

MASOVÁ KULTÚRA II
Pokyny na vypracovanie seminárnej práce
pre študentov 5. ročníka, zimný semester 2009/2010
Vyučujúci: PhDr. Alexander Plencner

Obsahová stránka:

Téma seminárnej práce: Témou seminárnej práce je kritická analýza vybraného fenoménu z oblasti masovej a populárnej kultúry, pokus o riešenie vybraného problému alebo profil vybraného teoretika. Návrh okruhov tém nasleduje za metodikou vypracovania seminárnej práce v tomto dokumente.

Forma seminárnej práce: Seminárna práca musí byť napísaná vo forme **odbornej state** a náležite štruktúrovaná (abstrakt, úvod, jadro, záver, zoznam použitej literatúry).

Obsah seminárnej práce: Seminárna práca bude obsahovať tieto časti:

1. obálka
2. abstrakt (15-20 riadkov) a kľúčové slová
3. úvod (základná charakteristika fenoménu, problematiky, kontextu, formulovanie problému)
4. jadro (metodika postupu a riešenie problému – charakteristika použitých bibliografických prameňov z hľadiska otázok, ktoré ste si v úvode položili, formulovanie hypotéz, vlastná analýza, argumentácia ku všetkým tvrdeniam, ktoré v práci predkladáte)
5. záver (uviedenie zistení, ku ktorým ste dospeli a zároveň podmienok, za akých sú platné, zhodnotenie východiskových predpokladov)
6. zoznam použitej literatúry
7. prílohy (ak sa ich rozhodnete použiť)

Text práce je možné členiť na podkapitoly. „**Jadro**“ sa osobitne nevyčleňuje pod **samostatným nadpisom**. Namiesto neho sa zvyknú uvádzať príslušné podkapitoly. Inou možnosťou riešenia je neuvádzať nadpisom ani úvod a záver. Všetky tri časti sa však musia v texte práce vyskytovať (prvý odstavec potom predstavuje úvod, posledný zase záver). V seminárnej práci **nie je potrebné uvádzať obsah**, ten má zmysel iba pri dlhších textoch (monografie, zborníky a pod.).

Formálna stránka:

Rozsah: 5 normostrán (1750 slov a viac). Do rozsahu práce sa **neráta** obálka, abstrakt, zoznam použitej literatúry a prílohy. Na konci práce (za záverom) **treba uviesť počet slov**.

Obálka: Uved'te Vaše meno, ročník, formu štúdia (napr. masmediálna komunikácia – denní alebo masmediálna komunikácia – externí), predmet. **Uvedenie formy štúdia, teda skutočnosti, či ste denní alebo externí, je nutné, aby sa mi Vaše seminárne práce nepomiešali!** Nezabudnite tiež napísať názov témy, ktorú ste si vybrali.

Úprava: Times New Roman, veľkosť písma 12; riadkovanie 1,5; okraje 2,5 cm (štandardná úprava)

Práca s literatúrou a zoznam použitej literatúry: Zoznam použitej literatúry obsahuje **všetky** pramene, s ktorými ste pracovali. „Použitie literatúry“ znamená, že s bibliografickými prameňmi **budete pracovať v texte**, teda budete ich citovať a parafrázovať. **Zoznam použitej literatúry preto nemôže obsahovať pramene, ktoré nie sú v práci citované.** Jeho funkciou je dokumentovať a dosvedčiť, z ktorých textov ste skutočne vychádzali. Nemá byť iba „na okrasu“.

Zoznam použitej literatúry musí obsahovať **najmenej 5 položiek, pričom aspoň 2 položky budú tvoriť knižné monografie. Aspoň 1 odborný článok alebo štúdia zo zoznamu použitej literatúry (print alebo internet) musí byť v cudzom jazyku.** Samozrejme, pôjde o jazyk, ktorý ovládate, teda angličtinu, nemčinu, francúzštinu alebo ruštinu... Pri práci s internetovými prameňmi platí nasledovné pravidlo: používate iba také pramene, pri ktorých je uvedený **autor alebo inštitúcia a názov dokumentu.** Odporúčam pracovať najmä s článkami/štúdiami. Nepracujete s **anonymnými krátkymi informatívnymi textami** z internetu! (nemajú nijakú výpovednú hodnotu). Zároveň platí **zákaz čerpať a citovať akékoľvek informácie zo študentských stránok** (www.referaty.sk, www.seminarky.sk a pod.)!

A. Zápis knižnej publikácie:

PRIEZVISKO, Meno. Rok. *Názov monografie*. Mesto : Vydavateľstvo, rok.

Príklad:

BAUMAN, Zygmunt. 1995. *Úvahy o postmoderní době*. Praha : Sociologické nakladatelství, 1995.

B. Zápis článku, eseje v zborníku:

PRIEZVISKO, Meno. Rok (rok vzniku článku – ak nie je známy, tak rok vydania zborníka). „Názov článku.“ In: PRIEZVISKO, Meno. Rok. *Názov monografie*. Mesto : Vydavateľstvo, rok, strany (celkový rozsah strán, na ktorých je publikovaný článok alebo esej).

Príklad:

BENNETT, Tony. 1986. „Popular culture and ‚the turn to Gramsci‘.“ In: BOYD-BARRETT, Oliver – NEWBOLD, Chris. eds. 1995. *Approaches to media. A reader*. London : Arnold, 1995, s. 348-353.

C. Zápis kapitoly v monografii:

PRIEZVISKO, Meno. Rok. „Názov kapitoly.“ In: *Názov monografie*. Mesto : Vydavateľstvo, rok, strany (celkový rozsah strán, na ktorých je publikovaná daná kapitola).

Príklad:

MARCUSE, Herbert. 1991. „Vítězství nad nešťastným vědomím: represivní desublimace.“ In: *Jednorozměrný člověk*. Praha : Naše vojsko, 1991, s. 66-82.

D. Zápis článku v časopise:

PRIEZVISKO, Meno. Rok. „Názov článku.“ In: *Názov časopisu*. Rok, ročník, číslo (tieto tri údaje sa však zvyknú písať v tom poradí, v akom sú uvedené na obálke časopisu), strany.

Príklad:

TÍŽIK, Miroslav. 2001. „Dominancia dominujúceho Pierra Bourdieua.“ In: *KINO-IKON*. 2001, roč. 5, č. 1, s. 149-151.

E. Zápis internetového prameňa:

PRIEZVISKO, Meno. Rok. „Názov článku.“ [online]. In: *Názov stránok, serveru, portálu, originálneho zdroja*. [citované rok-mesiac-deň]. Dostupné na: <http://www.nazovservera.sk/xyz.htm>

Príklad:

CARNIE, Joseph. „Talking to the Centre: Different Voices in the Intellectual History of the Centre for Contemporary Cultural Studies (CCCS).“ [online]. In: *Gateway. An Academic Journal on the Web*. [citované 2005-10-14]. Dostupné na: <<http://grad.usask.ca/gateway/archive21.html>>

Ak nie je známy autor alebo jeho uvedenie nie je podstatné:

Názov stránok, serveru, portálu. [online]. [citované rok-mesiac-deň]. Dostupné na: <<http://www.nazovservera.sk/xyz.htm>>

Príklad:

Introduction to the Frankfurt School. [online]. [citované 2005-10-14]. Dostupné na: <<http://home.cwru.edu/~ngb2/Pages/Intro.html>>

Poznámka: Internetové adresy musia byť zapísané v takej forme, aby boli funkčné (budem si ich overovať).

Citovanie: V seminárnej práci je **nutné dodržať korektné citovanie a parafrázovanie** všetkých použitých zdrojov vrátane internetu. **V práci musíte pracovať s citátmi a parafrázami!** Prácu bez citátov a parafráz nemožno považovať za odborný text.

Citovanie a parafrázovanie slúži na to, aby ste ukázali, ako viete pracovať s odbornou literatúrou a či si na jej podklade viete vytvoriť vlastný názor a odborné stanovisko. Kompetentne sa vyjadriť k nejakému fenoménu alebo problému nie je možné bez toho, aby ste vopred preštudovali, ako o ňom pred Vami premýšľali iní odborníci. Pomocou práce s bibliografickými prameňmi (a ich citovaním) totiž zistíte, čo sa už o téme vie a neopakujete známe myšlienky. Na základe poznania odbornej literatúry sa potom môžete sústrediť na nevyjasnené a sporné otázky. Literatúra Vám tiež pomôže ujasniť si názor na daný fenomén alebo problém.

Citácia je zápis citovaného alebo parafrázovaného prameňa v texte seminárnej práce. Môže mať formu **skráteneho zápisu** alebo **poznámky pod čiarou**. **Citácia nasleduje vždy za citátom alebo parafrázou.** Píše sa buď bezprostredne ako skrátenejší zápis v zátvorke alebo ako odkaz na poznámku pod čiarou vo forme horného indexu, napr. „³“).

Príklad na citáciu vo forme skráteneho zápisu priamo v texte:

(Bourdieu 2001, s. 156)

Príklad na citáciu vo forme poznámky pod čiarou:

³ BOURDIEU, Pierre. 2001. „O televízii (I).“ In: *KINO-IKON*, 2001, roč. 5, č. 1, s. 156.

Poznámka: Pramene zapísané v citáciách musia byť uvedené aj v zozname použitej literatúry so všetkými bibliografickými údajmi.

Príklad na dva pramene v zozname použitej literatúry:

BOURDIEU, Pierre. 1998. *Teorie jednání*. Praha : Karolinum, 1998.

BOURDIEU, Pierre. 2001-2002. „O televízii.“ In: *KINO-IKON 1-2/01, 1/02*. Bratislava : Slovenský filmový ústav, 2001-2002, s. 156-165, 89-100, 126-144.

Citát je myšlienka alebo informácia prevzatá v pôvodnom znení, t. j. od slova do slova. Citát dávate do úvodzoviek, za ktorými nasleduje prameň, z ktorého ste ho prevzali. Pri citáte v rozsahu štyri riadky a viac citovaný text samostatne odsadíte (pred citovaným textom a za

ním vynechávate riadok), pričom už nemusíte použiť úvodzovky, pretože z úpravy je jasné, že ide o citát.

Príklad na krátky citát:

Záber je základný vyjadrovací prostriedok filmu zobrazujúci určitý výsek reality. Je to minimálna jednotka filmovej montáže, ktorá má pre diváka artikulovaný význam a je preto „základným nositeľom významov filmového jazyka“ (Lotman 1984, s. 25). Záber je ohraničený v časovej i priestorovej následnosti. Spojením záberov do jedného ohraničeného celku vzniká kompletne filmové dielo.

Príklad na dlhší citát:

Perspektivizmus je filozofický koncept, ktorý tvrdí, že každý hodnotový systém a pohľad na skutočnosť vychádza z určitej perspektívy. Koncept sa opiera o dielo filozofa Friedricha Nietzscheho. Nietzsche ho chápal ako epistemologickú pozíciu, podľa neho neexistuje objektívne, nezaujaté poznanie, ale každé poznanie je už určitou interpretáciou. Filozof sociálnych vied Brian Fay aktualizuje perspektivizmus v kontexte sociálnych vied. Perspektivizmus podľa neho:

...tvrdí, že každé epistemologické snaženie – vrátane vedy – vychádza z hľadiska definovaného jeho vlastnými intelektuálnymi a politickými záväzkami a záujmami. Podľa perspektivizmu nemôžeme „priamo“ preniknúť do ničoho a už vôbec nie do Reality. Každé porozumenie je porozumením z určitej perspektívy (Fay 2002, s. 12).

Základné koncepty a predpoklady, z ktorých vedec vychádza, deformujú jeho vnímanie. Avšak poznanie reality bez akýchkoľvek záväzkov a záujmov nie je možné, dokonca i hypotetická snaha o „nezaujaté porozumenie“ je už určitým záujmom (zámer byť „nezaujatý“) a tiež záväzkom (snaha „porozumieť“).

Parafráza je voľne prevzatá myšlienka alebo informácia. Parafrázovať znamená „voľne prerozprávať“. Parafrázu používate vtedy, ak chcete tlmočiť myšlienku alebo informáciu z nejakého prameňa, ale pôvodný text je príliš dlhý alebo formulácie v ňom sú ťažko zrozumiteľné. Parafrázu píšete **vlastnými slovami**, ale keďže myšlienka **nie je Vaša**, musíte za parafrázou **uviesť prameň**, z ktorej ste ju prevzali. Parafráza sa nedáva do úvodzoviek. Parafrázu **nepíšete tak, že prepisujete citát**, teda kamuflujete od slova do slova prevzatý text! Parafráza sa najlepšie tvorí tak, že si dvakrát pozorne prečítate časť nejakého textu, potom ho odložíte a hlavnú myšlienku textu, ktorú ste si zapamätali, napíšete vlastnými slovami. **Zmyslom parafrázy** je jasnejšie vysvetliť podstatnú myšlienku preberaného textu alebo takúto myšlienku komentovať, či uvádzať do širších súvislostí.

Príklad:

Pôvodný text:

„...populárne znamená ‚ľudové‘, keďže to, čo je medzi ľuďmi populárne, vyviera z ich záujmov a slúži im. Významy a potešenia, ktoré sa nachádzajú v tom, čo je populárne, cirkulujú v kultúrnom kapitáli, ktorý je na ekonomickom kapitáli relatívne nezávislý. Popularita je tu meradlom toho, do akej miery dokáže daná podoba kultúry uspokojiť túžby svojich spotrebiteľov. Vzhľadom na to, že sociálna situácia spotrebiteľov sa líši od sociálnej situácie producentov, ich záujmy sú tiež rozdielne a často sa dostanú do konfliktu. (...) Ak má kultúrna komodita uspieť, musí vyhovieť súčasne záujmom ľudí, medzi ktorými je populárna, i záujmom jej producentov“ (Fiske 1987, s. 5).

Parafráza:

Fiske zaviedol termíny „významy“ a „potešenia“ ako zvláštne kvality komodít populárnej kultúry. Oceňuje Bourdieuvu teóriu vzťahu kultúry a spoločnosti, ale odmieta jeho myšlienku o tom, že rôzne formy kapitálu cirkulujú v spoločnosti rovnakým spôsobom. Kultúrny kapitál je podľa neho relatívne nezávislý. Myslí si, že kultúru nemožno vlastniť, ani predávať, ale skôr aktívne vytvárať z toho, čo je dostupné na trhu. Fiske tvrdí, že na to, aby sa nejaká kultúrna komodita mohla stať populárnou, musí korešpondovať nielen so záujmami publika, ktoré ju spotrebúva, ale rovnako aj so záujmami producentov, ktorí ju vyrábajú (Fiske 1987, s. 5). V tejto perspektíve sa už s kultúrou nenarába ako s predmetom, ale ako s procesom. Na jej celkový charakter majú oveľa väčší vplyv záujmy rozličných skupín ako vlastnícke vzťahy.

Grafika: do textu práce nepatrí akákoľvek „skrásľujúca“ grafika – fotografie produktov, portréty teoretikov, obrázky z filmu a podobne. Grafiku však použiť môžete, ak sa na ňu odvolávate pri Vašej analýze (napríklad pri rozbere produktov, časopisov, reklamy, filmu). V takom prípade fotografie, kresby, maľby, kópie reklamných materiálov a pod. použijete **v prílohách práce**.

Jazyková stránka: Práca musí spĺňať štandardnú jazykovú úroveň, nesmú v nej byť hrubé gramatické chyby. Je vhodné si po sebe prácu pred odovzdaním prečítať, prípadne dať ju prečítať niekomu inému kvôli kontrole chýb.

Úprava textu a štylistika: Seminárna práca musí mať dobrú štylistickú úroveň. Používajte celé, rozvinuté a zmysluplné vety, nepíšte text „formou odrážok“, akoby išlo o poznámky z vyučovania. Treba si dať pozor na prehľadnú úpravu práce (grafická celistvosť textu), logické myšlienkové členenie textu, používanie odstavcov (nová myšlienka alebo téma by mala byť v novom odseku, nemali by ste písať bloky textu na celú stránku bez jediného odseku, rovnako nepoužívajte enter po každej jednej vete až troch vetách). Odbornosť v texte sa nedosahuje prehnaným používaním cudzích slov (tzv. „vedecký žargón“), ale skôr logickým postupom a spôsobom riešenia problému (kvalitou argumentácie). Používajte iba také odborné termíny, v ktoré sú v našom odbore nevyhnutné. Vyhýbajte sa štylizácii v slovnom prejave (**markantný, signifikantný, kreuje, fundamentálne, precizovať, atď.**). Vyhýbajte sa aj opačnému extrému: patetickému, vzletnému štýlu, ktorému chýba myšlienkový základ.

Odovzdanie prác: Práca je nutné odovzdať vo **vytlačenej (printovej) podobe**. Nemôžem akceptovať texty zaslané internetom, pretože práce si musím „fyzicky“ archivovať.

Metodika vypracovania:

Základný postup pri písaní práce: Hlavná zásada je: **nepíšete voľnú úvahu**, ale analyzujete fenomén alebo riešite nejaký problém. Využívate metódy analýzy (opis, charakteristika, klasifikácia, komparácia a pod.), interpretácie, vychádzate z určitých definícií a rozvíjate vlastnú hypotézu. **V práci musíte definovať všetky dôležité pojmy a kategórie, s ktorými pracujete.** Opierate sa o **argumenty**, nie o vlastné pocity, **nestačí napísať tzv. „vlastný názor“!** Vlastný názor ukazujete v spôsobe formulovania problémov, v metóde práce s prameňmi, v argumentácii, v komentároch, v záveroch a v ich zdôvodňovaní. V seminárnej práci by ste mali preukázať schopnosť **samostatného kritického myslenia**, schopnosť využívať myšlienky iných autorov a tvorivo na ne nadväzovať. Odborná stať je čímsi ako dokumentáciou Vášho jedinečného spôsobu myslenia. Seminárna práca by mala preukázať: 1. ako ste sa vysporiadali s myšlienkami a názormi iných autorov o určitom probléme, 2. ako ste o tomto probléme premýšľali Vy. **Seminárna práca nie je referát**, každý text by mal priniesť jedinečné riešenie nejakého problému, alebo aspoň originálny pohľad či interpretáciu. Text, ktorý neposúva súčasné dosiahnuté poznanie nikam ďalej alebo sa o to ani nepokúša, nie je odborným textom, ale iba nadbytočným „komentárom“.

Abstrakt: Abstrakt je stručnou informáciou o cieľoch, obsahu a záveroch seminárnej práce. V abstrakte sa musím dozvedieť najpodstatnejšie informácie o seminárnej práci, najmä o tom, čo nové prináša. Abstrakt musí byť napísaný tak, aby bol zrozumiteľný aj bez čítania samotnej práce. Nesmie v ňom byť nič, čo nemožno nájsť v seminárnej práci. Z abstraktu musí byť jasné, akému problému sa v práci venujete a k akému záveru ste dospeli (Šanderová 2006, s. 135-136). Abstrakt sa píše v tretej osobe.

Úvod: V úvode seminárnej práce treba vytýčiť fenomén alebo problematiku, ktorou sa budete zaoberať, uviesť čitateľa (mňa) do kontextu. Je vhodné stručne informovať o tom, čo sa doteraz o tejto téme napísalo, čo sa podarilo vyriešiť a ktoré okruhy boli vyriešené neuspokojivo. Potom treba uviesť, ako a čím chcete k tejto téme prispieť Vy. Z úvodu musí vyplývať, na ktorých autorov (teórie, metódy) práca nadväzuje a ku ktorému teoretickému smeru, prístupu sa hlási. Užitočnou súčasťou úvodu je informácia o postupe riešenia, spôsobe výkladu, ktorým budete postupovať. V takom prípade rozdelíte problém do čiastkových otázok, zdôvodníte ich usporiadanie a naznačíte k akému záveru bude smerovať Váš výklad (Šanderová 2006, s. 62).

Jadro: V jadre seminárnej práce sa venujete analýze fenoménu, riešeniu problému, analýze a interpretácii diel nejakého teoretika (ak píšete profil). V tejto časti textu najprv píšete o metódach, ktoré ste si zvolili a vysvetľujete ich. Môžete napríklad stručne vysvetliť teórie, z ktorých budete vychádzať, načrtnete postup, ktorým sa budete uberať Charakterizujete použité bibliografické pramene z hľadiska otázok, ktoré ste si v úvode položili (Šanderová 2006, s. 65) a komentujete ich. Pri písaní práce spočiatku vychádzate z intuitívnej znalosti problematiky, neskôr však svoju intuíciu overujete a pretvárate do podoby hypotézy. Túto hypotézu postupne testujete. Ku všetkým tvrdeniam, ktoré v práci predkladáte, musíte doplniť príslušné argumenty (niekedy sa v argumentácii opierate o dáta alebo odborné texty). Nestačí napísať, že sa nejaká vec javí tak alebo onak alebo že má nejaké vlastnosti, ale treba pokúsiť vysvetliť **prečo** je to tak. Vyhýbajte sa vágnym konštatovaniam, využívajte indukciu (z jednotlivostí vyvodzujte všeobecné závery) a dedukciu (pokúste sa z teórie vyvodzovať možné konkrétne dôsledky v určitej situácii). Je vhodné uvádzať príklady a problematiku alebo fenomén skúmať vždy v nejakom kontexte.

Záver: Záver by mal obsahovať krátke zhrnutie Vašich najdôležitejších zistení a komentár k týmto zisteniam. V závere mechanicky neopakujete to, čo ste už písali v práci, ale uvažujete o význame toho, k čomu ste dospeli. V závere by ste mali zhodnotiť predpoklady, z ktorých ste vychádzali pri písaní seminárnej práce. Mali by ste ich spresniť, zamyslieť sa nad tým, do akej miery sú platné a ako ich možno spochybníť (Šanderová 2006, s. 65). Vaše závery samozrejme nie sú absolútnou pravdou, ale sú platné iba vtedy, ak sa pozeráte na daný fenomén alebo problematiku z určitého uhla pohľadu – perspektívy.

Chyby, ktorých sa treba vyvarovať:

- Nekonštatujte triviality. **Vyhýbajte sa frázam** („masmédiá sú neodmysliteľnou súčasťou našej spoločnosti“, „masová kultúra je fenomén 20. storočia“, „žijeme v dobe globalizácie“). Nepíšte do práce vety, ktoré neobsahujú žiadnu informáciu, nemajú nijakú myšlienkovú hodnotu.
- **Kritika neznamená pranierovanie.** Nepíšte „odsudzujúce“ komentáre, nevyjadrujte sa posmešne („Nenásytní producenti masovej kultúry ignorujú kultúrne potreby človeka, namiesto toho krmia tupé masy trápnou, zdeformovanou komerčnou kultúrou, ktorá nemá nijakú hodnotu.“).
- Buďte opatrní pri formulovaní vlastného názoru. **Nestačí napísať to, čo si myslíte**, ak to neviete zdôvodniť, podoprieť argumentom a zovšeobecniť („Abstraktné výtvarné umenie niektorí považujú za vysokú kultúru, ale ja si myslím, že namaľovať zopár čiar a ťakovie je nijaké umenie, dokázal by to každý. Je to gýč, ktorý sa iba tvári, že niečím viac.“).
- **Premýšľajte o tom, či to, čo píšete, je naozaj pravda.** Tzv. prvý dojem, ktorý získate alebo prvá myšlienka, ktorá Vás napadne, bývajú väčšinou zavádzajúce alebo priam nepravdivé („Niektorí považujú romány D. Steelovej za umenie, iní ich odsudzujú ako

gýč“ – nikto nepovažuje romány D. Steelovej za umenie; tí, čo ju čítajú, sa za to dokonca niekedy ospravedlňujú).

- **Nepreberajte z iných prameňov celé odstavce, dokonca strany** s tým, že zdroj vyznačíte až na konci celej takto prevzatej pasáže. Je to plagiovanie. Citujú alebo parafrázujú sa iba krátke pasáže textu. Množstvo citovaného a parafrázovaného materiálu nesmie presiahnuť Váš vlastný text. Neprepisujte dlhé citáty na kamuflované „parafrázy“.
- „**Nelepte“ jeden citát bezprostredne za druhým.** Vyberajte si len informácie a myšlienky, ktoré sa Vám zdajú podstatné a nezabudnite ich komentovať, ak je to potrebné. Rozmýšľajte, či následnosť citátov korešponduje s následnosťou myšlienok a tém vo Vašom texte (na konci práce nemá zmysel uvádzať citát k problému, ktorému ste sa venovali na začiatku). Necitujte hneď všetko, na čo Vás narazíte. Materiál tried'te.
- Dbajte na **myšlienkovú celistvosť textu.** Nevenujte jednej čiastkovej téme priveľa priestoru a inej primálo, neskáčte z myšlienky na myšlienku. Skúste si pri písaní urobiť malú osnovu a ujasnite si, koľko priestoru chcete každej zo zamýšľaných tém alebo problémov venovať. Vyčleňte zodpovedajúci priestor pre úvod, jadro i záver. Nepredlžujte, ani príliš neskracujte žiadnu z týchto častí.

Ďalšia literatúra:

Podrobnejšie o metodike písania odborného textu (seminárnej práce) píše už spomínaná Jadwiga Šanderová:

ŠANDEROVÁ, Jadwiga. 2005. *Jak číst a psát odborný text ve společenských vědách*. Praha : Sociologické nakladatelství, 2005.

Metodikou príručkou, ktoré môžete využiť, je aj:

MEŠKO, Dušan – KATUŠČÁK, Dušan – FINDRA, Ján et al. 2005. *Akademická príručka*, 2. upravené a doplnené vydanie. Martin : Osveta, 2005.

Príklad dlhších odborných textov nájdete v:

BINKOVÁ, Pavlína – VOLEK, Jaromír. eds. 2004. *Média a realita 4*, Sborník prací Katedry mediálních studií a žurnalistiky. Brno : Masarykova univerzita., 2004.
- dispozícii v knižnici FMK

Výklad pojmov v tejto metodike, ktorým ste **nerozumeli** (analýza, interpretácia, argument, argumentácia, hypotéza, indukcia, dedukcia, metóda, kritické myslenie) si môžete pozrieť v bežne dostupných učebniciach filozofie, logiky, vo filozofických slovníkoch alebo na internete, napríklad na:

FILIT, Otvorená filozofická encyklopédia. [online]. Dostupné na: <<http://www.ii.fmph.uniba.sk/~filit>>

Encyklopédia vydavateľstva *Young Scientist*. [online]. Dostupné na: <<http://www.ys.sk/ency.php>>

Wikipédia. Slobodná encyklopédia. [online]. Dostupné na: <<http://sk.wikipedia.org/>> – Filozofický materiál je väčšinou prevzatý z FILITu.

Známka za seminárnu prácu:

Na získane dobrej známky (A – výborne, B – veľmi dobre) je potrebné dodržať všetky formálne náležitosti (korektný zápis citácii a práca s nimi, jazyková úroveň) a úspešne

zvládnuť metodickú stránku vypracovania práce (logické členenie a postupnosť). Najlepšiu známku získavajú práce s **vlastným, jedinečným a vyargumentovaným pohľadom autora**.

Známkou C – dobre, D – uspokojivo a E – dostatočne budú ohodnotené práce, v ktorých sa budú vyskytovať rôzne formálne alebo metodické nedostatky, resp. ktoré budú dosahovať priemernú alebo slabšiu obsahovú a myšlienkovú úroveň.

Známkou Fx – nedostatočne budú ohodnotené práce, ktoré:

- budú mať nepôvodný obsah (plagiáty) a porušia etiku a techniku citovania (napríklad práce sčasti alebo celkom opísané z internetu, článkov a monografií, práce s neuvodenými alebo zle uvedenými citátmi a parafrázami);
- nebudú obsahovať zoznam použitej literatúry;
- nebudú obsahovať citáty a parafrázy (práca bez citácií);
- budú v nich hrubé gramatické chyby
- nebudú sa týkať predmetu „masová kultúra“

Návrh okruhov tém:

Môžete si zvoliť ľubovoľnú tému zo zadaných okruhov. Po dohode so mnou si môžete tému modifikovať alebo si navrhnúť vlastnú. Názov témy je možné spresniť podtitulom (výber určitého problému z danej témy).

Názov témy. Zameranie/metóda riešenia.

Highbrow, lowbrow, middlebrow. Analýza a porovnanie. (Analýza a porovnanie diel z troch rôznych úrovní kultúry vo vybranej oblasti umenia – literatúra, film, divadlo, hudba, tanec).

Masová kultúra, populárna kultúra, ľudová kultúra. Charakteristika a porovnanie. Analýza hlavných znakov a ich dokumentácia na konkrétnych produktoch a voľnočasových aktivitách.

Porovnanie frankfurtskej a birminghamskej školy. Komparácia ideových východísk, teórií a preferovanej metodológie.

Reflexia médií v diele Umberta Eca.

*Profil filozofia Ericha Fromma.**

*Profil filozofa Gillesa Lipovetského.**

*Profil filozofa Jeana Baudrillarda.**

*Profil filozofa, sociológa a estetika Theodora Adorna.**

*Profil sociológa Pierra Bourdieua.**

*Profil pedagóga Neila Postmana.**

* Seminárna práca s témou „profil“ si vyžaduje od poslucháča znalosť minimálne jedného titulu od vybraného teoretika (teda musíte mať od neho prečítanú aspoň jednu publikáciu).

*Profil teoretika médií a kultúry Johna Fiskeho.**

*Profil mediológa Marshalla McLuhana.**

Problémy štandardizácie a technickej reprodukovateľnosti v súčasných kultúrnych produktoch.

Kultúra v trhovom systéme. Analýza vplyvu ekonomických faktorov na podobu súčasnej kultúry.

Estetická štruktúra gýča. Analýza charakteristických znakov a ich dokumentácia na produktoch z vybranej oblasti umenia (literatúra, film, divadlo, hudba).

Mediálna kultúra a publikum – homogénnosť alebo heterogénnosť? Dokumentácia na konkrétnych príkladoch.

Aktívne a pasívne publikum mediálnej kultúry. Reflexia dvoch modelových užívateľov mediálnej kultúry.

Vzťah ideológie a zábavy v masovej kultúre. Dokumentácia na konkrétnych produktoch a voľnočasových aktivitách.

Mainstream versus subkultúry. Dokumentácia na konkrétnych produktoch a voľnočasových aktivitách.

Komparácia spôsobu života stredných a vysokých vrstiev na Slovensku. Aplikácia Bourdieuovej teórie odlišnosti v slovenskom kontexte. Porovnanie hodnôt, politických názorov, bývania, rodinných modelov, kariéry, trávenia voľného času (šport, návšteva kultúrnych podujatí, atď.), preferovaných médií u stredných a vysokých vrstiev na Slovensku.

Buržoázni bohémovia. Analýza javu na Slovensku. Aplikácia Brooksoveho konceptu „buržoázných bohémov“ v slovenskom kontexte.

Podoby kultúry pre mládež. Dokumentácia na konkrétnych produktoch a voľnočasových aktivitách.

Reklama ako nástroj posilňovania identity, sociálnych vzorov a kultúrnych stereotypov. Dokumentácia na konkrétnych produktoch, voľnočasových aktivitách a spoločenských javoch.

Ikonografia pop-kultúry. Analýza znakov, symbolov a idolov na vybraných produktoch pop-kultúry.

Rituálne správanie publika vo vzťahu k novým médiám. Analýza postoja publika k tzv. novým médiám s dôrazom na prvky rituálneho správania.

Narcizmus a hedonizmus v populárnej kultúre. Dokumentácia na konkrétnych produktoch, voľnočasových aktivitách a spoločenských javoch.

Kult celebrít v mediálnej kultúre. Reflexia spôsobov produkcie a konzumácie mediálnych celebrít.

Reklama kozmetického priemyslu v časopisoch životného štýlu a narcizmus. Semiotická analýza a komparácia vybraných reklám z časopisov životného štýlu (lifestyle magazínov).

Voyeurizmus a fetišizmus v mediálnej kultúre. Aplikácie teórie Laury Mulveyovej na vybraných filmových a televíznych dielach.

Maskulinita a femininita v masovej kultúre. Dokumentácia na vybraných televíznych reláciách, filmových dielach, fotografiách, módných produktoch.

Feministická reflexia mediálnej kultúry. Teoretické a politické východiská feministickej kritiky médií, dokumentácia formou prípadovej štúdie (prípadne viacerých štúdií).

Zobrazovanie sexuality a intimity v masovej kultúre a v umení. Dokumentácia a porovnanie na vybraných produktoch.

Každodennosť a masová kultúra. Dokumentácia na konkrétnych produktoch, voľnočasových aktivitách a spoločenských javoch.

Problém recepcie reality show. Dokumentácia na vybraných reláciách (porovnanie sledovanosti, zhodnotenie diváckych ohlasov, názorov psychológov a mediálnych kritikov).

Virtuálna realita, umelecká realita a autentická realita. Analýza a porovnanie. (Analýza a porovnanie vzťahu vybraných produktov masovej kultúry a umenia k realite).

Hyperrealita a simulácia v populárnej kultúre. Aplikácia Baudrillardových konceptov na vybrané produkty populárnej kultúry. Analýza a porovnanie.

Televízia a zvädzanie. Analýza a porovnanie stratégií zvädzania na vyvolanie a udržanie pozornosti televíznych divákov a televízneho publika vo vybraných reláciách.

Fenomenológia televízneho moderátora. Komunikačné stratégie a image televíznej celebrity. Analýza a porovnanie vystupovania vybraných osobností.

Obraz rodiny v masovej kultúre. Dokumentácia na vybraných televíznych reláciách.

Mýty o láske v súčasnej kultúre. Dokumentácia na vybraných produktoch (film, televízia, literatúra).

Mýtus v reklame. Aplikácia Barthesovej koncepcie mýtu na analýzu konkrétnych reklamných produktov.

Archetypy v masovej kultúre. Analýza mýtických vzorov a obrazov vo vybraných produktoch masovej kultúry.

Komunikačné stratégie a prvky interaktivity vo vysielaní hudobnej televíznej stanice MTV.

Komunikačné stratégie v talk show. Analýza vybranej českej alebo slovenskej diskusnej relácie (prípadne viacerých).

Stereotypy v televíznych seriáloch, sitcomoch a telenovelách. Dokumentácia na vybraných reláciách.

Hegemonické významy a potešenia vs. populárne významy a potešenia v televíznom seriáli (sitcome). Aplikácia Hallovej teórie kódovania/dekódovania a Fiskeho konceptu významov a potešení na vybraný televízny seriál alebo sitcom.

Karneval a karnevalizácia v populárnej kultúre. Reflexia významu karnevalu a masovej zábavy v populárnej kultúre.

Telo ako objekt túžby a identifikácie v populárnej kultúre. Analýza zobrazovania tela v populárnej kultúre a spôsobu identifikácie s ním (modeling, wrestling a pod).

Image a propagácia vo fonografickom priemysle. Analýza a porovnanie konkrétnych produktov.

Štruktúra popovej pesničky. (Zvukovosť populárnej hudby, melódia, obsah textov, hudobný štýl a klišé). Analýza a porovnanie konkrétnych titulov.

Semiotika bulvárnej, umeleckej a reportážnej fotografie. Analýza a porovnanie vybraných fotografií.

Semiotika hudobného videoklipu. Analýza a porovnanie vybraných videoklipov.

Zobrazovacie kódy a naratívne konvencie v súčasnom a klasickom komikse. Analýza a dokumentácia na konkrétnych komiksoch.

Ikonografia a narácia v počítačovo animovaných filmoch. Analýza a porovnanie konkrétnych filmových titulov.

Ikonografia a narácia v blokbasterových filmoch. Marketingové stratégie, zobrazovacie kódy a naratívne konvencie. Analýza a porovnanie konkrétnych filmových titulov.

Seriálový hrdina. (Analýza charakteru, výzoru, správania, životných cieľov a hodnotovej orientácie). Porovnanie hlavných hrdinov vo vybraných televíznych seriáloch.

Podoby kyberkultúry na začiatku tretieho milénia. Reflexia kyberkultúry a jej súčasných foriem.

Literatúra

ADORNO, Theodor. 1975. „Cultural Industry Reconsidered.“ In: MARRIS, Paul – THORNHAM, Sue (eds.). 1999. *Media Studies. A reader*. Second Edition. Edinburg : Edinburg University Press, s. 31-37.

ARENDTOVÁ, Hannah. 1994. *Krize kultury*. Praha : Mladá fronta, 1994.

BAGGIO, Antonio M. 1996. *Skrytá tvář. Putování konzumní kulturou*. Praha : Nové město.

BARKER, Chris. 2006. *Slovník kulturních studií*. Praha : Portál, 2006.

- BAUDRILLARD, Jean. 1996. „Praecessio Simulacrorum.“ In : *Host*, 1996, č. 6, s. 3-28.
- BAUMAN, Zygmunt. 1995. *Úvahy o postmoderní době*. Praha : Sociologické nakladatelství, 1995.
- BAUMAN, Zygmund. 2000. *Globalizácia*. Bratislava : Kalligram, 2000.
- BAUMAN, Zygmunt. 2002. *Tekutá modernita*. Praha : Mladá fronta, 2002.
- BARBER, Benjamin. „Jihad Vs. McWorld.“ [online]. In: *The Atlantic Monthly*, volume 269, number 3 (March, 1992). Dostupné na: <<http://www.theatlantic.com/doc/199203/barber>>
- BARTHES, Roland. 2004. *Mytologie*. Praha : Dokořán, 2004.
- BELL, Daniel. 1999. *Kulturní rozpory kapitalismu*. Praha : Sociologické nakladatelství, 1999.
- BENJAMIN, Walter. 1999. *Iluminácie*. Bratislava : Kalligram, 1999.
- BENNETT, Tony. 1986. „Popular culture and the turn to Gramsci.“ In: BOYD-BARRETT, Oliver – NEWBOLD, Chris (eds). 1995. *Approaches to media. A reader*. London : Arnold, 1995, s. 348-353.
- BERGER, Peter L. 1997. „Four Faces Of Global Culture.“ [online]. In: *National Interest*. Issue 49 (Fall 1997). Dostupné na: <<http://bss.sfsu.edu/fischer/IR%20305/Readings/four.htm>>
- BOURDIEU, Pierre. 1998. *Teorie jednání*. Praha : Karolinum, 1998.
- BOURDIEU, Pierre. 2001-2002. „O televízii.“ In: *KINO-IKON 1-2/01, 1/02*. Bratislava : Slovenský filmový ústav, 2001-2002, s. 156-165, 89-100, 126-144.
- BROOKS, David. 2001. *Bobos. Nová americká elita a její styl*. Praha : Dokořán, 2001.
- CAMPBELL, Joseph. 2000. *Tisíc tváří hrdiny*. Praha : Portál, 2000.
- CARNIE, Joseph. „Talking to the Centre: Different Voices in the Intellectual History of the Centre for Contemporary Cultural Studies (CCCS).“ [online]. In: *Gateway. An Academic Journal on the Web*. Dostupné na: <<http://grad.usask.ca/gateway/archive21.html>>
- ECO, Umberto. 1995, 2006. *Skeptikové a těšitelé*. Praha : Nakladatelství Svoboda (1995), Argo (2006).
- ECO, Umberto. 2000. *Mysl a smysl*. Praha : Moraviapress, 2000.
- ECO, Umberto. 2002. *O zrcadlech a jině eseje*. Praha : Mladá fronta.
- ECO, Umberto. 2003. *Babylonský rozhovor*. Bratislava : Kalligram, 2003.
- FISKE, John. 1994. *Reading the Popular*. London, New York : Routledge, 1994.
- FISKE, John. 1996. *Understanding Popular Culture*. London, New York : Routledge, 1996.
- FISKE, John. 1999. „The Codes of Television.“ In: MARRIS, Paul – THORNHAM, Sue (eds.). 1999. *Media Studies. A reader*. Second Edition. Edinburg : Edinburg University Press, s. 220-229.
- FISKE, John. 2001. „Komodity a kultura.“ In: *Revue pro média*, december 2001. [online]. Dostupné na: <http://fss.muni.cz/rpm/Revue/Revue01/archiv_01.htm>
- FISKE, John. 2001. „Karneval a styl.“ In: *KINO-IKON 2/01*. Bratislava : Slovenský filmový ústav, 2001, s. 66-88.
- FREUD, Sigmund. 1990. *O člověku a kultuře*. Praha : Odeon, 1990.
- FROMM, Erich. 2006. *Umění milovat*. Praha : Český klub, 2006.
- GANS, Herbert. 1974. *Popular Culture and High Culture*. New York: Basic Books, 1974.
- GAŽOVÁ, Viera. 2003. *Perspektívy kulturologie*. Acta Culturologica, zv. č. 10. Bratislava : Katedra kulturologie Filozofickej fakulty Univerzity Komenského.
- GAŽOVÁ, Viera. 2003. *Súradnice kultúry*. Trnava : Fakulta masmediálnej komunikácie Univerzity sv. Cyrila a Metoda.
- GIDDENS, Anthony. 1998. *Důsledky modernity*. Praha : Sociologické nakladatelství, 1998.
- GIDDENS, Anthony. 1999. *Sociologie*. Praha : Argo.
- GREENBERG, Clement: *Avant-Garde and Kitsch*. [online]. Dostupné na: <<http://www.sharecom.ca/greenberg/kitsch.html>>
- GRENZ, Stanley J. 1997. *Úvod do postmodernismu*. Praha : Návrat domů, 1997.

- HALL, Stuart. 1973. „Encoding/Decoding.“ In: MARRIS, Paul – THORNHAM, Sue (eds.). 1999. *Media Studies. A reader*. Second Edition. Edinburg : Edinburg University Press, s. 51-61.
- HALL, Stuart. 2007. „Znovunalezení ‚ideologie‘ : návrat potlačeného zpět do mediálních studií.“ In: *Mediální studia*. 1/2007, s. 68-78.
- HEBDIDGE, Dick. 2006. *Subculture. The Meaning of Style*. London, New York : Routledge, 2006.
- JANDOUREK, Jan. 2003. „Úvod do sociologie. Praha : Portál, 2003.
- KELLNER, Douglas. „Adorno on Mass Culture.“ [online]. Dostupné na: <<http://www.gseis.ucla.edu/faculty/kellner/essays/adornomassculture.pdf>>
- KELLNER, Douglas. „Habermas, the Public Sphere, and Democracy: A Critical Intervention.“ [online]. Dostupné na: <<http://www.gseis.ucla.edu/faculty/kellner/essays/habermaspublicspheredemocracy.pdf>>
- KELLNER, Douglas. „Nietzsche's Critique of Mass Culture.“ [online]. Dostupné na: <<http://www.gseis.ucla.edu/faculty/kellner/essays/nietzschescritiquemassculture.pdf>>
- KLEINOVÁ, Naomi. 2005. *Bez loga*. Praha : Argo, Dokořán, 2005.
- KLOSKOVSKÁ, Antonina. 1967. *Masová kultura. Kritika a obhajoba*. Praha : Svoboda, 1967.
- LASCH, Christopher. 1991. *The Culture of Narcissism. American Life in an Age of Diminishing Expectations*. New York, London : W. W. Norton & Company, 1991.
- LeBON, Gustave. 1994. *Psychologie davu*. Praha, 1994.
- LE BON, Gustave. *The Crowd. A Study of the Popular Mind*. [online]. Dostupné na: <<http://encyclopediaindex.com/b/tcrwd10.htm>>
- LIPOVETSKY, Gilles. 1999. *Soumrak povinnosti*. Praha : Prostor, 1999.
- LIPOVETSKY, Gilles. 2001. *Éra prázdnoty*. Praha : Prostor, 2001.
- LIPOVETSKY, Gilles. 2002. *Říše pomjivosti*. Praha : Prostor, 2002.
- LOHISSE, Jean. 2003. *Komunikační systémy. Socioantropologický pohled*. Praha : Karolinum, s. 2003.
- Mass culture*. [online]. Dostupné na: <<http://www.jahsonic.com/MassCulture.html>>
- Mass society*. [online]. Dostupné na: <http://en.wikipedia.org/wiki/Mass_society>
- MARCUSE, Herbert. 1991. *Jednorozměrný člověk*. Praha : Naše vojsko, 1991.
- MARCUSE, Herbert. 1955. *Eros and Civilisation*. [online]. Dostupné na: <<http://www.marxists.org/reference/archive/marcuse/works/eros-civilisation/introduction.htm>>
- McLUHAN, Marshall. 2000. *Člověk, médiá a elektronická kultura*. Brno : Jota, 2000.
- McROBBIE, Angela. 2006. *Aktuální témata kulturních studií*. Praha : Portál, 2006.
- MILLS, C. Wright. 1956. *The Power Elite*. [online]. Dostupné na: <http://www.thirdworldtraveler.com/Book_Excerpts/MassSociety_PE.html>
- MULVEY, Laura. 1975. „Visual Pleasure and Narrative Cinema.“ [online]. Dostupné na: <<http://www.nwe.ufl.edu/~lhodges/vpnc.html>>
- ORTEGA y GASSET, José. 1994. *Eseje o umení*. Bratislava : Archa.
- ORTEGA y GASSET, José. 1994. *Vzbura davov*. Bratislava : Remedium, 1994.
- PLENCNER, Alexander. 2005 „Masová kultura a pop-kultura ako systémy kultúry.“ In: GAŽOVÁ, Viera – SLUŠNÁ, Zuzana. (eds.) 2005. *Kultúra a rôznorodosť kultúrneho*. Bratislava : PEEM, s. 181-205.
- PLENCNER, Alexander. 2006. „I. Archetyp hrdinu, II. Súčasný obraz hrdinu.“ In: MATÚŠ, Jozef – PRAVDOVÁ, Hana. 2006. *Mediá na prahu tretieho tisícročia : súčasný stav mediálnej kultúry*. Zborník príspevkov z odborného seminára Trnava 18. apríla 2005. Trnava : Fakulta masmediálnej komunikácie Univerzity sv. Cyrila a Metoda v Trnave, 2006. s. 53-80.

- PLENCNER, Alexander. 2006. „Birminghamská škola.“ [elektronický dokument]. In: *Stručný slovník masmediální a marketingové komunikácie*. Trnava : Fakulta masmediální komunikácie, 2006, s. 13.
- PLENCNER, Alexander. 2006. „Frankfurtská škola, kulturní přemysel.“ [elektronický dokument]. In: *Stručný slovník masmediální a marketingové komunikácie*. Trnava : Fakulta masmediální komunikácie, 2006.
- PLENCNER, Alexander. 2006. „Kultura, kulturní štúdiá.“ [elektronický dokument]. In: *Stručný slovník masmediální a marketingové komunikácie*. Trnava : Fakulta masmediální komunikácie, 2006.
- PLENCNER, Alexander. 2006. „Masová a populárna kultura ako predmet kritickéj reflexie.“ [elektronický dokument]. Trnava : Fakulta masmediální komunikácie, 2006.
- PLENCNER, Alexander. 2006. „Okruhy problémov v kritike masovej a populárnej kultúry.“ [elektronický dokument]. Trnava : Fakulta masmediální komunikácie, 2006.
- PLENCNER, Alexander. 2006. „Vznik masovej kultúry, verejnej sféry a masmédií.“ [elektronický dokument]. Trnava : Fakulta masmediální komunikácie, 2006.
- PLENCNER, Alexander – MATYÁŠ, Marián. 2006. „Analýza a interpretácia fenoménu masovej kultúry v slovenskej a českej periodickej tlači.“ In: *Slovenské divadlo*. Revue dramatických umení. 2006, roč. 54, č. 2, s. 334-344.
- PLENCNER, Alexander. 2007. „Populárna kultura – definície a základné znaky. Politická koncepcia populárnej kultúry Johna Fiskeho.“ [elektronický dokument]. Bratislava : Katedra kulturologie Filozofickej fakulty Univerzity Komenského, 2007.
- Pop Art*. [online]. Dostupné na: <<http://www.jahsonic.com/PopArt.html>>
- Popular*. [online]. Dostupné na: <<http://www.jahsonic.com/Popular.html>>
- Popular*. [online]. Dostupné na: <<http://www.wikipedia.org/wiki/Popular>>
- Popular Culture*. [online]. Dostupné na: <<http://www.jahsonic.com/PopularCulture.html>>
- Popular culture studies*. [online]. Dostupné na: <http://en.wikipedia.org/wiki/Popular_culture_studies>
- POSTMAN, Neil. 1999. *Ubavit se k smrti*. Praha : Mladá fronta, 1999.
- PRAVDOVÁ, Hana. 2003. *Mediální kultura v procese globalizácie*. Bratislava : Acta culturologica, zv. 8, 2003.
- PRICE, Stuart. 1998. *Media Studies*. Edinburg : Longman.
- REIFOVÁ, Irena (ed). 2004. *Slovník mediální komunikace*. Praha : Portál, 2004.
- RENZETTI Claire M. – CURRAN, Daniel J. 2005. *Ženy, muži, společnost*. Praha : Karolinum, 2005.
- RITZER, George. 1996. *Mcdonaldizace společnosti*. Praha : Academia, 1996.
- RÖHR, Heinz-Peter. 2001. *Narcizmus – vnitřní žalář*. Praha : Portál, 2001.
- ROSS, Kristina. „Mass Culture.“ [online]. Dostupné na: <<http://www.mediahistory.umn.edu/masscult.html>>
- SCRUTON, Roger. 2003. *Průvodce inteligentního člověka po moderní kultuře*. Praha : Academia, 2003.
- STRINATI, Dominic 2000. *An Introduction to Studying Popular Culture*. London, New York : Routledge, 2000.
- STRINATI, Dominic. 2006. *An Introduction to Theories of Popular Culture*. 2nd ed. London, New York : Routledge, 2006.
- Slovník spoločenských vied*. 1997. Bratislava : SPN.
- ŠEBEŠ, Marek. 2004. „Simulace a hyperrealita: kritická reflexe médií v díle Jeana Baudrillarda.“ In: BINKOVÁ, Pavlína – VOLEK, Jaromír (eds.) 2004. *Média a realita 4*, Sborník prací Katedry mediálních studií a žurnalistiky. Brno : Masarykova univerzita, s. 66-93.

The Frankfurt School. [online]. Dostupné na: <<http://www.marxists.org/subject/frankfurt-school/>>

TURNER, Graeme. 1996. *British Cultural Studies. An Introduction*. London : Routledge, 1996.

WELSCH, Wolfgang. „Umělé rajské zahrady? Úvahy o světě elektronických médií – a jiných světech.“ In: *Illuminace*, ročník 9, 1997, č. 3 (27), s. 89-106.

WILLIAMS, Raymond. 1962. „‘Mass Communication’ and ‘Minority Culture’.“ In:

MARRIS, Paul – THORNHAM, Sue (eds.). 1999. *Media Studies. A reader*. Second Edition. Edinburg : Edinburg University Press, 1999, s. 44-50.

ZASEPA, Tadeusz. 2002. *Médiá v čase globalizácie*. Bratislava : LÚČ, 2002.

© PhDr. Alexander Plencner, 2009