

OBSAH

Príhovor dekana Fakulty masmediálnej komunikácie na otvorení medzinárodnej vedeckej konferencie „Médiá, spoločnosť, mediálna fikcia“	9
Mediálne kompetencie	11
Médiá a public relations	
Jozef Matúš.....	12
Modelovanie a analýza masmediálnych (textových) informácií	
Eduard Kostolanský.....	16
Úloha médií pri regionálnom rozvoji	
Tibor Mikuš	20
Rozhlasové vysielanie a mladý poslucháč	
Juliána Lalahová.....	22
Metóda a techniky využívania virtuálnej skutočnosti v umeleckom vzdelávaní v medzinárodných tímoch	
Małgorzata Łuszczak, Remigiusz Kopocze	25
K etickému vzdelaniu žurnalistov	
Anna Remišová.....	28
K dvom typom komunikácie na univerzite	
Slavomír Gálik	31
Programová štruktúra komerčných rozhlasových staníc	
Renáta Cenková.....	34
Žánrový výskum vybraných reality TV programov na Slovensku	
Peter Mikuláš	39
Písmo v trefom tisícročí	
Andrea Koltaiová	46
Médiá ako prostriedok interkultúrneho dialógu	
Eva Henčeková	51
Informačné a informatické kompetencie mediálnych pracovníkov	
Eva Poláková	54
Novinárske postgraduálne štúdium ako forma celoživotného vzdelávania	
Imrich Jenča	56
CMC ako broadcast code súčasnosti?	
Barbora Mochňacká	59
Realita rozhlasového spravodajstva	
Viera Smoláková.....	62
Recenzia ako produkt a nástroj mediálneho priemyslu	
Blažena Garberová	65
Stereotyp ako interpretačná skratka	
Dana Petranová, Alexander Plencner.....	68
Z historických pohľadov na kompetencie v novinárstve, alebo Charles Anderson Dana a jeho umenie robiť noviny	
Juraj Vojtek	75
Masmédiá a kultúrny priemysel.....	79
O výraze masmediálneho komunikátu	
Štefan Gero.....	80
Sociálne významy v mainstreamovom filme	
Alexander Plencner.....	85
Televízni publika športovních pořadů z genderové perspektivy	
Jana Pokorná	95
Rebranding v médiách	
Ľudmila Čábyová	102
Slovenská identita v súčasnom českom filme	
Jana Dudková	105
Fanfiction – demokratický žáner	
Viera Nováková.....	108

K problematice vizuální gramotnosti	
Martin Foret.....	113
Fenómén spätnej väzby v rozhlasovej komunikácii	
Viera Lehoczká	119
Mládež ako publikum médií	
Norbert Vrabec	126
Marketing a HCS model 3E v priemyselných podnikoch po vstupe Slovenska do EÚ	
Karol Hatiar, Peter Sakál, Thomas M. Cook	131
Blogy – komunikácia bez hraníc	
Anna Štefančíková	134
Úloha médií pri regionálnom rozvoji	
Dušan Guľan	141
Formálne komunikačné nástroje a marketingová komunikácia	
Miroslava Szarková, Alexandra Drgová, Oľga Ružičková	143
Komunikační náležitosti environmentální problematiky a její odezva v mediální realitě Ostravska	
Pavel Herot	145
Cena a kvalita v rozhodovacom procese spotrebiteľa	
Jakub Kintler, Iveta Kufelová	152
Internet jako zdroj informací v oblasti komunikace automobilových značek	
Hana Jahodová	156
Vztahy s médiami pri budovaní novej značky	
Jana Matúšová.....	161
Image značky v posouzení expertů	
Dušan Pavlů.....	164
Feminné kontra maskulínne v mediálnej kultúre	
Hana Pravdová.....	168
Postoje mladých ľudí k marginálnym skupinám spoločnosti	
Elena Hradiská, Alojz Ritomský	172
Mediálna fikcia	179
Kde bolo, tam (ne)bolo: o narábaní s realitou a fikciou v mediálnom prostredí	
Juraj Rusnák	180
Identita a spoločnosť – vzájomný vzťah	
Martin Solík.....	184
Manipulácia a politická propaganda ako nástroj mediálnej fikcie	
Barbora Dudášová.....	189
Prečo nepotrebujeme verejnoprávne médiá?	
Miloš Mistrík	193
Kultivujúce hodnoty verzus zábava v spravodajstve	
Vlasta Hochelová	196
The language of SMS	
Serge Vanvolsem.....	201
Hudba ako mediálna fikcia	
Miloslav Blahynka	205
Vzájomná komunikácia a výstavba informácie v kyberpriestore	
Katarzyna KroczeK-Wasińska	208
Mediálny mýtus – mediálna mystifikácia	
Spálová Lucia	211
Homogénnosť reklamnej produkcie a mediálna fikcia	
Andrea Urbanová	216
Straty a nálezy pri rozhlasovom spracovaní literárneho diela	
Dagmar Sabolová-Princic.....	221
O zvädzaní	
Andrej Rozemberg.....	225
K otázke interpretačných možností textu	
Ján Višňovský	228

Médiá ako prostriedok fikcie v dráme Viliama Klimáčka	232
Elena Knopová	232
Žiarivé oko obrazovky a detský divák	236
Mária Mešťánková	236
Kto je kto: positioning v televíznom spravodajstve	239
Michal Bočák	239
<i>Médiá a politika</i>	247
Nový tlačový zákon a jeho dopad na mediálny systém Slovenskej Republiky	248
Jaroslav Chovanec	248
Politická manipulácia a médiá	254
Ivan Dubnička	254
Formy obmedzovania slobody prejavu v demokratických krajinách	258
Eduard Chmelár	258
Rola moderátora v politickej diskusnej relácii	262
Zora Hudíková	262
Media stereotyping – national and cultural stereotypes in media	266
Marína Trnková	266
Politikum novinára	268
Andrej Tušer	268
Internacionalizácia mediálnej komunikácie	271
Samuel Brečka	271
Klaus nebo Švejnar? Prezidentská voľba v českých médiách jako ritualizované melodrama	275
Jaromír Volek	275
Postmoderná volebná kampaň už aj na Slovensku?	281
Radoslav Štefančík	281
Československá exilová periodika po srpnu 1968 jako výraz dramatické proměny politické situace v ČSSR	285
Petr Orság	285
Práva a povinnosti médií v právnom systéme Slovenskej Republiky	291
Denisa Jánošová	291
Úlohy masovokomunikačných prostriedkov – teória a prax	294
Jaroslav Janků	294
Politická ekonomie nedůstojnosti: mediální diskurz o volbě prezidenta ČR	296
Jan Miessler	296
Rola médií vo vzťahu štát a cirkev	300
Eva Poláková	300
Ideológia globalizácie a zmeny komunikačného priestoru	306
Jozef Darmo	306
Mediálne kľúče i pakľúče politikov k srdciam svojich voličov	312
Eva Jaššová	312
Koexistencia médií a politiky	315
Jana Porubcová	315
Interpretácie deviácií demokracie	318
Hana Pravdová	318
Nový tlačový zákon ako prostriedok ochrany ľudských a občianskych práv a slobôd	323
Soňa Krištofová	323
Masmédiá a politické strany – podoby a diferencie	326
Martin Svatuška	326
K problematike politikuma a role masmédií ako politickej sily	331
Peter Grečo	331
Politika a mediální diskurs	337
Jiří Bystřický	337