Informačný list predmetu

Akademický rok 2026/2027

Vysoká škola	Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave
Fakulta	FMK UCM
Kód predmetu	KMASK/22bdKOMU015/22
Názov predmetu	etika médií
Rozsah	2P
Počet kreditov	4
Vyučujúci	prof. PhDr. Slavomír Gálik, PhD. (prednášajúci), PhDr. Sabína Gáliková - Tolnaiová, PhD. (prednášajúci)

Cieľ

Cieľom predmetu je predstaviť etiku médií ako disciplínu aj s jej problematikou s ohľadom na interdisciplinárne vzťahy a oboznámiť s vybranými aktuálnymi problémami (súčasných) médií a mediálnej komunikácie z etického hľadiska. V tomto kontexte -uviesť do etiky ako disciplíny, predstaviť, resp. oboznámiť s jej povahou a interdisciplinárnymi vzťahmi a prienikmi; -predstaviť etiku (tradičných, digitálnych) médií, oboznámiť s jej kľúčovými pojmami a ich interpretáciou; -oboznámiť s jej základnými /vybranými predmetnými problémami a ich teoretickým riešením (teóriami, koncepciami); -predstaviť a diskutovať vybrané (aktuálne) problémy médií a (mediálnej) komunikácie v humanistickej perspektíve. Študent/študentka by mal/mala dokázať na tomto základe interpretovať, prezentovať a diskutovať získané poznatky, a to aj osobitne v interdisciplinárnom kontexte a aplikujúc ich do súčasnosti s ohľadom na aktuálne problémy humánnej/sociokultúrnej praxe;

Podmienky na absolvovanie predmetu

Úspešné absolvovanie predmetu podmieňuje štandardná pravidelná účasť na výučbe, povolená je max. 2 x absencia bez udania dôvodu. Pokiaľ ide o absenciu viac ako 2 x, je potrebné predložiť ospravedlňujúci dokument (lekárske potvrdenie o zdravotných dôvodoch, príp. iný doklad o relevantných dôvodoch neúčasti), ktorý bude posudzovaný (vždy individuálne a s ohľadom na okolnosti). V prípade individuálneho študijného plánu je nutná minimálne 50 % účasť (k tomu Študijný poriadok UCM, §13)). Hodnotenie, resp. kredity budú udelené na základe úspešného zvládnutia písomnej skúšky. Hodnotenie FX sa udeľuje, resp. kredity sa neudelia študentovi/študentke, ak dosiahne menej ako 56 % -nú úspešnosť v počte pridelených bodov z ich maxima. 1,0 výborne – vynikajúce výsledky len s minimálnymi chybami ‹92-100 %› B 1,5 veľmi dobre – nadpriemerné výsledky s menšími chybami ‹83-91 %› C 2,0 dobre – vcelku dobré, priemerné výsledky ‹74-82 %› D 2,5 uspokojivo – dobré výsledky, ale vyskytujú sa významné chyby ‹65-73 %› E 3,0 dostatočne – výsledky vyhovujú minimálnym kritériám ‹56-64 %› FX 4,0 nedostatočne – absolvovanie predmetu si vyžaduje vynaložiť ešte značné úsilie a množstvo práce zo strany študenta ‹0-55 %›

Záverečné hodnotenie

Záverečná hodnotiaca stupnica (v percentách): 100 – 92 = A; 91 – 83 = B; 82 – 74 = C; 73 – 65 = D; 64 – 56 = E; 55 a menej = FX. 1,0 výborne – vynikajúce výsledky len s minimálnymi chybami ‹92-100 %› B 1,5 veľmi dobre – nadpriemerné výsledky s menšími chybami ‹83-91 %› C 2,0 dobre – vcelku dobré, priemerné

výsledky ‹74-82 %› D 2,5 uspokojivo – dobré výsledky, ale vyskytujú sa významné chyby ‹65-73 %› E 3,0 dostatočne – výsledky vyhovujú minimálnym kritériám ‹56-64 %› FX 4,0 nedostatočne – absolvovanie predmetu si vyžaduje vynaložiť ešte značné úsilie a množstvo práce zo strany študenta ‹0-55 %›

Váha hodnotenia predmetu (priebežné/záverečné)

100 % písomná záverečná skúška

Výsledky vzdelávania

Výsledky vzdelávania: Študent/ka po absolvovaní predmetu nadobudne tieto vedomosti, zručnosti a kompetencie: • pozná a chápe podstatu a povahu etiky ako disciplíny, jej členenie a základné pojmy, orientuje sa v jej základných ideách, koncepciách, resp. teóriách a paradigmách; • pozná podstatu a povahu aplikovaných a profesijných etík v kontexte komunikácie, médií a informácií (vrátane ich vzťahov), osobitne etiky médií a žurnalistickej etiky, v tomto kontexte rozumie rozlíšeniu oblastí etiky tradičných a nových médií; • chápe vzťah medzi morálkou, komunikáciou, spoločnosťou a médiami a spoločenský význam etiky; • rozumie súvisu komunikácie, médií a informácií, chápe a vie ich vysvetliť ako zdroje etických problémov; • vie identifikovať a vysvetliť hodnotovo-mravnú dimenziu mediálnej komunikácie, pozná jej základné etické hodnoty, resp. princípy; • chápe etickú dimenziu médií, vie identifikovať jej determinanty a riziká; • pozná systém etickej zodpovednosti v mediálnej komunikácii, rozumie povahe a vzťahu etickej a sociálnej zodpovednosti médií; • pozná problémy profesijnej mediálnej, osobitne žurnalistickej etiky, vie identifikovať jej etické hodnoty a princípy a v ich kontexte mravné kvality žurnalistu; • orientuje sa v problematike etickej (samo)regulácie médií, pozná formy normativity pre etickú prax mediálnych profesionálov; • chápe a vie vysvetliť problém mravnej dimenzie mediálnych praktík a komunikácie v online prostredí a etických štandardov pre prax v nových médiách; • chápe a vie vysvetliť podstatu a význam etickej edukácie mediálnych profesionálov, rozumie etike konzumentov (publika), resp. prozumentov mediálnych obsahov ako súčasti etiky médií, v tomto kontexte aj významu ich etickej a mediálnej edukácie; • dokáže identifikovať a analyzovať aktuálne etické problémy v kontexte médií a mediálnej komunikácie;

Stručná osnova predmetu

1 Úvod do predmetu. Jeho ukotvenie v kontexte sociálno-humanitných disciplín.
2 Etika ako disciplína. Človek ako mravný subjekt a morálka ako spoločenský jav.
3 Praktická/aplikovaná etika a profesijné etiky. Ich podoby a význam v kontexte komunikácie, médií, informácií .
4 Etika médií a žurnalistická etika. Ich východiskové etické teórie.
5 Mediálna komunikácia ako etická situácia a proces. Etické prvky a hodnotová dimenzia.
6 Etickosť médií - faktory a determinanty. Inštitucionalizácia etiky a etická (samo)regulácia.
7 Etická normativita a kvality mediálnych profesionálov ako mravných subjektov. Ich etická gramotnosť a význam edukácie.
8 Neetické pôsobenie médií a mediálnych profesionálov v spoločnosti – podoby a konzekvencie.
9 Morálne rozhodovanie mediálnych profesionálov a jeho determinanty. Etické konflikty v praxi a ich riešenie.
10 Etická zodpovednosť v mediálnej praxi. Subjekty zodpovednosti za etickú kvalitu médií.
11 Etické výzvy médií a mediálnych profesionálov v digitálnom prostredí.
12 Vybrané aktuálne problémy.

Odporúčaná literatúra

Czarnecki. P. (2018). Sloboda médií. Humanum. Międzynarodowe Studia Społeczno-Humanistyczne, 28(1), 5-19.
Feber, J., & Petrucijová, J. (2020). Obecná etika. TU.

Gáliková Tolnaiová, S. (2022). Etika v kontexte komunikácie, médií a informácií. FMK UCM.
Moravec, V. (2020). Proměny novinářské etiky. Academia.
Sámelová, A., Krištof, P. & Belianská, M. (2021). Osobná zodpovednosť v postmodernej verejnej komunikácii. Premeny zodpovednosti v politike, žurnalistike a médiách. UK.
Šiler, V. (2020). Aplikovaná etika. Studijní opora. FF Ostravské univerzity.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu

slovenský