

Informačný list predmetu

Akademický rok 2024/2025

Vysoká škola	Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave
Fakulta	FMK UCM
Kód predmetu	KMASK/22beKOMU016/22
Názov predmetu	etika médií
Rozsah	26sP
Počet kreditov	4
Vyučujúci	prof. PhDr. Slavomír Gálik, PhD. (prednášajúci), PhDr. Sabína Gáliková - Tolnaiová, PhD. (prednášajúci), PhDr. Vladimíra Hladíková, PhD., MBA (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 klúčovými 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 hodnotiacia 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. Etika a aplikované etiky v kontexte komunikácie, médií a informácií 2. Etický rozmer médií. Ich morálny vplyv v kultúre/spoločnosti. 3. Mravný subjekt a normativita v kontexte mediálnej komunikácie/ v médiách. 4. Média ako technický konštrukt, resp. digitálne mediálne technológie v etickej perspektíve 5. Informácie a informačná spoločnosť v mediálno-etickej perspektíve. 6. Vybrané aktuálne etické problémy v mediálnej komunikácii, resp. médií;

Sylabus predmetu

1. Úvod. Etika ako disciplína (povaha, kategoriálny aparát (kľúčové pojmy); základné formy, členenia etiky). Etické teórie, smery, resp. systémy. Metodologický rozmer etiky;

2. Praktická/aplikovaná etika a profesijné etiky (špecifiká prístupu a problematiky. Podoby aplikovaných a profesijných etík v oblasti komunikácie, médií, informácií a ich technologického/technického kontextu.

3. Etika médií (tradičných, digitálnych) a žurnalistická etika (povaha/špecifiká, problematika, vzťahy a význam; ich východiskové etické teórie).

4. Mediálna komunikácia a jej kontext ako etická situácia a proces. Etické prvky a hodnotová dimenzia v mediálnej komunikácii (cnosť, povinnosť; konzekvencie).

5. Etickosť médií - jej faktory a determinanty. Pôsobenia médií v spoločnosti v etickej perspektíve a jeho riziká.

6. Princíp zodpovednosti v mediálnej komunikácii (model, úrovne). Etická a sociálna zodpovednosť médií (podstata a vzťah, aktéri).

7. Etická (samo)regulácia médií (formy, orgány, inštitúcie) a normativita v praxi mediálnych profesionálov (normy a kódexy; povaha a vzťah etických a právnych noriem. Inštitucionalizácia etiky v médiách.

8. Profesionálna žurnalistická etika, jej etické hodnoty a princípy. Kvality novinára ako mravného subjektu v kontexte profesionálnych etických požiadaviek (aretológia a deontológia).
9. Nedodržiavanie princípov etiky médií a porušovanie zásad morálky a profesijnej etiky novinármi. Etické problémy médií a mediálnej komunikácie. Informačná etika a jej problémy v spravodajstve.
10. Etický problém a dilema, prax v kontexte mediálnej komunikácie a žurnalistiky ako ich zdroj. Etické rozhodovanie (aktérov mediálnej komunikácie, resp. mediálnych profesionálov) a jeho determinanty.
11. Etická edukácia mediálnych profesionálov, resp. novinárov. Význam etickej a mediálnej edukácie v kontexte etiky konzumentov, resp. prozumentov mediálnych obsahov ako súčasti etiky médií.
12. Zhrnutie problematiky.

Odporúčaná literatúra

Czarnecki, P. 2018. Sloboda médií / Freedom of media 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.

Šiler, V. 2020. Aplikovaná etika. Studijní opora. Ostrava.

Szávai, P. [Ed.]. (2023). Riadenie médií založené na vedomostiach. Metóda Mediadelcom. Tartu-Budapest: Mediadelcom. URL: E-book SVK – Finding risks and opportunities for media

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu

slovenský jazyk