinovaná	
Počet kreditov: 5	
Odporúčaný rok a semester štúdia:	
Stupeň štúdia: 3.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Spôsob hodnotenia a skončenia štúdia predmetu: Štátna skúška (dokt-KS) Študent formou skúškovej kolokviálnej rozpravy predstaví základné problémy z oblasti vzťahov medzi mediálnou komunikáciou, komunikáciou a jazykom. Na získanie hodnotenia A musí získať najmenej 90 %, na získanie hodnotenia B 80%, na hodnotenie C najmenej 70 %, na hodnotenie D 60 %, na hodnotenie E najmenej 50 %. Študent, ktorý získa menej ako 50 % bude hodnotený stupňom FX.	
Výsledky vzdelávania: Absolvent predmetu dokáže: - chápať jazyk ako dynamický jav a zároveň ako normovaný spôsob sociálneho správania sa ľudí, - analyzovať vzťahy medzi jazykom a spoločnosťou, - analyzovať sociolingvistické javy vo vzťahu k mediálnemu prostrediu, - pomenovať oblasti pragmlingvistického skúmania, definovať a vysvetliť pojmy a prístupy z oblasti pragmlingvistiky a uplatniť ich pri analýze príkladov z masmediálneho diskurzu, - určiť, popísať, zdôvodniť a použiť analytické nástroje a postupy pragmlingvistiky - kompetentne diskutovať o pragmlingvistických aspektoch použitia jazyka v masmediálnom prostredí.	
Stručná osnova predmetu: Jazyk a spoločnosť: teoretické základy vzťahu jazyka a spoločnosti; predmet sociolingvistiky. Jazyková politika, jazykový manažment, jazyková legislatíva. Sociálna inštitúcia, jazyk, štýl, makrosociálny komunikačný register, mikrosociálny komunikačný register. Médiá ako sociálna inštitúcia, makrosociálny a mikrosociálny komunikačný register v mediálnej komunikácii. Sociálny status, sociálna rola, sociálna vzdialenosť, sociálna deíxa v mediálnej komunikácii. Sociálna diferenciacia jazyka: jazyková situácia, jazyková stratifikácia, spisovný jazyk, nárečie, bežná štandardná varieta, subštandardná varieta, hovorová slovenčina, jazyk mesta/mestská reč, sociálna diferenciacia jazyka v mediálnej komunikácii. Postoje k jazyku a mediálna prax. Etnografia jazykovej komunikácie: jazyk a kultúra, jazykový stereotyp, tabuizácia a eufemizácia v jazyku, politická korektnosť; jazyk a vek, jazyk a pohlavie (feministická štylistika). Socioetnografia mediálnej komunikácie. Pragmlingvistika v systéme vied o človeku, spoločnosti a jazyku. Pragmlingvistika a sémantika. Presupozícia. Teória rečových aktov. Konverzačná implikácia. Deíxia. Kooperačný princíp. Pragmlingvistická zdvorilostná teória.	
Odporúčaná literatúra: BROWN, P. and S. LEVINSON, 1987. Politeness, Some Universals in Language Usage. Cambridge: Cambridge University Press. DOLNÍK, J., 2009. Všeobecná jazykoveda. Bratislava: Veda, s. 336 – 365 (časť Sociolingvistika). DOLNÍK, J., 2010. Jazyk, človek, kultúra. Bratislava: Kalligram. DOLNÍK, J., 2010. Teória spisovného jazyka so zreteľom na spisovnú slovenčinu. Bratislava: Veda. DOLNÍK, J., 2013. Všeobecná jazykoveda. Bratislava: VEDA. FERENČÍK, M., 2011. (Im)politeness in the media. FF PU Prešov. FINDRA, J., 2008. Jazyk, reč, človek. Bratislava: Q 111, 1998. In: S. MISLOVIČOVÁ (ed). Jazyk a jazykoveda v pohybe. Na počesť Slavomíra Ondrejoviča. Bratislava: Veda. HICKEY, L. and M. STEWART (eds.), 2005. Politeness in Europe. Clevedon: Multilingual Matters Ltd. HUANG, Y., 2007. Pragmatics. Oxford: Oxford University Press. KÁDÁR, D. and M. HAUNG, 2013. Understanding Politeness. Cambridge: Cambridge University Press. KRALČÁK, L., 2008. K aktuálnej stratifikácii slovenského národného jazyka a jej dynamike. In: S. MISLOVIČOVÁ (ed). Jazyk a jazykoveda v pohybe. Na počesť Slavomíra Ondrejoviča. Bratislava: Veda, s. 278 – 287. LEECH, G., 1983. Principles of Pragmatics. London: Longman. LEVINSON, S., 1983. Pragmatics. Longman.	

LOCHER, M. A. and R. J. WATTS, 2005. Politeness theory and relational work. *Journal of Politeness Research: Language, Behaviour, Culture* 1(1): 9-33.

MEY, J., 1993. *Pragmatics*. Blackwell.

MLACEK, J., 2008. Média a jazyk. In: S. MISLOVIČOVÁ (ed). *Jazyk a jazykoveda v pohybe. Na počesť Slavomíra Ondrejoviča*. Bratislava: Veda, s. 288 – 296.

NEKVAPIL, J. and J. V. NEUSTUPNÝ, 2005. Politeness in the Czech Republic: Distance, Levels of Expression, Management and Intercultural Contact. In: HICKEY, L. and M. STEWART (eds.). *Politeness in Europe*. Clevedon: Multilingual Matters Ltd., 247-263.

OGIERMAN, E. and M. SUSZYNSKA, 2011. On Im/politeness behind the iron curtain. In BARGIELA-CHIAPPINI, F. and D. Z. KÁDÁR (eds.). *Politeness Across Cultures*. Macmillan, 194-213.

ONDREJOVIČ, S., 2008. *Jazyk, veda o jazyku, societa. Sociolingvistické etudy*. Bratislava: Veda.

ORGOŇOVÁ, O. a J. DOLNÍK, 2010. *Používanie jazyka*. Bratislava: Univerzita Komenského.

PECCEI, J. S., 1999. *Pragmatics*. London and New York: Routledge.

POPOVIČOVÁ SEDLÁČKOVÁ, Z., 2013. *Slang v mládežníckom diskurze*. Bratislava: Univerzita Komenského.

SIPKO, J., 2011. *Teoretické a sociálno-komunikačné východiská lingvokulturológie*. Prešov: Prešovská univerzita v Prešove Filozofická fakulta.

SLANČOVÁ, D. a M. SOKOLOVÁ, 2011. *Návrat k varietám hovorenej podoby slovenčiny na východnom Slovensku po pätnástich rokoch*. In: *Vidy jazyka a jazykovedy. Na počesť Miloslavy Sokolovej*. Prešov: Filozofická fakulta Prešovskej univerzity v Prešove, s. 341 – 357.

SLANČOVÁ, D. a M. SOKOLOVÁ, 1994. *Variety hovorenej podoby slovenčiny*. In: *Studia Academica Slovaca*. 23. Prednášky XXX. letného seminára slovenského jazyka a kultúry. Red. J. Mlacek. Bratislava: Stimul.

SLANČOVÁ, D., 1994. *Praktická štylistika*. Prešov: Slovacontact.

Sociolinguistica Slovaca 1 – 7.

TÁRNYIKOVÁ, L., 2000. *Pragmatics*. In: P. ŠTEKAUER (ed.) *Rudiments of English Linguistics*. Prešov: Slovacontact.

Velký sociologický slovník, 1996. Praha: Karolinum.

VERSCHUEREN, J., 1999. *Understanding Pragmatics*. Arnold.

WATTS, R. J., 2003. *Politeness*. Cambridge: Cambridge University Press.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: slovenský

Poznámky:

Hodnotenie predmetov:

Celkový počet hodnotených študentov: 0

A	B	C	D	E	FX
0%	0%	0%	0%	0%	0%

Vyučujúci:

prof. PhDr. Juraj Rusnák, CSc., garant, skúšajúci
 doc. Mgr. Michal Bočák, PhD., skúšajúci
 prof. Mgr. Martina Ivanová, PhD., skúšajúci
 doc. Mgr. Pavol Markovič, PhD., skúšajúci
 doc. PhDr. Peter Karpinský, PhD., skúšajúci

Dátum poslednej zmeny: 01.02.2022

Schválil: prof. PhDr. Juraj Rusnák, CSc.

Vysoká škola: <i>Prešovská univerzita v Prešove</i>	
Fakulta: Filozofická fakulta	
Kód: 1ISMSm/MEKU/22	Názov predmetu: Médiá a kultúra
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Druh vzdelávacích činností: Rozsah vzdelávacích činností: za akademický rok Metóda vzdelávacích činností: Kombinovaná	
Počet kreditov: 5	
Odporúčaný rok a semester štúdia:	
Stupeň štúdia: 3.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Spôsob hodnotenia a skončenia štúdia predmetu: Štátna skúška (dokt-KS) Študent formou skúškového kolokviálneho rozpravy predstaví základné problémy z oblasti vzťahov medzi mediálnou komunikáciou a kultúrou. Na získanie hodnotenia A musí získať najmenej 90 %, na získanie hodnotenia B 80 %, na hodnotenie C najmenej 70 %, na hodnotenie D 60 %, na hodnotenie E najmenej 50 %. Študent, ktorý získa menej ako 50 % bude hodnotený stupňom FX.	
Výsledky vzdelávania: Absolvent predmetu dokáže: - analyzovať vzťahy medzi tvorbou, šírením a recepciou mediálnej produkcie a populárnou kultúrou, - analyzovať základné fenomény korelácie médií a populárnej kultúry, - popísať základné koncepcie interpretácie kultúry (osobitne populárnej a masovej) v súčasnosti, - charakterizovať populárnu a masovú kultúru, uviesť príklady na rôzne typy prístupov k hodnoteniu masovej a populárnej kultúry v mediálnom prostredí, - zdefinovať a vlastnými slovami interpretovať základné pojmy z oblasti lingvokulturológie, - začleniť lingvokultúrne javy do celkového systému etnokultúry, - uvedené pojmy bude ovládať na porovnávacej slovensko-ruskej úrovni, - rozoberať jazykové jednotky z pozície základných lingvokulturologických kategórií, - analyzovať zodpovedajúce lingvokultúrne jednotky z pozície cudzojazyčnej komunikácie, - rozoberať jazykové jednotky z pozície rusko-slovenských lingvokultúrnych analógií, - jednotlivé typy uvedených ruských lingvokultúrnych jednotiek (lingvokultúrém) preložiť do slovenčiny/ruštiny, - aplikovať lingvokultúrne javy pri rozbere jazykových jednotiek na iných úrovniach jazyka, - sa orientovať v základnej teoretickej literatúre s tematikou lingvokulturológie, - samostatne analyzovať lingvokultúrne zložky ruského textu, - komentovať z lingvokulturologických pozícií súčasný ruský publicistický text, - komentovať analogické texty zo súčasných slovenských médií, - aplikovať poznatky z umenovedy, literárnej vedy, semiológie a medialistiky na oblasť kultúry a médií, - zhodnotiť vplyv médií na kultúru, chápať vzťah médií a kultúry ako vzájomne podmienenú koreláciu, - interpretovať literárny text s prihliadnutím na jeho následnú transformáciu do rozhlasových, divadelných, televíznych a filmových žánrov, - diagnostikovať stav umeleckej kultúry prezentovanej v médiách, - diferencovať medzi semiotickými aspektmi médií a jednotlivých umení, - zhodnotiť vplyv médií na kultúru, chápať vzťah médií a kultúry ako vzájomne podmienenú koreláciu.	
Stručná osnova predmetu: Rozdielne kódy jednotlivých umení a médií. Transformácia, adaptácia, subverzia, dramatizácia. K vybraným problémom hybridizácie súčasnej kultúry (na príkladoch videoklipu, videoperformancie, videopoviedok komiksu atď.). Pop-kultúra, gýč a umenie v kontexte masových médií. Poetika začínajúcich autorov v „nových“ médiách. Základné teoretické koncepcie a prístupy ku kultúre s dôrazom na kultúru masovú a populárnu. Statické a dynamické interpretačné modely prístupu ku kultúre. Vizuálna komunikácia v súčasnej kultúre: obraz a jeho interpretácia v súčasných médiách. Média, spoločnosť a kultúra: sociokultúrna situácia v neskoromodernej spoločnosti a aktuálne otázky mediálnej kultúry. Populárna a masová kultúra ako znakový systém: koncepty a interpretačné perspektívy: médiá, kultúra a mýtus, populárna kultúra a simulovaná realita, expanzívne modely vzťahu médií a kultúry: koncept memetiky. Masová kultúra, mediovaná kultúra. Kritika masovej kultúry a jej reflexia v mediálnom prostredí.	

Základné trendy vo vytváraní, šírení a recepcii tkaniva popkultúry v mediálnom prostredí: celebritizácia, tabloidná produkcia, prelínanie reality a fikcie, infotainment, infantilizácia kultúry.

Lingvokulturoológia. História vzniku a vývoja uvedenej filologickej disciplíny. Objekt výskumu lingvokulturoológie. Základné pojmy lingvokulturoológie. Lingvokultúrema – základná jednotka lingvokulturoológie. Koncept – základné východiská. onceptualizácia slova. Základné etnokultúrne zdroje konceptov. Konceptosféra jazyka – etnokultúrny obsah slova. Lexéma v etnokultúrnych asociáciách a konotáciách. Bázové koncepty v ruskej kultúre. Ich porovnávanie s analogickými slovenskými konceptmi.

Asociatívny experiment ako objektivizujúci kognitívny prostriedok etnokultúry. Voľba objektívnych stimulov pre asociatívny experiment. Reakcie v asociatívnych experimentoch.

Hierarchizácia reakcií. Rusko-slovenské rozdiely v základných etnokultúrnych asociáciách.

Jazykový obraz sveta. Základné pojmy. Jazykový obraz sveta a obraz sveta v nejazykových systémoch. Východiská kognitívnej lingvistiky. Kognitívna funkcia jazyka. Jej aplikácia na jednotlivých jazykových úrovniach.

Objektívny a subjektívny obraz sveta. Podmienky pre vytváranie obrazu sveta. Aplikácia teoretických poznatkov pri konkrétnom jazykovom obraze sveta.

Jazykový obraz sveta v médiách. Zdroje vytvárania uvedeného jazykového obrazu. História, kultúra, politika, vzájomné kontakty, súčasné dianie a jeho jazykové zobrazenie.

Hierarchia kognitívnych poznatkov. Pozícia antropocentrických obrazov sveta doma a v zahraničí. Úloha literatúry v jazykovom obraze sveta na Slovensku.

Fragmenty jazykového obrazu sveta v súčasných slovenských médiách. Precedentné fenomény – modelové etnokultúrne sociálno-komunikačné jednotky.

Klasifikácia precedentných fenoménov. Precedentné mená ako bázový axiologický zdroj etnokultúry. Precedentné texty a ich špecifikácia v konkrétnom (ruskom) etnokultúrnom prostredí. Precedentné výrazy a ich klasifikácia.

Precedentné situácie a ich zdroje. Jazykový obraz sveta ako bázová kognitívna základňa. Objektívny a subjektívny obraz sveta. Konkrétne východiská jazykového obrazu Ruska na Slovensku.

Odporúčaná literatúra:

- ADORNO, T. W., 1991. The Culture Industry. London, Routledge.
- ALEFIRENKO, N.F., 2010. Lingvokulturologija. Cennostno-smyslovoje prostranstvo jazyka. Moskva: Izdatel'stvo „Flinta“, Izdatel'stvo „Nauka“.
- ARUŤUNOVA, N.D., 1988. Tipy jazykovych značenij. Ocenka. Sobytiye. Fakt. Moskva: Nauka.
- BARKER, Ch., 2006. Slovník kulturních studií. Praha, Portál.
- BOORSTIN, D., 1961. The Image. A Guide to Pseudo-Events in America. New York, Vintage Books.
- BYSTRICKÝ, J., 2009. Média, politika a společnost. Plzeň: Tiskárna a vydavatelství 999.
- DALY, S. and N. WICE, 1999. Pop culture. Encyklopedie kulturních trendů 90. let. Praha: Jota.
- DEBORD, G., 2007. Společnost spektaklu. Praha: Intu.
- DOLNÍK, J., 2010. Jazyk – Člověk – Kultura. Bratislava: Kalligram.
- FORET, M., M. LAPČÍK and P. ORSÁG (eds.), 2009. Kultura–Média–Komunikace 1/2009. Spektákl, mizející realita a (ne)bezpečí informací, diskurs(y) o diskursu. Olomouc: Univerzita Palackého.
- GAČEV, G., 1995. Nacionalnyje obrazy mira. Kosmo. Psycho. Logos. Moskva: Progress, Kul'tura.
- GEERTZ, C., 2000. Interpretace kultur. Praha: Sociologické nakladatelství.
- GERO, Š., 2012. Komunikácia – umenie – marketing. Nitra: UKF.
- GUMILOV, L. N., 1993. Etnosféra: Istorija l'udej i istorija prirody. Moskva: Ekopros.
- GUZI, E., 2009. Formovanie Ruska ako mnohonárodnostného štátu – jeho zahraničná politika, zabezpečenie štátnej bezpečnosti, spoločnosť (Východiská pre historicko-kulturologickú analýzu v ruskom jazyku). Prešov: FF PU.
- CHROLENKO, A. T., 2005. Osnovy lingvokulturologiji. Moskva: „Flinta“, „Nauka“.
- KARAULOV, J. N., 2002. Russkij asociativnyj slovar. Tom I. Ot stimula k reakcijam. Tom II. Ot reakcii k stimulam. Moskva: AST. Astrel.
- KASARDA, M., 2013. Populárna kultúra a masové médiá – Od karnevalovej ulice po virtuálny svet. Bratislava: EUROKÓDEX.
- KOLLÁ ROVÁ, E., 2007. Russkije kul'turnyje issledovanija. Banská Bystrica: FHV UMB.
- KOLŠANSKIJ, G. V., 2006. Objektivnaja kartina mira v poznanii i v jazyke. Moskva: KomKniga.
- KRASNYCH, V. V., 2002. Etnopsicholingvistika i lingvokulturologija. Moskva: Gnozis.
- KULKA, T., 2000. Umění a kýč. Praha: Torst.
- LAWLESS, R., 1999. Co je to kultura. Olomouc, Votobia.
- MAJEROV, A. M., 1968. Vtorženije. Českoslovakija.
- MALÍČEK, J., 2008. Vademecum popkultúry. Nitra, FF UKF Nitra.
- MASLOVA, V. A., 2004. Lingvokulturologija. Moskva: Academia.
- McLUHAN M., 1991. Jak rozumět médiím. Praha: Odeon.
- McLUHAN, M., 2008. Člověk, média a elektronická kultura. Praha: Nakladatelství Jota.
- MURPHY, R., 2006. Úvod do kulturní a sociální antropologie. Praha: Slon.
- PAŠTEKA, J., 1976. Estetické paralely umenia: štúdie o divadle, dramatike a filme. Bratislava: VEDA.
- POSTMAN, N., 2001. Ubavit se k smrti. Praha: Mladá fronta.
- RUSHKOFF, D., 2002. Manipulativní nátlak. Praha: Konfrontace.
- RUSNÁK, J., 2009. Textúry elektronických médií. Vývoj a súčasný stav. Prešov: FF PU v Prešove.

SIPKO, J., 2008. V poiskach istinnovo smysla – Hľadanie ozajstného zmyslu. Prešov: FF PU.
 SIPKO, J., 2011. Teoretické a sociálno-komunikačné východiská lingvokulturológie. Prešov: FF PU.
 SIPKO, J., 2013. Precedentnyje imena v pozíciji ocenočných sredstv. Prešov: FF PU.
 STEPANOV, J. S., 1987. Konstanty: Slovar ruskoj kul'tury. Moskva, 2004. VOROBJOV: Lingvokul'turologija. Teorija i metody. Moskva.
 URBAN, P. (ed.), 2013. Súmraak médií. Žilina: Žilinská univerzita.
 ŽILKOVÁ, M., 2006. Globalizačné trendy v mediálnej tvorbe. Nitra: Univerzita Konštantína Filozofa.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: slovenský

Poznámky:

Hodnotenie predmetov:

Celkový počet hodnotených študentov: 1

A	B	C	D	E	FX
0%	100%	0%	0%	0%	0%

Vyučujúci:

prof. PhDr. Juraj Rusnák, CSc., garant, skúšajúci
 doc. Mgr. Michal Bočák, PhD., skúšajúci
 doc. Mgr. Pavol Markovič, PhD., skúšajúci
 doc. PhDr. Peter Karpinský, PhD., skúšajúci
 prof. Mgr. Martina Ivanová, PhD., skúšajúci

Dátum poslednej zmeny: 01.02.2022

Schválil: prof. PhDr. Juraj Rusnák, CSc.

Vysoká škola: <i>Prešovská univerzita v Prešove</i>	
Fakulta: Filozofická fakulta	
Kód: 1ISMSm/MESP/22	Názov predmetu: Médiá a spoločnosť
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Druh vzdelávacích činností: Rozsah vzdelávacích činností: za akademický rok Metóda vzdelávacích činností: Kombinovaná	
Počet kreditov: 5	
Odporúčaný rok a semester štúdia:	
Stupeň štúdia: 3.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Spôsob hodnotenia a skončenia štúdia predmetu: Štátna skúška (dokt-KS) Študent formou skúškovej kolokviálnej rozpravy predstaví možnosti korelácií medzi médiami a spoločnosťou. Na získanie hodnotenia A musí získať najmenej 90 %, na získanie hodnotenia B 80%, na hodnotenie C najmenej 70 %, na hodnotenie D 60 %, na hodnotenie E najmenej 50 %. Študent, ktorý získa menej ako 50 % bude hodnotený stupňom FX.	
Výsledky vzdelávania: Absolvent predmetu dokáže: - analyzovať vzťahy medzi médiami a spoločnosťou, - analyzovať sociálne javy vo vzťahu k mediálnemu prostrediu.	
Stručná osnova predmetu: Médiá, ich funkcie a vplyv na spoločnosť (informačnú spoločnosť). Ekonomizácia mediálneho systému. Mediálna, masmediálna a marketingová komunikácia a uplatnenie informačných systémov. Mediálna gramotnosť a kompetencie. Digitálna gramotnosť. Legislatívne, inštitucionálne a informálne možnosti mediálnej edukácie. Mediálne produkty - vhodnosť a nevhodnosť zaraďovania mediálnych obsahov do vysielania. Vplyv mediálnych obsahov na rodinný život resp. rodinnú klímu. Mediálna edukácia v rodinnom prostredí a možnosti jej realizácie. Teoreticko-metodologické východiská spoločenskej komunikácie: sociálnopolitické podložie mediálnej komunikácie. Historické koncepty spoločensko-politického myslenia a ich reflexia v mediálnom prostredí. Súčasný sociálno-politický systémy a mediálne systémy: možnosti korelácie (propaganda a ideologické koncepty v mediálnom prostredí, fungovanie cenzúry a autocenzúry v mediálnom prostredí). Multikulturalita, spoločnosť a médiá. Právne východiská spoločenskej a mediálnej komunikácie: formálne (legislatívne) a informálne štandardy. Verejná komunikácia. Publikum ako objekt a subjekt v mediálnej komunikácii. Reklamná komunikácia, reklamný text a jeho fungovanie v mediálnom prostredí. Pragmalingvistická analýza reklamného textu a jeho optimalizácia. Persuázia v mediálnom texte. Ako informovať a presvedčiť. Cieľová skupina – sociálny štatút; jazykové stvárnenie a rozlišovanie sociálnych skupín. Základné sociologické aspekty výskumu cieľových skupín. Preceňovanie sociálneho výskumu v oblasti reklamy. Mediálne a modálne reklamné formy, semiotický potenciál reklamy. Marketing - reklama ako prostriedok obchodnej politiky. Demonstratívny konzum. Interkultúrne rozdiely a transkultúrna reklama. Subkultúry a reklama. Lingvistika klamstva.	
Odporúčaná literatúra: BARBERO, J. M., 1993. Communication, Culture and hegemony. London: Sage Publications. BEARD, A., 2000. The Language of Politics. London: Routledge. BUCKINGHAM, D., 2003. Media Education: Literacy, Learning and Contemporary Culture. Cambridge: Polity Press (Blackwell Publishing Ltd.). BROKLOVÁ, Z., 2008. Média tvorivě pro II. stupeň ZŠ a střední školy: Metodická příručka mediální výchovy. Kladno: AISIS. COLLIN, P. H., 2004. Disctionary of Politics and Government. London: Bloomsbury. DEBORD, G., 2007. Společnost spektaklu. Praha: INTU. FELSER, G., 2011. Werbe- und Konsumentenpsychologie. Heidelberg: Spektrum Akademischer Verlag;	

Auflage: 3. Aufl, 2007. Nachdruck.
 GRÁC, J., 1985. Persuázia. Ovpływňovanie človeka človekom. Martin: Osveta.
 HANULÁKOVÁ, E., 2002. Reklama a etika. Bratislava: Eurounion.
 HRADISKÁ, E., 2009. Psychológia médií. Bratislava: Eurokódex.
 IŁOWIECKI, M. and T. ZASEPA, 2003.: Moc a nemoc médií. Bratislava: Veda.
 JANICH, N., 2005. Werbesprache. Ein Arbeitsbuch. Tübingen: Gunter Narr.
 JIRÁK, J. and B. KÖPPLOVÁ, 2009. Masová médiá. Praha: Portál.
 KNAPP, K., 2004. Angewandte Linguistik. Tübingen und Basel: A. Francke.
 LEE-KAID, L. and CH. HOLTZ-BACHA, 2008. Encyclopedia of Political Communication. London: Sage Publications.
 MAYER, H. and T. ILLMANN. Markt- und Werbepsychologie. Stuttgart: Schäffer-Poeschel Verlag; Auflage: 3., überarbeitete und ergänzte Auflage.
 MIČIENKA, M. and J. JIRÁK, 2007. Základy mediální výchovy. Praha: Portál.
 SCHNIERER, T., 1999. Soziologie der Werbung. Ein Überblick zum Forschungsstand einschließlich zentraler Aspekte der Werbepsychologie. Opladen: Leske u. Budrich.
 SCHWEIGER, G. and G. SCHRATTENECKER, 2005. Werbung. Eine Einführung. Tübingen: UTB.
 SPARKS, C., 2007. Globalisation Development and the Mass Media. London: Sage Publications.
 STÖCKL, H., 2001. Werbekommunikation – Linguistische Analyse und Textoptimierung. In: WAGNER, K. R. Pragmatik der deutschen Sprache. Frankfurt am M.: Peter Lang.
 WEINRICH, H. Linguistik der Lüge. München: C.H.Beck; Auflage: 2., 7., unveränderte Auflage.
 WIEBKE, A., 2001. Soziolinguistische Untersuchung zur Terminologie der Fachsprache. Hamburg:Verlag: Diplomica.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: slovenský

Poznámky:

Hodnotenie predmetov:

Celkový počet hodnotených študentov: 1

A	B	C	D	E	FX
0%	100%	0%	0%	0%	0%

Vyučujúci:

prof. PhDr. Juraj Rusnák, CSc., garant, skúšajúci
 prof. Mgr. Martina Ivanová, PhD., skúšajúci
 doc. PhDr. Peter Karpinský, PhD., skúšajúci
 doc. Mgr. Pavol Markovič, PhD., skúšajúci
 doc. Mgr. Michal Bočák, PhD., skúšajúci

Dátum poslednej zmeny: 01.02.2022

Schválil: prof. PhDr. Juraj Rusnák, CSc.

Vysoká škola: Prešovská univerzita v Prešove	
Fakulta: Filozofická fakulta	
Kód: 1ISMSm/MFIS/22	Názov predmetu: Médiá a ich fungovanie v informačnej spoločnosti
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Druh vzdelávacích činností: Prednáška, Seminár Rozsah vzdelávacích činností: 13,0 za akademický rok Metóda vzdelávacích činností: Kombinovaná	
Počet kreditov: 5	
Odporúčaný rok a semester štúdia:	
Stupeň štúdia: 3.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Spôsob hodnotenia a skončenia štúdia predmetu: Priebežné hodnotenie Počet kreditov a časové rozmedzie pre podmienky absolvovania predmetu: - 5 kreditov = 150 hod. - výučba predmetu: 13 týždňov/1 prednáška/konzultácie: 13 hod. - samostatná práca – vypracovanie seminárnej práce: 40 hod. - samostatné štúdium odbornej literatúry: 40 hod. - samostatná príprava na hodiny: 57 hod. V priebehu semestra študent absolvuje prednášky a vypracuje prácu na vybranú tému. Na hodnotenie A musí získať najmenej 90 %, na hodnotenie B 80 %, na hodnotenie C 70 %, na hodnotenie D 60 %, na hodnotenie E najmenej 50 %. Študent, ktorý získa menej ako 50 %, bude hodnotený stupňom FX. Výsledné hodnotenie sa vypočíta ako priemer hodnotenia práce a ústnej rozpravy.	
Výsledky vzdelávania: Absolvent predmetu by mal: - vedieť kriticky posúdiť mediálny obsah v závislosti na atribúty publika; - vedieť reflektovať vplyv médií na spoločnosť v relevantnom pozitívnom i negatívnom kontexte; - rozumieť princípom komercializácie mediálneho priestoru (morálne dilemy); - vedieť definície a ovládať kompetencie mediálnej a digitálnej gramotnosti; - vedieť reflektovať a zaujímať kritické postoje voči mediálnym obsahom v kontexte rodinnej klímy; - ovládať základné princípy mediálnej edukácie v prostredí rodiny a ďalších skupín.	
Stručná osnova predmetu: Médiá, ich funkcie a vplyv na spoločnosť (informačnú spoločnosť). Ekonomizácia mediálneho systému. Mediálna, masmediálna a marketingová komunikácia a uplatnenie informačných systémov. Mediálna gramotnosť a kompetencie. Digitálna gramotnosť. Legislatívne, inštitucionálne a informálne možnosti mediálnej edukácie. Mediálne produkty - vhodnosť a nevhodnosť zaraďovania mediálnych obsahov do vysielania. Vplyv mediálnych obsahov na rodinný život, resp. rodinnú klímu. Mediálna edukácia v rodinnom prostredí a možnosti jej realizácie.	
Odporúčaná literatúra: BROKLOVÁ, Z., 2008. Médiá tvorivě pro II. stupeň ZŠ a střední školy: Metodická příručka mediální výchovy. Kladno: AISIS. BUCKINGHAM, D., 2010. Media education. Literacy, learning and contemporary culture. Cambridge: Polity Press. BUCKINGHAM, D., 2003. Media Education: Literacy, Learning and Contemporary Culture. Cambridge: Polity Press (Blackwell Publishing Ltd.). HRADISKÁ, E., 2009. Psychológia médií. Bratislava: Eurokódex. IŁOWIECKI, M. and T. ZASEPA, 2003. Moc a nemoc médií. Bratislava: Veda. JIRÁK, J. and B. KOPPOLOVÁ, 2009. Masová média. Praha: Portál. KAČINOVÁ, V., 2015. Teória a prax mediálnej výchovy. Trnava: Fakulta masmediálnej komunikácie UCM v Trnave. Konceptia mediálnej výchovy v SR v kontexte celoživotného vzdelávania. Ministerstvo kultúry SR. (dostupné on-line) MIČIENKA, M. and J. JIRÁK, 2007. Základy mediální výchovy. Praha: Portál. PETRANOVÁ, D., 2013. Mediálna výchova a kritické myslenie. Trnava: Fakulta masmediálnej komunikácie UCM	

v Trnave.

POTTER, W. J., 2010. Theory of Media Literacy. A Cognitive Approach. Sage Publications: Thousand Oaks.

VRABEC, N., 2013. Mediálna výchova: teoretické východiská a trendy. Trnava: Fakulta masmediálnej komunikácie UCM v Trnave.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: slovenský, český, anglický

Poznámky:

V prípade prerušenia prezenčnej výučby z nariadenia UVZ/RUVZ/vedenia univerzity/fakulty bude výučba a skúšanie prebiehať nariadenou dištančnou formou.

Hodnotenie predmetov:

Celkový počet hodnotených študentov: 0

A	B	C	D	E	FX
0%	0%	0%	0%	0%	0%

Vyučujúci:

prof. PhDr. Juraj Rusnák, CSc., garant

prof. ThDr. PaedDr. Gabriel Paľa, PhD., prednášajúci, skúšajúci

Dátum poslednej zmeny: 01.02.2022

Schválil: prof. PhDr. Juraj Rusnák, CSc.

Vysoká škola: Prešovská univerzita v Prešove	
Fakulta: Filozofická fakulta	
Kód: 1ISMSm/MMKU1/22	Názov predmetu: Masové médiá a kultúra I. (profilový predmet)
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Druh vzdelávacích činností: Prednáška, Seminár Rozsah vzdelávacích činností: 13,0 za akademický rok Metóda vzdelávacích činností: Kombinovaná	
Počet kreditov: 5	
Odporúčaný rok a semester štúdia:	
Stupeň štúdia: 3.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Spôsob hodnotenia a skončenia štúdia predmetu: Priebežné hodnotenie Počet kreditov a časové rozmedzie pre podmienky absolvovania predmetu: - 5 kreditov = 150 hod. - výučba predmetu: 13 týždňov/1 prednáška/konzultácie: 13 hod. - samostatná práca – vypracovanie seminárnej práce: 40 hod. - samostatné štúdium odbornej literatúry: 40 hod. - samostatná príprava na hodiny: 57 hod. V priebehu semestra študent absolvuje prednášky a vypracuje prácu na vybranú tému. Na hodnotenie A musí získať najmenej 90 %, na hodnotenie B 80 %, na hodnotenie C 70 %, na hodnotenie D 60 %, na hodnotenie E najmenej 50 %. Študent, ktorý získa menej ako 50 %, bude hodnotený stupňom FX. Výsledné hodnotenie sa vypočíta ako priemer hodnotenia práce a ústnej rozpravy.	
Výsledky vzdelávania: Absolvent/ka predmetu ovláda základné terminologické inštrumentárium z umenovedy, literárnej vedy, semiológie a medialistiky, má znalosti o jednotlivých žánroch a oblastiach umenia. Absolvent/ka predmetu využíva informácie z odbornej literatúry na riešenie praktických úloh v odbore, t. j. aplikuje teoretické východiská na konkrétny umelecký text. Ten interpretuje s prihliadnutím na jeho následnú transformáciu do rozhlasových, divadelných, televíznych a filmových žánrov. Absolvent/ka predmetu si uvedomuje a vyhodnocuje stav umeleckej kultúry prezentovanej v médiách, k textu aj jeho (rozhlasovej, divadelnej, televíznej či filmovej transformácii) pristupuje s dištanciou a diferencuje medzi semiotickými aspektmi médií a jednotlivých umení. Absolvent/ka predmetu zhodnotí vplyv médií na súčasnú kultúru.	
Stručná osnova predmetu: Rozdielne kódy jednotlivých umení a médií. Transformácia, adaptácia, dramatizácia. Subverzia kánonu (literárneho diela). K vybraným problémom hybridizácie súčasnej kultúry (na príkladoch videoklipu, videoperformancie, videopoviedok, komiksu, dokudrámy atď.). Popkultúra v kontexte masových médií. Gýč a umenie v kontexte masových médií. Poetika začínajúcich autorov v „nových“ médiách.	
Odporúčaná literatúra: BYSTRICKÝ, J., 2009. Médiá, politika a spoločnosť. Plzeň: Tiskárna a vydavateľství 999. FISKE, J., 2017. Jak rozumět populární kultuře. Praha: Akropolis. FORET, M., M. LAPČÍK and P. ORSÁG (eds.), 2009. Kultura – Média – Komunikace 1/2009. Spektákl, mizející realita a (ne) bezpečí informací, diskurs(y) o diskursu. Olomouc: Univerzita Palackého. GEERTZ, C., 2000. Interpretace kultur. Praha: Sociologické nakladatelství. GERO, Š., 2012. Komunikácia – umenie – marketing. Nitra: Univerzita Konštantína Filozofa. HORÁK, K., 2009. Metamorfózy alternatívneho divadla. Levoča: Modrý Peter. HRABÁK, J., 1973. Poetika. Praha: Československý spisovatel. JAKUBOWICZ, K., 2013. Nová ekologie médií: Konvergence a mediamorfóza. Zlín: Verbum. KASARDA, M., 2013. Populárna kultúra a masové médiá – Od karnevalovej ulice po virtuálny svet. Bratislava: EUROKÓDEX. KULKA, T., 2000. Umění a kýč. Praha: Torst. LAKOFF, G. a M. JOHNSON, 2002. Metaforý, kterými žijeme. Brno: Host.	

McLUHAN, M., 2008. Člověk, média a elektronická kultura. Praha: Nakladatelství Jota.
 SOUČKOVÁ, M. (ed.), 2019. K teoretickým a praktickým aspektom slovenskej literárnej kritiky po roku 2000. Prešov: Filozofická fakulta PU v Prešove.
 MOCNÁ, D., J. PETERKA a kol., 2004. Encyklopedie literárních žánrů, Praha: Paseka.
 MONACO, J., 2006. Jak číst film. Praha: Albatros.
 NÜNNING, A. (ed.), 2006. Lexikon teorie literatury a kultury. Koncepce/osobnosti/základní pojmy. Brno: Host.
 PAŠTEKA, J., 1976. Estetické paralely umenia: štúdie o divadle, dramatiky a filme. Bratislava: VEDA.
 PAVIS, P., 2004. Divadelný slovník. Bratislava: Divadelný ústav.
 PECHLIVANOS, M. a kol., 1999. Úvod do literární vědy. Praha: Herrmann a synové.
 RUSNÁK, J., 2009. Textúry elektronických médií. Vývoj a súčasný stav. Prešov: FF PU v Prešove.
 URBAN, P. (ed.), 2013. Súmрак médií. Žilina: Žilinská univerzita.
 ŽILKOVÁ, M., 2006. Globalizačné trendy v mediálnej tvorbe. Nitra: Univerzita Konštantína Filozofa.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: slovenský, český

Poznámky:

V prípade prerušenia prezenčnej výučby z nariadenia UVZ/RUVZ/vedenia univerzity/fakulty bude výučba a skúšanie prebiehať nariadenou dištančnou formou.

Hodnotenie predmetov:

Celkový počet hodnotených študentov: 4

A	B	C	D	E	FX
50%	25%	0%	0%	0%	25%

Vyučujúci:

prof. PhDr. Juraj Rusnák, CSc., garant
 prof. PhDr. Marta Součková, PhD., prednášajúci, skúšajúci
 doc. Mgr. Pavol Markovič, PhD., skúšajúci

Dátum poslednej zmeny: 01.02.2022

Schválil: prof. PhDr. Juraj Rusnák, CSc.

Vysoká škola: <i>Prešovská univerzita v Prešove</i>	
Fakulta: Filozofická fakulta	
Kód: 1ISMSm/MMKU2/22	Názov predmetu: Masové médiá a kultúra II.
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Druh vzdelávacích činností: Prednáška, Seminár Rozsah vzdelávacích činností: 13,0 za akademický rok Metóda vzdelávacích činností: Kombinovaná	
Počet kreditov: 5	
Odporúčaný rok a semester štúdia:	
Stupeň štúdia: 3.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Spôsob hodnotenia a skončenia štúdia predmetu: Priebežné hodnotenie Počet kreditov a časové rozmedzie pre podmienky absolvovania predmetu: - 5 kreditov = 150 hod. - výučba predmetu: 13 týždňov 1 prednáška / 0 seminár: 9,75 hod. - samostatná práca – príprava na seminár, vypracovanie seminárnej práce: 70 hod. - samostatné štúdium odbornej literatúry: 70,25 hod. Študent pripraví a prednesie v priebehu výučby písomnú prácu určenú na interpretáciu mediálneho textu z hľadiska vzťahu médií a kultúry podľa okruhov predmetu (50 %). Na záver semestra získa 50 % na základe úspešného absolvovania vedomostno-interpretačného testu podľa okruhov predmetu. Na získanie hodnotenia A musí získať najmenej 90 %, na získanie hodnotenia B 80 %, na hodnotenie C najmenej 70 %, na hodnotenie D 60 %, na hodnotenie E najmenej 50 %. Študent, ktorý získa menej ako 50 %, bude hodnotený stupňom FX. Výsledné hodnotenie sa vypočíta ako priemer hodnotenia seminárnej práce a výsledku vedomostno-interpretačného testu.	
Výsledky vzdelávania: Absolvent predmetu dokáže: - chápať vzťah médií a kultúry ako vzájomne podmienenú koreláciu, - analyzovať vzťahy medzi tvorbou, šírením a recepciou mediálnej produkcie a populárnou kultúrou, - analyzovať základné fenomény korelácie médií a populárnej kultúry - opísať základné koncepcie interpretácie kultúry (osobitne populárnej a masovej) v súčasnosti; - charakterizovať populárnu a masovú kultúru, uviesť príklady na rôzne typy prístupov k hodnoteniu masovej a populárnej kultúry v mediálnom prostredí.	
Stručná osnova predmetu: Základné teoretické koncepty a prístupy ku kultúre s dôrazom na kultúru masovú a populárnu. Statické a dynamické interpretačné modely prístupu ku kultúre. Vizualná komunikácia v súčasnej kultúre: obraz a jeho interpretácia v súčasných médiách. Média, spoločnosť a kultúra: sociokultúrna situácia v postmodernej spoločnosti a aktuálne otázky mediálnej kultúry. Populárna a masová kultúra ako znakový systém: koncepty a interpretačné perspektívy: médiá, kultúra a mýtus, populárna kultúra a simulovaná realita, expanzívne modely vzťahu médií a kultúry: koncept memetiky. Masová kultúra, mediálna a mediovaná kultúra. Kritika masovej kultúry a jej reflexia v mediálnom prostredí. Základné trendy vo vytváraní, šírení a recepcii tkaniva popkultúry v mediálnom prostredí: celebritizácia, tabloidná produkcia, prelínanie reality a fikcie, infotainment, infantilizácia kultúry.	
Odporúčaná literatúra: ADORNO, T. W., 1991. The Culture Industry. London: Routledge. BOORSTIN, D., 1961. The Image. A Guide to Pseudo-Events in America. New York: Vintage Books. DEBORD, G., 2007. Společnost spektaklu. Praha: Intu. KLOSKOWSKA, A., 1967. Masová kultura. Kritika a obhajoba. Praha: Svoboda. LAWLESS, R., 1999. Co je to kultura. Olomouc: Votobia. MALÍČEK, J., 2012. Popkultura: návod na použití. Nitra: Univerzita Konštantína Filozofa v Nitre. MORAVČÍKOVÁ, E., 2013. Vybrané megatrendy v mediálnej zábave. Nitra: Univerzita Konštantína Filozofa. MURPHY, R., 2006. Úvod do kulturní a sociální antropologie. Praha: Slon. POSTMAN, N., 2001. Ubavit se k smrti. Praha: Mladá fronta. M. McLUHAN, 1991. Jak rozumět médiím. Praha: Odeon. PRAVDOVÁ, H., 2009. Determinanty kreovania mediálnej kultúry. Trnava: FMK UCM. RUSNÁK, J., 2013. Homo popularis – homo medialis. Prešov: Prešovská univerzita v Prešove.	

RUSHKOFF, D., 2002. Manipulativní nátlak. Praha: Konfrontace.					
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: slovenský, český, anglický					
Poznámky:					
Hodnotenie predmetov:					
Celkový počet hodnotených študentov: 1					
A	B	C	D	E	FX
0%	0%	100%	0%	0%	0%
Vyučujúci:					
prof. PhDr. Juraj Rusnák, CSc., garant, prednášajúci, skúšajúci					
Dátum poslednej zmeny: 01.02.2022					
Schválil: prof. PhDr. Juraj Rusnák, CSc.					

Vysoká škola: <i>Prešovská univerzita v Prešove</i>	
Fakulta: Filozofická fakulta	
Kód: 1ISMSm/MMKU3/22	Názov predmetu: Masové médiá a kultúra III.
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Druh vzdelávacích činností: Prednáška, Seminár Rozsah vzdelávacích činností: 13,0 za akademický rok Metóda vzdelávacích činností: Kombinovaná	
Počet kreditov: 5	
Odporúčaný rok a semester štúdia:	
Stupeň štúdia: 3.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Spôsob hodnotenia a skončenia štúdia predmetu: Priebežné hodnotenie Počet kreditov a časové rozmedzie pre podmienky absolvovania predmetu: - 5 kreditov = 150 hod. - výučba predmetu: 13 týždňov 1 prednáška/0 seminár: 13 hod. - samostatná práca: 60 hod. - samostatné štúdium odbornej literatúry: 77 hod. V priebehu semestra získa doktorand: - max. 10 bodov za aktívnu účasť na všetkých prednáškach a tzv. reflexívnych seminároch venovaných rozboru odučených hodín. - max. 30 bodov za vedomostný test - max. 20 bodov za písomné spracovanie vybranej problematiky v tematických okruhoch a za vypracovanie celého projektu lingvokulturologických analýz - max. 40 bodov za vypracovanie záverečnej práce a jej kolokviálnu obhajobu. Kredity budú udelené na základe splnenia všetkých uvedených požiadaviek podľa klasifikačnej stupnice (A, B, C, D, E, FX) Študijného poriadku PU v Prešove. V priebehu semestra študent spracuje, prezentuje na seminári a odovzdá osnovu seminárnej práce na tému o osobitostiach jazykového obrazu Ruska v konkrétnom etnokultúrnom (slovenskom) prostredí. Na záver pripraví 10 praktických textov so samostatným rozborom, pri ktorých preukáže svoje schopnosti aplikovať teoretické poznatky pri rozbere konkrétnych jazykových a lingvokulturologických javov. Okrem toho absolvuje vedomostný test zo základov jazykového obrazu sveta a prednesie záverečnú prácu na jednu zo zvolených tém z uvedenej disciplíny. Predpokladom na získanie skúšky je úspešne absolvovaný test podľa nasledujúceho hodnotenia: Na získanie hodnotenia A musí získať najmenej 90 %, na získanie hodnotenia B 80 %, na hodnotenie C najmenej 70 %, na hodnotenie D 60 %, na hodnotenie E najmenej 50 %. Študent, ktorý získa menej ako 50 %, bude hodnotený stupňom FX. Výsledné hodnotenie sa vypočíta ako priemer hodnotenia seminárnej práce, jej kolokviálnej obhajoby, vedomostného testu a z hodnotenia rozboru 10 praktických kulturologických textov.	
Výsledky vzdelávania: Absolvent predmetu dokáže: - zdefinovať a vlastnými slovami interpretovať základné pojmy z oblasti lingvokulturológie, - začleniť lingvokultúrne javy do celkového systému etnokultúry, - uvedené pojmy bude ovládať na porovnávacej slovensko-ruskej úrovni, - rozoberať jazykové jednotky z pozície základných lingvokulturologických kategórií, - analyzovať zodpovedajúce lingvokultúrne jednotky z pozície cudzojazyčnej komunikácie, - rozoberať jazykové jednotky z pozície rusko-slovenských lingvokultúrnych analógií, - jednotlivé typy uvedených ruských lingvokultúrnych jednotiek (lingvokulturém) preložiť do slovenčiny/ruštiny, - aplikovať lingvokultúrne javy pri rozbere jazykových jednotiek na iných úrovniach jazyka, - sa orientovať v základnej teoretickej literatúre s tematikou lingvokulturológie, - samostatne analyzovať lingvokultúrne zložky ruského textu, - komentovať z lingvokulturologických pozícií súčasný ruský publicistický text, - komentovať analogické texty zo súčasných slovenských médií.	
Stručná osnova predmetu: Lingvokulturológia. História vzniku a vývoja uvedenej filologickej disciplíny. Objekt výskumu lingvokulturológie. Základné pojmy lingvokulturológie. Lingvokulturéma - základná jednotka	

lingvokulturológie. Koncept - základné východiská. onceptualizácia slova.

Základné etnokultúrne zdroje konceptov. Konceptosféra jazyka – etnokultúrny obsah slova. Lexéma v etnokultúrnych asociáciách a konotáciách. Bázové koncepty v ruskej kultúre. Ich porovnávanie s analogickými slovenskými konceptmi.

Asociatívny experiment ako objektivizujúci kognitívny prostriedok etnokultúry. Voľba objektívnych stimulov pre asociatívny experiment. Reakcie v asociatívnych experimentoch. Hierarchizácia reakcií. Rusko-slovenské rozdiely v základných etnokultúrnych asociáciách.

Jazykový obraz sveta. Základné pojmy. Jazykový obraz sveta a obraz sveta v neязыkových systémoch. Východiská kognitívnej lingvistiky. Kognitívna funkcia jazyka. Jej aplikácia na jednotlivých jazykových úrovniach.

Objektívny a subjektívny obraz sveta. Podmienky pre vytváranie obrazu sveta. Aplikácia teoretických poznatkov pri konkrétnom jazykovom obraze sveta.

Jazykový obraz sveta v médiách. Zdroje vytvárania uvedeného jazykového obrazu. História, kultúra, politika, vzájomné kontakty, súčasné dianie a jeho jazykové zobrazenie.

Hierarchia kognitívnych poznatkov. Pozícia antropocentrických obrazov sveta doma a v zahraničí. Úloha literatúry v jazykovom obraze sveta na Slovensku.

Fragmenty jazykového obrazu sveta v súčasných slovenských médiách. Precedentné fenomény - modelové etnokultúrne sociálno-komunikačné jednotky.

Klasifikácia precedentných fenoménov. Precedentné mená ako bázový axiologický zdroj etnokultúry. Precedentné texty a ich špecifikácia v konkrétnom (ruskom) etnokultúrnom prostredí. Precedentné výrazy a ich klasifikácia.

Precedentné situácie a ich zdroje. Jazykový obraz sveta ako bázová kognitívna základňa. Objektívny a subjektívny obraz sveta. Konkrétne východiská jazykového obrazu Ruska na Slovensku.

Odporúčaná literatúra:

ALEFIRENKO, N. F., 2010. Lingvokul'turologija. Cennostno-smyslovoje prostranstvo jazyka. Moskva: Izdatel'stvo „Flinta“, Izdatel'stvo „Nauka“.

ARUŤUNOVA, N. D., 1988. Tipy jazykovych značenij. Ocenka. Sobytiye. Fakt. Moskva: Nauka.

DOLNÍK, J., 2010. Jazyk – Človek – Kultúra. Bratislava: Kalligram.

GAČEV, G., 1995. Nacional'nye obrazy mira. Kosmo. Psycho. Logos. Moskva: Progress, Kul'tura.

GUMILOV, L. N., 1993. Etnosféra: Istorija l'udej i istorija prirody. Moskva: Ekopros.

GUZI, E., 2009. Formovanie Ruska ako mnohonárodnostného štátu – jeho zahraničná politika, zabezpečenie štátnej bezpečnosti, spoločnosť (Východiská pre historicko-kulturologickú analýzu v ruskom jazyku). Prešov: FF PU.

CHROLENKO, A. T., 2005. Osnovy lingvokul'turologiji. Moskva: „Flinta“, „Nauka“..

KARAULOV, J. N., 2002. Russkij asociativnyj slovar. Tom I. Ot stimula k reakcijam. Tom II. Ot reakcii k stimulam. Moskva: AST. Astrel.

KOLLÁ ROVÁ, E., 2007. Russkije kul'turnye issledovanija. Banská Bystrica: FHV UMB.

KOLŠANSKIJ, G., 2007. Objektivnaja kartina mira v poznanii i v jazyke. Moskva: KomKniga.

KRASNYCH, V. V., 2002. Etnopsicholingvistika i lingvokul'turologija. Moskva: Gnozis.

MAJEROV, A. M., 1998. Vtorženije. Čechoslovakija, 1968. Svidetel'stvo komandarma. Moskva: Prava čeloveka.

MASLOVA, V. A., 2005. Kognitivnaja lingvistika. Minsk: „Tetra-Sistems“.

MASLOVA, V. A., 2004. Lingvokul'turologija. Moskva: Academia.

SIPKO, J., 2008. V poiskach istinnogo smysla – Hľadanie ozajstného zmyslu. Prešov: FF PU.

SIPKO, J., 2011. Teoretické a sociálno-komunikačné východiská lingvokulturológie. Prešov: FF PU.

SIPKO, J., 2013. Precedentnye imena v pozicii ocenocnych sredstv. Prešov: FF PU.

STEPANOV, J. S., 2004. Konstanty: Slovar russkoj kul'tury. Moskva.

VOROBOV, V. V., 1987. Lingvokul'turologija. Teorija i metody. Moskva.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: slovenský, ruský

Poznámky:

Hodnotenie predmetov:

Celkový počet hodnotených študentov: 0

A	B	C	D	E	FX
0%	0%	0%	0%	0%	0%

Vyučujúci:

prof. PhDr. Juraj Rusnák, CSc., garant

prof. PhDr. Jozef Sipko, PhD., prednášajúci, skúšajúci

doc. PhDr. Peter Karpinský, PhD., skúšajúci

Dátum poslednej zmeny: 01.02.2022

Schválil: prof. PhDr. Juraj Rusnák, CSc.

Vysoká škola: Prešovská univerzita v Prešove	
Fakulta: Filozofická fakulta	
Kód: 1ISMSm/MSSS/22	Názov predmetu: Médiá ako súčasť spoločenského systému
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Druh vzdelávacích činností: Prednáška, Seminár Rozsah vzdelávacích činností: 13,0 za akademický rok Metóda vzdelávacích činností: Kombinovaná	
Počet kreditov: 5	
Odporúčaný rok a semester štúdia:	
Stupeň štúdia: 3.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Spôsob hodnotenia a skončenia štúdia predmetu: Priebežné hodnotenie Počet kreditov a časové rozmedzie pre podmienky absolvovania predmetu: - 5 kreditov = 150 hod. - výučba predmetu: 13 týždňov 1 prednáška/0 seminár: 13 hod. - samostatná práca: 60 hod. - samostatné štúdium odbornej literatúry: 77 hod. Študent pripraví a prednesie v priebehu výučby písomnú prácu určenú na interpretáciu mediálneho textu z hľadiska vzťahu verejnej komunikácie, politiky a médií podľa okruhov predmetu (50 %). Na záver semestra získa 50 % na základe úspešného absolvovania vedomostno-interpretáčného testu podľa okruhov predmetu. Na získanie hodnotenia A musí získať najmenej 90 %, na získanie hodnotenia B 80 %, na hodnotenie C najmenej 70 %, na hodnotenie D 60 %, na hodnotenie E najmenej 50 %. Študent, ktorý získa menej ako 50 %, bude hodnotený stupňom FX. Výsledné hodnotenie sa vypočíta ako priemer hodnotenia seminárnej práce a výsledku vedomostno-interpretáčného testu.	
Výsledky vzdelávania: Absolvent predmetu dokáže: - chápať vzájomnú podmienenosť spoločensko-politickej a mediálnej situácie, - analyzovať vzťahy medzi mediálnym a spoločenským environmentom, - analyzovať fenomény korelácie spoločenských väzieb (ideológia, politika, cenzúra, propaganda) a mediálnej produkcie.	
Stručná osnova predmetu: Teoreticko-metodologické východiská spoločenskej komunikácie: sociálnopolitické podložie mediálnej komunikácie. Historické koncepty spoločensko-politického myslenia a ich reflexia v mediálnom prostredí. Súčasný sociálno-politický systém a mediálne systémy: možnosti korelácie (propaganda a ideologické koncepty v mediálnom prostredí, fungovanie cenzúry a autocenzúry v mediálnom prostredí). Multikulturalita, spoločnosť a médiá. Právne východiská spoločenskej a mediálnej komunikácie: formálne (legislatívne) a informálne štandardy.	
Odporúčaná literatúra: BARBERO, J. M., 1993. Communication, Culture and hegemony. London: Sage Publications. BEARD, A., 2000. The Language of Politics. London: Routledge. BRESTOVANSKÝ, M., 2010. Úvod do mediálnej výchovy. Trnava: Trnavská univerzita v Trnave. COLLIN, P. H., 2004. Dictionary of Politics and Government. London: Bloomsbury. DAVIS, A. et al., 2020. Media, Democracy and Social Change: Re-Imagining Political Communications. London: SAGE Publications Ltd. DEBORD, G., 2007. Společnost spektaklu. Praha: INTU. DOBROTKOVÁ, M. et al., 2019. Slovak Mass Media in the 21st Century: Current Challenges. GREGOR, M. and P. MLEJNKOVÁ (eds.), 2021. Challenging Online Propaganda in the 21st Century. Cham: Palgrave Macmillan. KENSKI, K. and K. HALL JAMIESON, 2019. The Oxford Handbook of Political Communication. New York: Oxford University Press. KREČEK, J., 2013. Politická komunikace. Praha: Grada. LEE-KAID, L. and CH. HOLTZ-BACHA, 2008. Encyclopedia of Political Communication. London: Sage Publications.	

McNAIR, B., 2017. An Introduction to Political Communication (Communication and Society). 6th edition. New York: Routledge.
PERLOFF, R. M., 2022. The Dynamics of Political Communication. Media and Politics in a Digital Age. 3rd edition. New York: Routledge.
SPARKS, C., 2007. Globalisation Development and the Mass Media. London: Sage Publications.
WATSON, J., 2008. Media Communication: An Introduction to Theory and Process. New York: Palgrave Macmillan.
ŽANTOVSKÝ, P., 2016. Politická komunikace – propaganda. Praha: Vysoká škola mezinárodních a veřejných vztahů.
ŽANTOVSKÝ, P., 2018. Média a politika v digitálním světě. Vendryně: Nakladatelství Beskydy.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: slovenský, anglický, český

Poznámky:

Hodnotenie predmetov:

Celkový počet hodnotených študentov: 0

A	B	C	D	E	FX
0%	0%	0%	0%	0%	0%

Vyučujúci:

prof. PhDr. Juraj Rusnák, CSc., garant

doc. PhDr. Irina Dudinská, CSc., prednášajúci, skúšajúci

Dátum poslednej zmeny: 01.02.2022

Schválil: prof. PhDr. Juraj Rusnák, CSc.

Vysoká škola: <i>Prešovská univerzita v Prešove</i>	
Fakulta: Filozofická fakulta	
Kód: 1ISMSm/MTMM/22	Názov predmetu: Moderné trendy v marketingovej komunikácii a manažmente médií
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Druh vzdelávacích činností: Prednáška, Seminár Rozsah vzdelávacích činností: 13,0 za akademický rok Metóda vzdelávacích činností: Kombinovaná	
Počet kreditov: 5	
Odporúčaný rok a semester štúdia:	
Stupeň štúdia: 3.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Spôsob hodnotenia a skončenia štúdia predmetu: Priebežné hodnotenie Počet kreditov a časové rozmedzie pre podmienky absolvovania predmetu: - 5 kreditov = 150 hod. - výučba predmetu: 13 týždňov 1 prednáška/0 seminár: 13 hod. - samostatná práca: 60 hod. - samostatné štúdium odbornej literatúry: 77 hod. Na získanie hodnotenia A musí získať najmenej 90 %, na získanie hodnotenia B 80 %, na hodnotenie C najmenej 70 %, na hodnotenie D 60 %, na hodnotenie E najmenej 50 %. Študent, ktorý získa menej ako 50 %, bude hodnotený stupňom FX.	
Výsledky vzdelávania: Absolvent predmetu dokáže: - identifikovať a popísať hlavné črty súčasného spoločenského a ekonomického vývoja - vyvodíť závery pre teóriu a prax manažmentu v mediálnej oblasti, - generovať konkurenčnú výhodu pre masmediálny subjekt resp. pre podnikateľský subjekt, - identifikovať zmeny v hodnotovej orientácii a v spoločenskej a podnikateľskej sfére a reagovať ne adekvátnymi manažérskymi metódami manažérskej praxe, - porozumieť novým technológiám v mediálnej a masmediálnej komunikácii a vedieť ich správne implementovať v oblasti svojej pôsobnosti, - navrhnúť, implementovať a inovovať vhodné organizačné štruktúry pre manažované mediálne subjekty, - ohodnotiť jednotlivé aspekty znalostnej ekonomiky a znalostného manažmentu a vyvodíť závery pre manažment v mediálnej oblasti, - analyzovať komponenty manažmentu talentov a tvorivo ho implementovať v mediálnej oblasti, - tvorivo demonštrovať získané poznatky v rámci prípadových štúdií a tvorivo ich uplatniť v praxi, - s priamym prepojením na prax riešiť problémy a otázky praxe v predmetnej oblasti.	
Stručná osnova predmetu: Základný pojmový aparát manažérskej praxe používaný v manažmente médií a manažérskej komunikácii. Charakteristické črty hyperkonkurenčného prostredia a jeho dopad na marketingovú komunikáciu a komunikáciu v manažmente masmédií. Základné trendy v komunikácii a manažmente mediálnych, masmediálnych a marketingových inštitúcií. Metódy generovania konkurenčnej výhody založené na generovaní nových zdrojov a postupov. Trendy v hodnotovej orientácii v spoločenskej a podnikateľskej sfére a z nich vyplývajúce implikácie pre manažment masmédií. Nové trendy v informačne - komunikačných technológiách. Digitálne technológie a ich použitie v manažmente masmédií. Charakteristiky komunikačného manažmentu v krízovom období. Riešenie krízových situácií a komunikačná politika. Praktické príklady z praxe. Brand manažment a jeho vzťah k ku komunikácii a manažmentu médií. Organizačné štruktúry globalizovaných multinacionálnych podnikov vo sfére masmédií. Organizačná kultúra a organizačná štruktúra. Organizácia mediálnych, umeleckých a performatívnych výkonov. Event manažment, princípy a metódy. Event controlling, event marketing ako moderné trendy rozvoja eventovej politiky. Nástup znalostnej ekonomiky manažmentu znalosti a z toho vyplývajúce implikácie pre masmediálne aktivity a inštitúcie. Znalostné systémy a znalostný manažment a jeho úloha v masmediálnej komunikácii. Interorganizačný a intraorganizačný transfer znalosti v mediálnej oblasti. Postupy spracovania znalostí a zvorba znalostných databáz.	

Manažment talentov vo sfére masmédií. Generácie X, Y a Z. Generácie a špecifiká trhu práce. HR Scorecard a význam pre manažment masmédií.
Aspekty ekonomickej efektívnosti masmédií. Controlling masmediálnej politiky, ciele a plány, odchýlky a riešenia so zameraním na prax.
Praktické otázky a príklady manažmentu médií v prípadových štúdiách a podmienkach praxe.

Odporúčaná literatúra:

BEDNÁŘ, V., 2011. Mediální komunikace pro management. Praha: Grada.
CLOW, K. E. and D. BACK, 2012. Integrated advertising, promoting and marketing communications. (Fifth Edition) Prentice Hall: Pearson.
COULDRY, N. and J. CURRAN, 2003. Contesting Media Power: Alternative Media in a Networked World. Lanham, Maryland: Roman and Littlefield.
DOUCEK, P., 2010. Informačný manažment. Praha: Profesional Publishing.
GALLO, P., 2020. Digitálny manažment. Prešov: Dominanta.
GALLO, P. et al., 2018. Znalostné systémy ako cesta zvyšovania konkurencieschopnosti slovenskej ekonomiky. Prešov: Bookman.
KOONZ, H. and H. WEIHRICH, 1993. Management. Praha: Victoria Publishing.
KUNCZIK, J., 1995. Základy masové komunikace. Vyd. 1. Praha: Karolinum.
MICHAELIS, E., H. HANDFIELD-JONES and B. AXELROD, 2001. The war for talent. Boston: Harvard Business School Press.
MUSIL, J., 2010. Sociální a mediální komunikace. Praha: Univerzita J. A. Komenského.
NONAKA, I. and H. TAKEUCHI, 1995. The knowledge creating Company- How Japanesse Companie create the Dynamics of Innovations. Oxford: University Press.
RAUP, J. and B. VAN RULER, 2006. Trends in public relations and communication management research. A comparison between Germany and Netherlands. In: Journal of communication management.
ROBBIN, P. S. and M. COULTER, 2004. Management. Praha: Grada.
ROSEBERRY, J. and L. VICKER, 2017. Applied Mass Communication Theory. A Guide for Media Practitioners. Routledge.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: slovenský, český, anglický

Poznámky:

Hodnotenie predmetov:

Celkový počet hodnotených študentov: 0

A	B	C	D	E	FX
0%	0%	0%	0%	0%	0%

Vyučujúci:

prof. PhDr. Juraj Rusnák, CSc., garant
doc. Ing. Peter Gallo, CSc., prednášajúci, skúšajúci

Dátum poslednej zmeny: 01.02.2022

Schválil: prof. PhDr. Juraj Rusnák, CSc.

Vysoká škola: <i>Prešovská univerzita v Prešove</i>						
Fakulta: Filozofická fakulta						
Kód: 1ISMSm/OBDIP/22			Názov predmetu: Obhajoba dizertačnej práce			
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Druh vzdelávacích činností: Rozsah vzdelávacích činností: za akademický rok Metóda vzdelávacích činností: Prezenčná						
Počet kreditov: 40						
Odporúčaný rok a semester štúdia:						
Stupeň štúdia: 3.						
Podmieňujúce predmety:						
Podmienky na absolvovanie predmetu: Spôsob hodnotenia a skončenia štúdia predmetu: Štátna skúška (dokt-KS) Štátna skúška (doktorand) - KS						
Výsledky vzdelávania:						
Stručná osnova predmetu:						
Odporúčaná literatúra:						
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:						
Poznámky:						
Hodnotenie predmetov: Celkový počet hodnotených študentov: 2						
	A	B	C	D	E	FX
	100%	0%	0%	0%	0%	0%
Vyučujúci: prof. PhDr. Juraj Rusnák, CSc., garant doc. Mgr. Michal Bočák, PhD. doc. Mgr. Pavol Markovič, PhD. doc. PhDr. Peter Karpinský, PhD. prof. Mgr. Martina Ivanová, PhD.						
Dátum poslednej zmeny: 01.02.2022						
Schválil: prof. PhDr. Juraj Rusnák, CSc.						

Vysoká škola: <i>Prešovská univerzita v Prešove</i>						
Fakulta: Filozofická fakulta						
Kód: 1ISMSm/PPDIS/22			Názov predmetu: Písomná práca k dizertačnej skúške			
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Druh vzdelávacích činností: Rozsah vzdelávacích činností: za akademický rok Metóda vzdelávacích činností: Kombinovaná						
Počet kreditov: 20						
Odporúčaný rok a semester štúdia:						
Stupeň štúdia: 3.						
Podmieňujúce predmety:						
Podmienky na absolvovanie predmetu: Spôsob hodnotenia a skončenia štúdia predmetu: Štátna skúška (dokt-KS) Štátna skúška (doktorand) - KS						
Výsledky vzdelávania:						
Stručná osnova predmetu:						
Odporúčaná literatúra:						
Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:						
Poznámky:						
Hodnotenie predmetov: Celkový počet hodnotených študentov: 2						
	A	B	C	D	E	FX
	0%	50%	50%	0%	0%	0%
Vyučujúci: prof. PhDr. Juraj Rusnák, CSc., garant prof. Mgr. Martina Ivanová, PhD. doc. PhDr. Peter Karpinský, PhD. doc. Mgr. Pavol Markovič, PhD. doc. Mgr. Michal Bočák, PhD.						
Dátum poslednej zmeny: 01.02.2022						
Schválil: prof. PhDr. Juraj Rusnák, CSc.						

Vysoká škola: <i>Prešovská univerzita v Prešove</i>	
Fakulta: Filozofická fakulta	
Kód: 1ISMSm/SPAK/22	Názov predmetu: Sociologické a psychologické aspekty súčasnej komunikácie
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Druh vzdelávacích činností: Prednáška, Seminár Rozsah vzdelávacích činností: 13,0 za akademický rok Metóda vzdelávacích činností: Kombinovaná	
Počet kreditov: 5	
Odporúčaný rok a semester štúdia:	
Stupeň štúdia: 3.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Spôsob hodnotenia a skončenia štúdia predmetu: Priebežné hodnotenie Počet kreditov a časové rozmedzie pre podmienky absolvovania predmetu: - 5 kreditov = 150 hod. - výučba predmetu: 13 týždňov 1 prednáška/0 seminár: 13 hod. - samostatná práca: 60 hod. - samostatné štúdium odbornej literatúry: 77 hod. V priebehu semestra študent spracuje, prezentuje na seminári a odovzdá seminárnu prácu. V priebehu skúškového obdobia realizuje vedomostný test a ústnu skúšku. Na hodnotenie A musí získať najmenej 90 %, na hodnotenie B 80 %, na hodnotenie C 70 %, na hodnotenie D 60 %, na hodnotenie E najmenej 50 %. Študent, ktorý získa menej ako 50 %, bude hodnotený stupňom FX. Výsledné hodnotenie sa vypočíta ako priemer hodnotenia seminárnej práce, vedomostného testu a ústnej odpovede.	
Výsledky vzdelávania: Výsledky vzdelávania: Absolvent predmetu pozná základnú terminológiu v predmetnej oblasti. Rozumie teóriám a konceptom v predmetnej oblasti. Disponuje informáciami o prepojení a rozdieloch medzi lingvistickou filozofiou a filozofiou jazyka. Absolvent predmetu dokáže primerane reagovať na sociologické a psychologické jazykové podnety v komunikácii. Je schopný reálne používať vhodný jazyk v danej situácii, berúc do úvahy vzťah komunikačných partnerov a cieľ komunikácie. Rozvíja svoje kritické jazykové myslenie a kritické analýzy. Má primerané sociologické a psychologické kompetencie. Dosiahne kompetencie, pomocou ktorých bude schopný zmysluplnej interakcie v rôznych situáciách súvisiacich s jeho odbornou profiláciou. Má rozvinuté interpretačné kompetencie. V kognitívnej oblasti študent dokáže: - ovládať pojmy a základnú terminológiu kritického myslenia - mať prehľad o stratégiách a metódach percepcie komunikácie - ovládať techniku organizáciu jazykového prejavu a aplikovať jeho zásady a etiku prejavu - ovládať analýzu publika - sebakriticky zhodnotiť svoj prejav - integrovať relevantné informácie a zdroje do komunikácie podľa stanovených zásad V afektívnej oblasti študent dokáže: - rešpektovať zásady komunikácie v multikultúrnom priestore - konštruovať rôzne typy prejavov a na základe skúsenosti, vedieť primerane zhodnotiť prejavy iných, atď. - prejaviť sebareflexiu a sebakritiku V psychomotorickej oblasti študent: - bude schopný spracovať relevantné zdroje a prostredníctvom myšlienkových máp.	
Stručná osnova predmetu: Verejná komunikácia. Publikum ako objekt a subjekt v mediálnej komunikácii. Reklamná komunikácia, reklamný text a jeho fungovanie v mediálnom prostredí. Pragmalingvistická analýza reklamného textu a jeho optimalizácia. Persuázia v mediálnom texte. Ako informovať a presvedčiť. Cieľová skupina - sociálny štatút. Jazykové stvárnenie a rozlišovanie sociálnych skupín. Základné sociologické aspekty výskumu cieľových skupín. Preceňovanie sociálneho výskumu v oblasti	

reklamy.
Mediálne a modálne reklamné formy, semiotický potenciál reklamy.
Marketing - reklama ako prostriedok odbytovej politiky. Demonstratívny konzum.
Interkultúrne rozdiely a transkultúrna reklama. Subkultúry a reklama.
Lingvistika klamstva.

Odporúčaná literatúra:

AUSTIN, J.-L., 2004. Ako niečo robiť so slovami. Bratislava: Kalligram.
BÜHLER, K., 1982. Sprachtheorie. Stuttgart, New York.
DOLNÍK, J., 2012. Sila jazyka. Bratislava: Kalligram.
FELSER, G., 2011. Werbe- und Konsumentenpsychologie. Heidelberg: Spektrum Akademischer Verlag; Auflage: 3. Aufl. 2007. Nachdruck.
GRÁC, J., 1985. Persuázia. Ovpływňovanie človeka človekom. Martin: Osveta.
HANULÁKOVÁ, E., 2002. Reklama a etika. Bratislava: Eurounion.
JANICH, N., 2005. Werbesprache. Ein Arbeitsbuch. Tübingen: Gunter Narr.
KÁŠOVÁ, M., 2011. Môj volič – môj pán! Lingvokulturologické reflexie o politickej reklame. Prešov: Vydavateľstvo Prešovskej univerzity.
KNAPP, K., 2004. Angewandte Linguistik. Tübingen und Basel: A. Francke.
MAYER, H. and T. ILLMANN, 1999. Markt und Werbepsychologie. Stuttgart: Schäffer-Poeschel Verlag; Auflage: 3., überarbeitete und ergänzte Auflage.
MERTEN, K., 1999. Grundlagen der Kommunikationswissenschaft. Münster.
SCHNIERER, T., 1999. Soziologie der Werbung. Ein Überblick zum Forschungsstand einschließlich zentraler Aspekte der Werbepsychologie. Opladen: Leske u. Budrich.
SCHWEIGER, G. and G. SCHRATTENECKER, 2005. Werbung. Eine Einführung. Tübingen: UTB.
STÖCKL, H., 2001. Werbekommunikation – Linguistische Analyse und Textoptimierung. In: WAGNER, K. R.: Pragmatik der deutschen Sprache. Frankfurt am M.: Peter Lang.
WEINRICH, H., 2007. Linguistik der Lüge. München: C.H.Beck; Auflage: 2., 7., unveränderte Auflage.
WIEBKE, A., 2001. Soziolinguistische Untersuchung zur Terminologie der Fachsprache. Hamburg: Verlag: Diplomica.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: slovenský, anglický, nemecký

Poznámky:

Hodnotenie predmetov:

Celkový počet hodnotených študentov: 0

A	B	C	D	E	FX
0%	0%	0%	0%	0%	0%

Vyučujúci:

prof. PhDr. Juraj Rusnák, CSc., garant
doc. PhDr. Martina Kášová, PhD., prednášajúci, skúšajúci

Dátum poslednej zmeny: 01.02.2022

Schválil: prof. PhDr. Juraj Rusnák, CSc.

Vysoká škola: Prešovská univerzita v Prešove	
Fakulta: Filozofická fakulta	
Kód: 1ISMSm/SUMT/22	Názov predmetu: Súčasná mediálna teória (profilový predmet)
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Druh vzdelávacích činností: Prednáška, Seminár Rozsah vzdelávacích činností: 13,0 za akademický rok Metóda vzdelávacích činností: Kombinovaná	
Počet kreditov: 7	
Odporúčaný rok a semester štúdia:	
Stupeň štúdia: 3.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Spôsob hodnotenia a skončenia štúdia predmetu: Skúška Počet kreditov a časové rozmedzie pre podmienky absolvovania predmetu: - 7 kreditov = 210 hod. - výučba predmetu: 13 týždňov 1 prednáška / 0 seminár: 9,75 hod. - samostatná práca – príprava na seminár, vypracovanie seminárnej práce: 100 hod. - samostatné štúdium odbornej literatúry: 100,25 hod. Súčasťou hodnotenia je príprava a odovzdanie písomnej práce analyzujúcej vybraný problém z okruhov predmetu (50 % hodnotenia). Práca bude východiskom skúškovej kolokviálnej rozpravy (50 %). Na získanie hodnotenia A musí získať najmenej 90 %, na získanie hodnotenia B 80 %, na hodnotenie C najmenej 70 %, na hodnotenie D 60 %, na hodnotenie E najmenej 50 %. Študent, ktorý získa menej ako 50 %, bude hodnotený stupňom FX. Výsledné hodnotenie sa vypočíta ako priemer hodnotenia seminárnej práce a kolokvia.	
Výsledky vzdelávania: Absolvent predmetu dokáže: - chápať a ďalej rozvíjať teóriu masmediálnych štúdií a všetky základné oblasti výskumu (výskum inštitúcií, výskum obsahov, výskum skupín príjemcov a výskum mediálnych účinkov a vplyvov), - analyzovať problémy a nevyriešené otázky v odbore masmediálnych štúdií s osobitným zameraním na masmediálnu a marketingovú komunikáciu, - porovnávať a vyhodnocovať najnovšie poznatky, hypotézy a koncepty mediálnych štúdií.	
Stručná osnova predmetu: Mediálna, masmediálna a marketingová komunikácia v systéme vied, možnosti interdisciplinárnych výskumov v oblasti teórie médií. Základné hypotézy, koncepty, problémy, riešené a nevyriešené otázky v odbore masmediálnych štúdií. Mediocentrické, kulturologické a semiotické koncepty vnímania súčasnej mediálnej prevádzky. Franfurtská škola, birminghamská škola, torontská škola a ich interpretačné perspektívy pri hodnotení tvorby, šírenia a recepcie mediálnych obsahov. Antropologické a sociokultúrne koncepty médií: médiá ako manuál, paradigmy konkurencie. Teória komunikácie, teória informácie ako podnety pre skúmanie teórie médií.	
Odporúčaná literatúra: ADORNO, T., 2005. The Culture Industry. Selected Essays on Mass Culture. New York, Routledge. BARKER, CH., 2006. Slovník kulturních studií. Praha: Portál. BOČÁK, M., 2009. Diskurz: neurčitá cesta kulturních, mediálních a komunikačních studií do centra svojho zájmu. Kultura – média – komunikace (Spektákl, mijející realita a (ne)bezpečí informací. Diskurs(y) o diskursu), 1, č. 1, s. 117 – 146. DeFLEUR, M. L. and S. BALL-ROKEACH, 1996. Teorie masové komunikace. Praha: Karolinum. FLUSSER, V., 2002. Komunikační teorie. Bratislava: Mediální inštitút. JIRÁK, J. and B. KÖPPLOVÁ, 2003. Média a společnost. Stručný úvod do studia médií a mediální komunikace. Praha: Portál. KUNCZIK, M., 1995. Základy masové komunikace. Praha: Karolinum. LAMSER, V., 1969. Komunikace a společnost. Úvod do teorie společenské komunikace. Praha: Academia. McLUHAN, M., 1991. Jak rozumět médiím. Extenze člověka. 1. vyd. Praha: Odeon. McNAIR, B., 2004. Sociologie žurnalistiky. Praha: Portál. McQUAIL, D., 2005. Mass Communication Theory. Fifth Edition. London: Sage Publications.	

REIFOVÁ, I. a kol., 2004. Slovník mediální komunikace. Praha: Portál.

TOROW, J., 2009. Media Today. An Introduction to Mass Communication. New York: Routledge.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: slovenský, český, anglický

Poznámky:

Hodnotenie predmetov:

Celkový počet hodnotených študentov: 6

A	B	C	D	E	FX
33%	17%	17%	0%	0%	33%

Vyučujúci:

prof. PhDr. Juraj Rusnák, CSc., garant, prednášajúci, skúšajúci

doc. Mgr. Michal Bočák, PhD., prednášajúci, skúšajúci

Dátum poslednej zmeny: 01.02.2022

Schválil: prof. PhDr. Juraj Rusnák, CSc.

Vysoká škola: Prešovská univerzita v Prešove	
Fakulta: Filozofická fakulta	
Kód: 1ISMSm/TMAK/22	Názov predmetu: Teoreticko-metodologické aspekty súčasnej komunikácie (profilový predmet)
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Druh vzdelávacích činností: Prednáška, Seminár Rozsah vzdelávacích činností: 13,0 za akademický rok Metóda vzdelávacích činností: Kombinovaná	
Počet kreditov: 8	
Odporúčaný rok a semester štúdia:	
Stupeň štúdia: 3.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Spôsob hodnotenia a skončenia štúdia predmetu: Skúška Počet kreditov a časové rozmedzie pre podmienky absolvovania predmetu: - 8 kreditov = 240 hod. - výučba predmetu: 13 týždňov / 1 hodina prednáška: 13 hod. - príprava na výučbu: 39 hod. - samostatné štúdium odbornej literatúry: 118 hod. - príprava seminárnej práce a kolokviálnej prezentácie – vypracovania lingvistickej analýzy mediálneho textu (výber témy, nájdenie autentickej ukážky mediálneho textu, spracovanie a prezentácia): 40 hod. - príprava na test: 30 hod. V priebehu semestra študent/ka absolvuje vedomostný test zahŕňajúci teoretické a praktické úlohy. Na konci semestra študent/ka pripraví seminárnu prácu a prezentuje ju v rámci kolokviálnej diskusie. Na získanie hodnotenia A musí získať najmenej 90 %, na získanie hodnotenia B 80 %, na hodnotenie C najmenej 70 %, na hodnotenie D 60 %, na hodnotenie E najmenej 50 %. Študent/ka, ktorý získa menej ako 50 %, bude hodnotený stupňom FX. Výsledné hodnotenie sa vypočíta ako priemer hodnotenia seminárnej práce a vedomostného testu.	
Výsledky vzdelávania: Absolvent/ka predmetu dokáže pomenovať a charakterizovať paradigmy metodológie výskumu komunikácie a médií v sociálnych a humanitných vedách, vysvetliť teoretické pozadie metód a technik uplatňovaných v mediálnych štúdiách, projektovať realizovateľné výskumné projekty, zvoliť si adekvátny metodologický prístup vo vzťahu k riešenému problému. Absolvent/ka vie aplikovať jednoduché konkrétne kreatívne a logické myslenie požadované pri hodnotení jazykových prostriedkov výstavby mediálneho textu, vie využiť získané jazykové, komunikačné a prezentačné zručnosti v praxi, vie aktívnym spôsobom získavať informácie a využívať ich na riešenie praktických úloh v odbore. Absolvent/ka aplikovať zvolené metódy a techniky vo vlastnej analýze a interpretácii komunikácie, jazyka a médií, samostatne riešiť otázky teoretického (základného) i aplikovaného mediálneho výskumu. Komunikačnú kompetenciu dokáže využiť aj v kooperácii s komunikačnými partnermi pri riešení problémov týkajúcich sa študovaného odboru a v prezentácii odborných tém verejnosti. Disponuje občianskymi a sociálnymi kompetenciami, uvedomuje si úlohu jazyka a jeho podiel na kultivácii spoločenskej komunikácie.	
Stručná osnova predmetu: Teoreticko-metodologické východiská analýzy sociálnej, mediálnej, masmediálnej a marketingovej komunikácie. Paradigmy mediálnych štúdií a paradigmy metodológie výskumu médií. Interpretatívny vs. objektivistický prístup ku komunikácii. Úloha jazyka v daných komunikačných prístupoch. Základné komunikačné teórie: procesuálna a semiotická škola. Súčasný výskumné metódy mediálnej, masmediálnej a marketingovej komunikácie. Kvalitatívne a kvantitatívne metodologické prístupy k analýze komunikácie a médií. Všeobecná teória informácie, teória komunikácie, kybernetika. Komunikačný model. Základné pojmy štúdia komunikácie (informácia, redundancia, entropia, spätná väzba, komunikačný šum) a ich aplikácia v mediálnom výskume. Výskum mediálnych obsahov (produktov): kvalitatívna analýza obsahov; zakotvená teória (grounded theory) a otvorené kódovanie. Kvantitatívna obsahová analýza a mediálny monitoring. Problematica sociálnej kategorizácie vybraných (sociálnych) javov. Jazyková konštrukcia sociálnych kategórií v médiách. Vplyv (mimojazykových) činiteľov na konštrukciu jazykových významov. Teória rečových aktov; ilokučný a perlokučný potenciál komunikačných aktov; ilokučné (sociokomunikačné) funkcie textu, performatívne paradoxy. Problém relevancie jazykového jednania: konverzačné maximy a implikatury, konvenčné vs. konverzačné	

implikatury. Nekooperatívna komunikácia; irónia; konfliktná komunikácia. Pragmatika. Griceovská a novogriceovská pragmatika. Teória relevancie. Teória rečových aktov. Teória implikatur. Teória deixy. Medzikultúrna pragmatika. Manipulatívne stratégie; jazyk reklamy a propagandy; médiá a spôsob manipulácie s recipientom; komunikačné stratégie v reklamných komunikátoch. Komunikačné stratégie v médiách. Analýza diskurzu a kritická analýza diskurzu, stopovanie diskurzu (tracking discourse); formy a metódy konverzačnej analýzy; špecifiká (analýzy) mediálneho diskurzu. Výskum publik/príjemcov médií. Štruktúrna analýza publika, využitie štatistických dát o publiku. Behaviorálne prístupy k skúmaniu publika médií: výskum účinkov médií, pozorovanie a experiment. Analýza recepcie médií: mediálna etnografia; formy interview a jeho aplikácie (focus groups, orálna história). Výskum mediálnych organizácií (inštitúcií): interview, (zúčastnené) pozorovanie a archívny výskum v mediálnych organizáciách. - Historiografia komunikácie a médií: modernistická a postmodernistická perspektíva vo výskume histórie médií a ich aplikácie. Projektovanie výskumu. Prístupy ku konštrukcii vzorky (sampling). Získavanie a spracovanie dát. Etika vedeckej práce s aplikáciou na štúdium komunikácie a médií. Jazyková situácia ako sieť kultúrnych celkov. Jazyková situácia a národná povaha. Cudzosť ako komponent jazykovej situácie. Jazyk ako sociálna inštitúcia. Sociálna podmienenosť komunikácie. Jazyky a ideológie. Jazyk ako anonymná moc.

Odporúčaná literatúra:

ALTHEIDE, D. L., 1996. Qualitative Media Analysis. Sage.
 BUDIL, I. T., 2003. Mýtus, jazyk a kulturní antropologie. Praha: Triton.
 DEACON, D., M. PICKERING, P. GOLDING and G. MURDOCK, 1999. Researching Communications: A Practical Guide to Methods in Media and Cultural Analysis. London: Arnold.
 DISMAN, M., 2002. Jak se vyrábí sociologická znalost. Dotlač 3. vyd. Praha: Karolinum.
 DOLNÍK, J., 2010. Jazyk – Človek – Kultúra. Bratislava: Kalligram.
 DOLNÍK, J., 2017. Jazyk v sociálnej kultúre. Bratislava: Veda.
 DOLNÍK, J., O. ORGOŇOVÁ, A. BOHUNICKÁ, A. FARAGULOVA and K. PIATKOVÁ, 2015. Cudzosť, jazyk, spoločnosť. Bratislava: Iris.
 FAIRCLOUGH, N., 2003. Analysing Discourse: Textual Analysis for Social Research. London – New York: Routledge.
 FINNEGAN, R., 2002. Communicating. The Multiple Modes of Human Interconnection. London: Routledge.
 GEERTZ, C., 2000. Interpretace kultur. Praha: Sociologické nakladatelství.
 GRIFFIN, E., 2008. A First Look at Communication Theory. New York: McGraw-Hill Companies.
 GUNTER, B., 2000. Media Research Methods. London – Thousand Oaks – New Delhi: Sage.
 HAGÈGE, C., 2008. Člověk a řeč. Praha: Karolinum.
 HENDL, J., 2005. Kvalitativní výzkum: Základní metody a aplikace. Praha: Portál.
 HIRSCHOVÁ, M., 2006. Pragmatika češtiny. Olomouc: Votobia.
 JENSEN, K. B. (ed.), 2002. A Handbook of Media and Communication Research: Qualitative and Quantitative Methodologies. New York – London: Routledge.
 LOTMAN, J. M., 2013. Kultura a exploze.
 PLESNÍK, E. et al., 2008. Tezaurus estetických výrazových kvalit. Nitra: Univerzita Konštantína Filozofa, Filozofická fakulta, Ústav literárnej a umeleckej komunikácie.
 POKORNÝ, J., 2010. Lingvistická antropologie. Jazyk, mysl a kultura. Praha: Grada.
 SILVERMAN, D., 2005. Ako robiť kvalitatívny výskum: Praktická príručka. Bratislava: Ikar.
 STRAUSS, A. and J. CORBINOVÁ, 1999. Základy kvalitatívneho výskumu: Postupy a techniky metody zakotvené teorie. Brno: Sdružení Podané ruce – Boskovice: Nakladatelství Albert.
 ŠTEFANČÍK, R. and I. DULEBOVÁ, 2017. Jazyk a politika. Na pomedzi lingvistiky a politológie. Bratislava: Ekonóm.
 WODAK, R. and M. MEYER (eds.), 2001. Methods of Critical Discourse Analysis. London – Thousand Oaks – New Delhi: Sage Publications.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: slovenský, český, anglický

Poznámky:

V prípade prerušenia prezenčnej výučby z nariadenia UVZ/RUVZ/vedenia univerzity/ fakulty bude výučba a skúšanie prebiehať nariadenou dištančnou formou.

Hodnotenie predmetov:

Celkový počet hodnotených študentov: 6

A	B	C	D	E	FX
50%	0%	0%	0%	0%	50%

Vyučujúci:

prof. PhDr. Juraj Rusnák, CSc., garant
 prof. Mgr. Martina Ivanová, PhD., prednášajúci, skúšajúci
 doc. Mgr. Michal Bočák, PhD., skúšajúci

Dátum poslednej zmeny: 01.02.2022

Schválil: prof. PhDr. Juraj Rusnák, CSc.

Vysoká škola: <i>Prešovská univerzita v Prešove</i>	
Fakulta: Filozofická fakulta	
Kód: 1ISMSm/TPEP/22	Názov predmetu: Trendy v produkcii súčasných printových a elektronických médií (profilový predmet)
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Druh vzdelávacích činností: Prednáška, Seminár Rozsah vzdelávacích činností: 26,0 za akademický rok Metóda vzdelávacích činností: Kombinovaná	
Počet kreditov: 10	
Odporúčaný rok a semester štúdia:	
Stupeň štúdia: 3.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Spôsob hodnotenia a skončenia štúdia predmetu: Skúška Počet kreditov a časové rozmedzie pre podmienky absolvovania predmetu: - 10 kreditov = 300 hod. - výučba predmetu: 13 týždňov 2 prednáška / 0 seminár: 19,5 hod. - samostatná práca – príprava na seminár, vypracovanie seminárnej práce: 141 hod. - samostatné štúdium odbornej literatúry: 140,5 hod. 50 % bodového skóre získava doktorand v priebehu semestra prípravou, prezentáciou a odovzdaním vlastnej ročníkovej práce zameranej na analýzu vybraného problému podľa okruhov predmetu a 50 % bodového skóre získava doktorand záverečnou kolokviálnou skúškou podľa okruhov predmetu. Na získanie hodnotenia A musí získať najmenej 90 %, na získanie hodnotenia B 80 %, na hodnotenie C najmenej 70 %, na hodnotenie D 60 %, na hodnotenie E najmenej 50 %. Študent, ktorý získa menej ako 50 %, bude hodnotený stupňom FX.	
Výsledky vzdelávania: Absolvent predmetu dokáže: - samostatne a komplexne popísať systém prípravy, tvorby a recepcie komunikátov z prostredia printovej, rozhlasovej, televíznej a multimediálnej tvorby, - komplexne definovať formy a metódy produkcie najnovších žánrov tlačovej a elektronickej produkcie, analyzovať ich špecifiká a zhodnotiť význam ich využitia v medziľudskej komunikácii, - komplexne, vo vzájomných súvislostiach a prepojenosti definovať základné pojmy súvisiace s tvorbou celkov v tlačových médiách a s programovaním elektronických médií (vytváranie a inovatívne procesy v programingu elektronických médií, - navrhnúť komplexné riešenia fungovania tlačovej a elektronickej produkcie s prihliadnutím na najnovšie trendy v prostredí verejnoprávnej a komerčnej mediálnej sféry, - sledovať aktuálne otázky vo výskume médií, s dôrazom na výskum mediálnej produkcie, - rozvinúť vlastné kritické myslenie a argumentačné schopnosti pri analýze mediálnych komunikátov.	
Stručná osnova predmetu: Historické korene a aktuálne otázky tvorby, šírenia a recepcie mediálnych textov v tlačových a elektronických médiách. Text a žáner v mediálnom prostredí. Trendy vo vývine novinárskych žánrov. Mediálny formát a žurnalistické žánre: možnosti interpretácie. Nové trendy v produkcii žurnalistických žánrov v internetovom prostredí. Programming v rozhlase a v televízii – vývojové peripetie programovania vo verejnoprávnom a komerčnom prostredí na Slovensku a vo svete. Transformácie v charaktere programovej štruktúry. Programové formáty v rozhlase a v televízii vo verejnoprávnom a v komerčnom prostredí. Možnosti klasifikácie, hybridné útvary. Súčasný trendy v tvorbe žánrov v rozhlase a v televízii. Dramaturgia v rozhlase a v televízii – súčasný trendy. Playlisty, rotácie skladiet, promo aktivity v rozhlase a v televízii. Realita a fikcia v prostredí elektronických médií. Reality TV a programové formáty zobrazujúce realitu. Fenomén reality show: vývoj, súčasný stav, perspektívy. Tabloidná produkcia v elektronických médiách a jej súčasný charakter. Dokumentaristika v prostredí elektronických médií. Dokument vo filme, v televízii, v rozhlase: cinema verite a štylizovaný dokument. Rozhlasový fičer. Dokudráma a jej špecifiká. Interaktivita v prostredí elektronických médií. Interaktívne programové formáty, programotvorné, genologické a technologické dôsledky fungovania interaktivity v prostredí elektronických médií. Spektakulárnosť a emocionalita v programoch elektronických médií.	

Dramaturgia moderovania v prostredí elektronických médií. Vývojové trendy v moderovaní na Slovensku a v Čechách. Hybridizácia moderovaných programov.

Odporúčaná literatúra:

BOLTER, J. D. and R. GRUSIN, 2000. Remediation: Understanding New Media. Cambridge: MIT Press.

COOK, M., 2007. Write To TV. London – New York, Focal Press.

FISKE, J. and J. HARTLEY, 1978. Reading Television. London: Methuen.

GLADIŠ, M., 2015. Žáner v prostredí masových médií. Košice: Univerzita Pavla Jozefa Šafárika v Košiciach.

HOLLAND, P., 2000. Television Handbook Media Practice. New York: Routledge.

CHANTLER, P. and P. STEWART, 2003. Basic Radio Journalism. Oxford: Focal Press.

MARŠÍK, J., 1995. Úvod do teorie rozhlasového programu. Praha: Karolinum.

MIKULÁŠ, P., 2011. Reality TV. Bratislava: Iris.

MUSIL, J., 2003. Elektronická média v informační společnosti. Praha: Votobia.

Radio-Television Terms and Definitions, 2006. San Juan Capistrano: Traffic Directors Guild of America.

RONČÁKOVÁ, T., 2011. Žurnalistické žánre. Ružomberok: Verbum.

RUSNÁK, J., 2019. Nové trendy v programovaní elektronických médií. Prešov: Prešovská univerzita v Prešove.

SLANČOVÁ, D., J. MERGEŠ, J. KLINGOVÁ a J. KIČURA-SOKOLOVÁ, 2021. Úvod do štúdia žurnalistických žánrov v tlačových médiách. Prešov: Prešovská univerzita v Prešove.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: slovenský, český, anglický

Poznámky:

Hodnotenie predmetov:

Celkový počet hodnotených študentov: 4

A	B	C	D	E	FX
50%	0%	0%	0%	0%	50%

Vyučujúci:

prof. PhDr. Juraj Rusnák, CSc., garant, prednášajúci, skúšajúci

prof. PhDr. Daniela Slančová, CSc., prednášajúci, skúšajúci

doc. PhDr. Peter Karpinský, PhD., skúšajúci

Dátum poslednej zmeny: 01.02.2022

Schválil: prof. PhDr. Juraj Rusnák, CSc.

Vysoká škola: <i>Prešovská univerzita v Prešove</i>	
Fakulta: Filozofická fakulta	
Kód: 1ISMSm/TPMK/22	Názov predmetu: Teória a prax mediálnej komunikácie
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Druh vzdelávacích činností: Rozsah vzdelávacích činností: za akademický rok Metóda vzdelávacích činností: Kombinovaná	
Počet kreditov: 5	
Odporúčaný rok a semester štúdia:	
Stupeň štúdia: 3.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Spôsob hodnotenia a skončenia štúdia predmetu: Štátna skúška (dokt-KS) Študent formou skúškovej kolokviálnej rozpravy predstaví základné problémy z oblasti teórie a praxe mediálnej komunikácie. Na získanie hodnotenia A musí získať najmenej 90 %, na získanie hodnotenia B 80%, na hodnotenie C najmenej 70 %, na hodnotenie D 60 %, na hodnotenie E najmenej 50 %. Študent, ktorý získa menej ako 50 % bude hodnotený stupňom FX.	
Výsledky vzdelávania: Absolvent predmetu dokáže: - chápať a ďalej rozvíjať teóriu masmediálnych štúdií a všetky základné oblasti výskumu (výskum inštitúcií, výskum obsahov, výskum skupín príjemcov a výskum mediálnych účinkov a vplyvov), - analyzovať problémy a nevyriešené otázky v odbore masmediálnych štúdií s osobitným zameraním na masmediálnu a marketingovú komunikáciu, - porovnávať a vyhodnocovať najnovšie poznatky, hypotézy a koncepty mediálnych štúdií, - pomenovať a charakterizovať paradigmy metodológie výskumu komunikácie a médií v sociálnych a humanitných vedách, - vysvetliť teoretické pozadie metód a techník uplatňovaných v mediálnych štúdiách, - projektovať realizovateľné výskumné projekty, - zvoliť si adekvátny metodologický prístup vo vzťahu k riešenému problému, - aplikovať zvolené metódy a techniky vo vlastnej analýze a interpretácii komunikácie, jazyka a médií, - samostatne riešiť otázky teoretického (základného) i aplikovaného mediálneho výskumu.	
Stručná osnova predmetu: Mediálna, masmediálna a marketingová komunikácia v systéme vied, možnosti interdisciplinárnych výskumov v oblasti teórie médií. Základné hypotézy, koncepty, problémy, riešené a nevyriešené otázky v odbore masmediálnych štúdií. Mediocentrické, kulturologické a semiotické koncepty vnímania súčasnej mediálnej prevádzky. Franfurtská škola, birminghamská škola, torontská škola a ich interpretačné perspektívy pri hodnotení tvorby, šírenia a recepcie mediálnych obsahov. Antropologické a sociokultúrne koncepty médií: médiá ako manuál, paradigm konkurencie. Teória komunikácie, teória informácie ako podnety pre skúmanie teórie médií. Teoreticko-metodologické východiská analýzy sociálnej, mediálnej, masmediálnej a marketingovej komunikácie. Paradigmy mediálnych štúdií a paradigmy metodológie výskumu médií. Interpretatívny vs. objektivistický prístup ku komunikácii. Úloha jazyka v daných komunikačných prístupoch. Základné komunikačné teórie: procesuálna a semiotická škola. Súčasné výskumné metódy mediálnej, masmediálnej a marketingovej komunikácie. Kvalitatívne a kvantitatívne metodologické prístupy k analýze komunikácie a médií. Výskum mediálnych obsahov (produktov): kvalitatívna analýza obsahov; zakotvená teória (grounded theory) a otvorené kódovanie. Kvantitatívna obsahová analýza a mediálny monitoring. Výskum publik/príjemcov médií. Štruktúrna analýza publika, využitie štatistických dát o publiku. Behaviorálne prístupy k skúmaniu publika médií: výskum účinkov médií, pozorovanie a experiment. Analýza recepcie médií: mediálna etnografia; formy interview a jeho aplikácie (focus groups, orálna história). Výskum mediálnych organizácií (inštitúcií): interview, (zúčastnené) pozorovanie a archívny výskum v mediálnych organizáciách.	
Odporúčaná literatúra: ADORNO, T., 2005. The Culture Industry. Selected Essays on Mass Culture. New York: Routledge. BARKER, CH., 2006. Slovník kulturních studií. Praha: Portál. BOČÁK, M., 2009. Diskurz: neurčitá cesta kulturních, mediálních a komunikačních študií do centra svojho záujmu. Kultura – média – komunikace (Spektákl, mijející realita a (ne)bezpečí informací. Diskurs(y) o	

diskursu), 1, č. 1.

DeFLEUR, M. L. and S. BALL-ROKEACH, 1996. Teorie masové komunikace. Praha: Karolinum.

FLUSSER, V., 2002. Komunikológia. Bratislava: Mediálny inštitút.

JIRÁK, J. and B. KÖPPLOVÁ, 2003. Média a společnost. Stručný úvod do studia médií a mediální komunikace. Praha: Portál.

KUNCZIK, M., 1995. Základy masové komunikace. Praha: Karolinum.

LAMSER, V., 1969. Komunikace a společnost. Úvod do teorie společenské komunikace. Praha: Academia.

McLUHAN, M., 1991. Jak rozumět médiím. Extenze člověka. 1. vyd. Praha: Odeon.

McNAIR, B., 2004. Sociologie žurnalistiky. Praha: Portál.

McQUAIL, D., 2005. Mass Communication Theory. Fifth Edition. London: Sage Publications.

REIFOVÁ, I. et al., 2004. Slovník mediální komunikace. Praha: Portál.

ALTHEIDE, D. L., 1996. Qualitative Media Analysis. London: Sage.

DEACON, D., M. PICKERING, P. GOLDING and G. MURDOCK, 1999. Researching Communications: A Practical Guide to Methods in Media and Cultural Analysis. London: Arnold.

DISMAN, M., 2002. Jak se vyrábí sociologická znalost. Dotlač 3. vyd. Praha: Karolinum.

GEERTZ, C., 2000. Interpretace kultur. Praha: Sociologické nakladatelství.

GRIFFIN, E., 2008. A First Look at Communication Theory. New York: McGraw-Hill Companies.

GUNTER, B., 2000. Media Research Methods. London – Thousand Oaks – New Delhi: Sage.

HENDL, J., 2005. Kvalitativní výzkum: Základní metody a aplikace. Praha: Portál.

JENSEN, K. B. (ed.), 2002. A Handbook of Media and Communication Research: Qualitative and Quantitative Methodologies. New York – London: Routledge.

PLESNÍK, Ľ. et al., 1998. Tezaurus estetických výrazových kvalít. Nitra: Univerzita Konštantína Filozofa, Filozofická fakulta, Ústav literárnej a umeleckej komunikácie.

SILVERMAN, D., 2005. Ako robiť kvalitatívny výskum: Praktická príručka. Bratislava: Ikar.

STRAUSS, A. and J. CORBINOVÁ, 1999. Základy kvalitatívneho výskumu: Postupy a techniky metódy zakotvené teórie. Brno: Sdružení Podané ruce – Boskovice: Nakladatelství Albert.

WODAK, R. and M. MEYER (eds.), 2001. Methods of Critical Discourse Analysis. London – Thousand Oaks – New Delhi: Sage Publications.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu: slovenský

Poznámky:

Hodnotenie predmetov:

Celkový počet hodnotených študentov: 2

A	B	C	D	E	FX
0%	100%	0%	0%	0%	0%

Vyučujúci:

prof. PhDr. Juraj Rusnák, CSc., garant, skúšajúci

doc. PhDr. Peter Karpinský, PhD., skúšajúci

doc. Mgr. Pavol Markovič, PhD., skúšajúci

doc. Mgr. Michal Bočák, PhD., skúšajúci

prof. Mgr. Martina Ivanová, PhD., skúšajúci

Dátum poslednej zmeny: 01.02.2022

Schválil: prof. PhDr. Juraj Rusnák, CSc.