

Okruhy štátnej záverečnej skúšky

Študijný odbor: mediálne a komunikačné štúdiá

Študijný program: **mediálne štúdiá**

Stupeň štúdia: **magisterský**

Akademický rok: 2023/2024

Forma skúšania: ústna

Teoretická časť štátnej skúšky

1. Kulturálne štúdiá ako východisko mediálnych štúdií: rituálový (kulturálny) model komunikácie, kódovanie/dekódovanie mediálneho diskurzu u Halla. Mediálny produkt ako text: textuálne a auditoriálne prístupy k tvorbe významu. Kulturálne a mediálne štúdiá ako deelitizácia štúdiá kultúry: kultúra ako každodenný/populárny fenomén; kultúrny populizmus (McGuigan) a jeho prejavy v interpretácii médií.
2. Diskurz a médiá. Základné chápania diskurzu v sociálnych a humanitných vedách. Charakteristiky a rozdiely definovania diskurzu u Foucaulta a v lingvisticky/textovo orientovaných prístupoch. Vzťah diskurzu a moci: kritická analýza diskurzu a jej význam pri skúmaní mediálnych produktov. Konkrétne prístupy k analýze diskurzu (napr. Fairclough, van Dijk, Gee): ich pojmy a analytické postupy.
3. Médiá a spoločnosť. Mediocentrické verzus sociocentrické prístupy. Kultúrne a mediálne trendy a ich odraz v súčasnom mediálnom prostredí (napr. fragmentizácia a segmentácia mediálnej sféry u Turowa, digitálna konvergencia u Jakubowicza; komercializácia, komodifikácia, konzumizmus, entertainizácia, globalizácia).
4. Identita – kultúra – médiá. Protiklad esencionalizmu a konštruktivismu vo výklade fungovania identity. Postštrukturalistické (postmodernistické) chápanie identity: multiplicita, intersekcionalita, fluidita. Interpretácia fungovania konkrétnych identít (napr. gender, etnicita, trieda, sexualita) v médiách. Politika identity a strategický esencionalizmus.
5. Metódy výskumu médií. Základné východiská (pozícia mediálnych štúdií v systéme vied; transdisciplinárny charakter mediálnych štúdií) a paradigmy výskumu médií (napr. pozitivizmus, interpretativizmus; kvantitatívne, kvalitatívne a zmiešané prístupy). Konkrétne metódy a techniky jednotlivých teoreticko metodologických prístupov (kvantitatívna obsahová analýza; kvalitatívne prístupy k mediálnym produktom – napr. semiotická analýza, analýza diskurzu; analýza mediálnych publik a mediálna etnografia). Prístupy ku konštrukcii vzorky (sampling).

6. Peripetie vzťahu medzi masovou a populárnou kultúrou v mediálnom prostredí (vymedzenie spoločných a odlišných znakov masovej a populárnej kultúry v médiách; vrstvy populárnej kultúry a ich manifestácia v médiách).
7. Axiologické a gnozeologické perspektívy interpretácie kultúry v mediálnom prostredí (elitná a ľudová kultúra a ich hodnotový register; kvalitatívne a kvantitatívne parametre hodnotenia: post-/moderná estetika popkultúry, sériová produkcia).
8. Média ako environment subkultúry (terminologické vymedzenie subkultúry; formálne a hodnotové parametre vybraných subkultúr a ich existencie v mediálnom prostredí).
9. Hudobná kultúra v súčasných médiách (vývoj modernej populárnej hudby; historický prierez jednotlivých dekád vzhľadom na žáner a možné prepojenia so subkultúrami; sociokultúrne a dekoratívne funkcie modernej populárnej hudby /hudobný videoklip/; komunikačná performancia /hudobné vystúpenia, hudobné festivaly/).
10. Základné trendy vo vytváraní, šírení a recepcii popkultúry v mediálnom prostredí (celebritizácia; tabloidizácia; infotainment; prelínanie reality a fikcie; infantilizácia kultúry).
11. Kultúra a komunikácia (vytváranie manuálov /Goffman/; sociokultúrne izoglosy v médiách – využívanie emomém, spektakulárny charakter mediálnych obsahov, vznik a šírenie mémov).
12. Programovanie elektronických médií: diachrónne a synchrónne prístupy (základné premeny v programovaní štruktúry vysielania elektronických médií; tradičné a moderné prístupy k stratégiám a technikám programovania v elektronických médiách).
13. Spájanie reality a fikcie ako jeden zo základných pilierov filmovej, rozhlasovej a televíznej dokumentaristiky (vytváranie mediálnej reality; reality TV, jej žáner a deriváty; dokudráma a jej dramaturgia; rozhlasový fíčer).
14. Dramaturgia rozhlasového/televízneho programu ako sociokultúrny fenomén (hra a zozábavňovanie produkcie elektronických médií; tabloidná tvorba).
15. Dokumentaristika v prostredí elektronických médií a filmu (typológia dokumentárnych útvarov; význam autentického a štylizovaného v dokumentárnom filme; analogické a kontrastujúce prvky v televíznom a filmovom dokumente; súčasné tendencie pri zobrazovaní reality; formátovanie v monotematických dokumentárnych televíziách).
16. Marketingový mix ako kombinácia marketingových nástrojov, základný a rozšírený marketingový mix. Charakteristiky a porovnanie trhov B2B (business-to-business)

a B2C (business-to-customer). Prístupy k segmentácii trhu. Produkt v marketingovom chápaní a jeho vrstvy (jadro, základný produkt, rozšírenie). Konkurenčné stratégie (BCG matica, Gartnerova portfóliová matica). Strategický marketing (plánovanie, realizácia, kontrola). Brand management a branding. Corporate identity (firemný design, firemná kultúra, firemná komunikácia). Aplikácie jednotlivých konceptov v mediálnej sfére.

17. Vizuálna kultúra ako sprievodný jav mediálneho prostredia (vizualita a /pan/vizualizácia – terminologický aparát vizuálnych štúdií; interdisciplinárny charakter vizuálnych štúdií; definícia obrazu a jeho parametre).
18. Technologické východiská vizuálnej komunikácie (premeny vizualizácie v dejinách – od obrazov v jaskyniach po virtuálnu realitu; maľba – fotografa – film; možnosti zobrazovania v dejinách – reprodukcia, kópia, digitálny obraz).
19. Vizuálne kódy a ich význam: čítanie vizuálnych obsahov a vytváranie významu. Kontrast idey a reality vo vizuálnej komunikácii. Postmoderná vizuálna kultúra.
20. Audiovizualita ako technologicky daný fenomén (rozvoj audiovizuálnych technológií – film a televízia; technické predpoklady pre zaznamenávanie reality; vzťah filmu a televízie – presahy a inšpirácie; vzťah audiovizuálnych médií s rozhlasom a nahrávacími spoločnosťami; význam a vplyv technologických inovácií na výsledné dielo – zvuk, farba, širokouhlý obraz, video, digitálny film, 3D technológie, virtuálna realita).
21. Intermediálne vzťahy kinematografie a elektronických médií do roku 1945 (film ako syntéza všetkých umení; ústredné filmové smery rozvíjajúce sa v 20. rokoch 20. storočia – expresionizmus, impresionizmus, ruská montážna škola; ustanovenie filmových žánrov v americkom filme; budovanie organizačnej štruktúry filmového priemyslu; vertikálna integrácia v americkom filme a jej dôsledky; prvé pokusné televízne vysielania).
22. Intermediálne vzťahy kinematografie a elektronických médií po roku 1945 (koncept neorealizmu, autorského a umeleckého filmu; filmové „nové vlny“ v Európe a vo svete; vzťahy medzi európskym a americkým filmom; televízia a film na jednom trhu; povojnový vývoj verejnoprávných a komerčných televízií v Európe; rozvoj videa a videopriemyslu; hudobný priemysel a jeho aktivity vo filmovom a televíznom prostredí; estetické, ekonomické a technologické väzby televízie a filmu po digitálnej revolúcii; televízia a film ako súčasť zábavného priemyslu).
23. Kognitívno lingvistický prístup k skúmaniu jazyka (kognitívna lingvistika /základná charakteristika, predstavitelia, diela/; jazykový obraz sveta /vysvetlenie pojmu, vlastnosti jazykového obrazu sveta/; kognitívna teória metafor; metafora

v diskurzívnej teórii /kritická analýza metafor – charakteristika, predstavitelia, príklady analýz).

24. Jazyk a spoločnosť v mediálnom prostredí (štýlová, registrová a stratifikačná diferenciácia slovenčiny a jej uplatnenie v médiách; jazykový manažment a jazyková legislatíva; jazyk a kultúra).
25. Mediálny text v akusticko-auditívnej komunikácii (model 9 komunikačných stupňov; predmet akustickej fonetiky, podstata šírenia zvuku, akustické formy rečového signálu).
26. Metódy a analýzy výskumu zvukových jednotiek a javov v rečovom prejave (vývoj metód, súčasné metódy; proces digitalizácie rečového prejavu; praktický význam skúmania rečového prejavu).
27. Artikulačná a percepčná fonetika ako nástroj skúmania mediálneho textu v akusticko-auditívnom priestore (predmet skúmania, artikulácia a percepcia, metódy skúmania, výsledky skúmania vo vzťahu k normatívnemu opisu segmentov a suprasegmentov).
28. Akustické charakteristiky artikulačných orgánov (opis rečových orgánov a ich činnosti vo vzťahu k predmetu akustiky). Koartikulácia a sekundárne formy artikulácie. Asimilácia a disimilácia – všeobecné východiská, realizácia v spisovnej slovenčine.
29. Artikulačná, akustická a percepčná charakteristika slabiky (slabičné modely; graf sonority; slabika ako médium suprasegmentálnej zložky rečového signálu, súčinnosť suprasegmentov v reči).
30. Koncepcia mediálnej výchovy v SR a jej legislatívny rámec v kontexte celoživotného vzdelávania, platforma Mediálna gramotnosť +: rozširovanie mediálnej gramotnosti v produktívnom a postproduktívnom veku – ciele, obsah, formy (nadácie, neziskové organizácie, občianske združenia).

Interpretačno-tvorivá časť štátnej skúšky

Druhá časť štátnej záverečnej skúšky je zameraná na preverenie interpretačných a tvorivých schopností pri práci s mediálnym textom v súlade s vyžrebovaným zadáním. Odpoveď v tejto časti je zameraná na vyriešenie príslušnej úlohy podľa zadania, no kladne sa hodnotí aj schopnosť komplexného uchopenia zadania z viacerých teoretických i praktických perspektív.

Rámcové zameranie interpretačno-tvorivých úloh:

1. Semiotická a naratologická analýza mediálneho textu.
2. Denotatívne, konotatívne a mytologické pásma v znakovej štruktúre mediálneho textu.
3. Kvalitatívna obsahová analýza textu (prezentácia tém v jednotlivých módoch a kódach).
4. Analýza diskurzu a kritická analýza diskurzu (napr. Foucault, Fairclough, van Dijk, Gee).
5. Komparatívna analýza mediálnych produktov (určenie typologických charakteristík a ich demonštrácia na konkrétnom obsahu).
6. Vizuálna analýza (obraz-záber, perspektíva, kompozícia, línia, tvar, priestor, plán, hĺbka, farba, svetlo a tma).
7. Štruktúra hudobného videoklipu ako popkultúrneho produktu.
8. Charakteristika znakov rozhlasovej/televíznej dramaturgie určenej detskému publiku.
9. Demonštrovanie charakteristických prvkov dramaturgie žánrov reality TV.
10. Identifikácia a charakteristika hlavných súčastí dramaturgie športového prenosu.
11. Identifikácia prvkov dramaturgickej výbavy v ukážke (insígnie, dekorácie, rekvizity).
12. Aktualizované a gnómické pásma v znakovej štruktúre mediálneho textu.
13. Extenzívne a intenzívne parametre v znakovej štruktúre popkultúrneho textu.
14. Sociolingvistická analýza mediálneho textu (aplikácia stratifikačnej teórie jazyka; realizácia sociálnej a personálnej deixy a jej sociálne významy).
15. Grafické výstupy analýzy rečového signálu. Opis parametrov.
16. Rozbor výsledkov analýzy rečového signálu. Pomenovanie zobrazených akustických entít.
17. Analýza konštrukcie identít v mediálnom texte.
18. Možnosti využitia projektov pri rozvíjaní mediálnej gramotnosti: zameranie, ciele, štruktúra projektov.