

Informačný list predmetu

Akademický rok 2024/2025

Vysoká škola	Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave
Fakulta	FMK UCM
Kód predmetu	KMASK/22beKOMU020/22
Názov predmetu	estetika médií
Rozsah	26P
Počet kreditov	4
Vyučujúci	PhDr. Vladimíra Hladíková, PhD., MBA (prednášajúci), doc. Mgr. Lukasz Wojciechowski, PhD. (prednášajúci)

Cieľ

Predmet uvádza poslucháčov do sveta modernej estetiky, jej základných myšlienok, konceptov, paradigiem a teórií. Predmet oboznamuje študentov so základnými kategóriami a pojmami estetiky, s cieľom vytvoriť platformu pre pochopenie zložitosti diania sa estetických javov a ich vplyv na človeka v procese sebazpoznávania, sebaúcty a sebazpoznávania. Špecifickým cieľom kurzu je poskytnúť metodologický základ pre teoretickú analýzu procesu tvorby a vnímania umeleckých diel a mediálneho komunikátu. Cieľom tohto kurzu je poskytnúť poznatky o estetike v televízii, filme a nových elektronických masmédiách. To poskytne základ pre pochopenie vývoja a vplyvu estetických posolstiev pre tých, ktorí plánujú pokračovať v kariére vo výrobe rozhlasového vysielania, filmu, videa alebo elektronických médií.

Podmienky na absolvovanie predmetu

Podmienky pre absolvovanie predmetu: 1.) Účasť na prednáškach (minimálne 80%). Ak predmet obsahuje aj semináre, podmienky sú totožné. Prípadná participácia na výskume. V prípade individuálneho študijného plánu je nutná minimálne 50 % účasť. Študent je povinný nielen zúčastniť sa na výučbe, ale aj aktívne reagovať, zapájať sa do diskusie k vybraným témam predmetu a participovať na interaktívnej časti výučby. Študenti, ktorí vymeškajú viac ako tri vyučovacie jednotky alebo viac ako polovicu hodín v prípade individuálneho študijného plánu budú hodnotení známku Fx. 2.) Absolvovanie záverečnej písomnej skúšky (a parciálnych úloh/testov) z obsahu predmetu v stanovenom termíne (k absolvovaniu je potrebné dosiahnuť minimálne 56% bodového hodnotenia). Na termíny skúšky je potrebné prihlasovanie v systéme AIS. V prípade, že sa študent nedostaví na termín, na ktorý sa prihlásil, bude automaticky hodnotený známku Fx.

Hodnotiaci stupina:

100 – 92 =A; 91 - 83 =B; 82 – 74 =C; 73 – 65 =D; 64 - 56 =E; 55 a menej = FX

Výsledky vzdelávania

- Študent disponuje odbornými vedomosťami z oblasti myšlienkových prúdov v estetickom a myslení 20. storočia, ktoré slúžia ako podkladová báza pre jeho autorskú tvorbu a originalitu v budúcej praxi alebo výskume;
- Dokáže identifikovať a komparovať estetické teórie a prístupy, poukázať na základné rozdiely medzi nimi a vyvodiť kritické závery v kontexte komunikácie a súčasnej mediálnej praxe;
- Je schopný definovať a aktívne vymedziť prepojenia a súvislosti medzi teoretickými poznatkami a ich praktickou aplikáciou v oblasti estetickej a mediálnej kultúry;
- Na základe teoretických vedomostí a práce na čiastkových prezentáciách je študent schopný analyzovať umelecké diela;
- Je schopný aplikovať získané

poznatky v kontexte estetiky na mediálnu produkciu a mediálnu kultúru; • Rozvíja svoje komunikačné a prezentačné zručnosti, schopnosť argumentácie, kritické a kreatívne myslenie.

Stručná osnova predmetu

Predmet oboznamuje s myšlienkovými prúdmi v estetickom myslení 20. storočia a poukazuje na ich premeny, sebareflexiu estetickú teóriu a poskytuje teoretické východiská k analýze umeleckých diel súčasných médií. Hlavné teoretické okruhy predmetu sú orientované na estetické vnímanie a interpretáciu umeleckého a mediálneho diela, jeho miesta v kultúre, sociálny charakter umenia a na súčasnú podobu kultúry.

Stručná osnova predmetu:

1. Úvod do problematiky, organizačné pokyny. Evokácia predkladaných tém počas semestra. Predmet a metóda estetiky. Podstata estetickú situácie.
2. Antické a stredoveké estetické koncepcie ako teoretický základ estetiky. Aplikácia na médiá.
3. Moderné a postmoderné koncepcie estetiky.
4. Kategórie estetiky. Aplikácia na médiá.
5. Temporálne a semiotické súvislosti estetického objektu. Aplikácia na médiá.
6. Estetický postoj. Estetická recepcia. Estetický zážitok. Aplikácia na médiá.
7. Estetická funkcia. Aplikácia na médiá. Aplikácia na médiá.
8. Estetické hodnoty a normy. Aplikácia na médiá.
9. Estetický vkusový súd a jeho atribúty. Aplikácia na médiá.
10. Umelecké estetické. Aplikácia na médiá.
11. Umenie a umelecké druhy. Aplikácia na médiá.
12. Mimoumelecké estetické. Záverečná reflexia získaných poznatkov.

Odporúčaná literatúra

1. Bergström, B. (2008). Essentials of Visual Communications. London: Laurence King.
2. Bolter, J. D., & Grusin, R. (2000). Remediation: Understanding New Media. Cambridge: MIT Press.
3. Sturken, M., & Cartwright, L. (2001). Practice of Looking: An Introduction to Visual Culture. New York: Oxford University Press.
4. Valentovičová, D. (2012). Estetická teória v masmediálnych štúdiách. Trnava: UCM FMK.
5. Virillo, P. (2010). Estetika mizení. Praha: Kosmas.
6. Spálová, L. Štosel, M. & Wojciechowski, L. (2023). Application of Virtual and Augmented Reality in the Context of the Development of Art Marketing Communication in the Space of Selected Cultural Institutions. European Journal of Media, Art and Photography, 11(1), 108-115.
7. Shelton, A. & Wojciechowski, L. (2020). Necromarketing as Advertising Strategy in American Television, 12(2), 18-34. <http://studiadecultura.up.krakow.pl/>