

Informačný list predmetu

Akademický rok 2024/2025

Vysoká škola	Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave
Fakulta	FMK UCM
Kód predmetu	KMASK/22bdAMES003/22
Názov predmetu	teória a dejiny mediálnej komunikácie I.
Rozsah	2P
Počet kreditov	5
Vyučujúci	doc. Mgr. Lukasz Wojciechowski, PhD. (prednášajúci), doc. PhDr. Jana Radošinská, PhD. (prednášajúci), Mgr. Monika Prostináková Hossová, PhD. (prednášajúci)

Podmienky na absolvovanie predmetu

Záverečné hodnotenie je udelené na základe úspešného absolvovania ústnej skúšky, ktorá predstavuje 100 % hodnotenia. Študenti si na skúške vylosujú jednu otázku, pričom v záujme úspešného absolvovania predmetu musí študent získať v rámci ústnej skúšky min. 56 %.

Úspešné absolvovanie predmetu podmieňuje tiež pravidelná a aktívna účasť na výučbe. Povolené sú maximálne 2 absencie (t. j. 4 vyučovacie hodiny) bez udania dôvodu. V prípade väčšieho počtu absencií (3 – 4 absencie) je potrebné predložiť kópiu lekárskej dokumentácie, ktorá svedčí o závažnejšej povahe zdravotných problémov študenta, alebo iný dokument obsahujúci relevantné dôvody neúčasti poslucháča na prednáškach. Jednotlivé prípady budú posudzované individuálne, s prihliadnutím na okolnosti. V prípade schváleného individuálneho harmonogramu štúdia je nutná minimálne 50 % účasť na prednáškach (pozri Študijný poriadok UCM, §13).

Pre úspešné absolvovanie predmetu musí študent získať minimálne 56 % bodov.

Záverečná hodnotiacia stupnica:

A 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 % > .

Výsledky vzdelávania

Študent po absolvovaní predmetu získa tieto vedomosti, schopnosti, zručnosti, kompetencie:

- dokážu integrovať nadobudnuté vedomosti do procesov profesionálnej mediálnej produkcie realizovanej v rôznych typoch organizácií,
- majú schopnosť identifikovať a pomenovať konkrétne rozdiely v používaní, praktickom uplatnení a niekdajších a súčasných podobách mediálnej komunikácie,

- vedia rozlišovať význam pojmov jazyk a reč,
- majú poznatky o kultúre písaného slova a jej dejinnom vývoji,
- ovládajú rozdiely medzi novinami a časopismi a historické fázy vývoja periodickej tlače,
- rozumejú najdôležitejším skutočnostiam viazaným na historický vývoj telefónu a telegrafu ako prvých IKT sietí,
- majú poznatky o dejinnom vývoji, činnosti a poslaní spravodajských tlačových agentúr,
- vedia vymedziť silné a slabé stránky jednotlivých druhov médií vo vzťahu k verejnej diskusii a spoločensko-kultúrnej situácii,
- získanie vedomostí a zručností vo vzťahu k teórii masovej komunikácie umožňuje poslucháčkam a poslucháčom prehĺbiť vlastné komunikačné kompetencie v rámci praktického používania, recepcie či interpretácie širokého spektra komunikačných prostriedkov, vrátane digitálnych médií,
- sú povzbudzovaní k aktívnejšiemu a vedomému hodnoteniu vlastných komunikačných zručností,
- získavajú širšie a konkrétnejšie predstavy nielen o role médií v dejinnom vývoji ľudstva, ale aj schopnosť náležite interpretovať ich vzťah k súčasnej spoločenskej organizácii, verejnej sfére a individuálnym potrebám jednotlivcov.

Stručná osnova predmetu

1. Úvod do štúdia predmetu teória a dejiny mediálnej komunikácie.
2. Teoretické vymedzenie médií, masových médií a masovej komunikácie, princípy skúmania dejín mediálnej komunikácie. Epochy vývoja komunikácie a médií.
3. Hovorené slovo – jazyk a reč. Počiatky a význam orálnej kultúry.
4. Pôvod a vývoj jazyka. Metódy zdokonaľovania rečového prejavu.
5. Písmo – vznik a vývoj, prvé abecedy.
6. Písmo – písané knihy, súkromná korešpondencia, vznik prvých univerzít.
7. Tlač – spoločenský, kultúrny a politický význam knižtlače. Humanizmus a renesancia.
8. Noviny a časopisy – počiatky vývoja, predpoklady formovania žurnalistickej profesie.
9. Masové rozšírenie periodickej tlače. Noviny a časopisy ako masové médiá.
10. Pošta, telegraf a telefón.
11. Spravodajské tlačové agentúry.
12. Záverečné opakovanie získaných poznatkov.

Odporúčaná literatúra

- Brečka, S. et al. (2009). Od tamtamov po internet. EuroKódex.
- Kortti, J. (2019). Media in history: An introduction to the meanings and transformations of communication over time. Macmillan Education UK.
- Krajčovič, P., Radošinská, J., & Višňovský, J. (Eds.) (2021). Slovník vybraných pojmov z masmediálnej a marketingovej komunikácie. FMK UCM.
- DeFleur, M. L., & DeFleur M. H. (2022): Mass Communication Theories: Explaining Origins, Processes, and Effects. 2nd Edition. Routledge.
- McQuail, D., Deuze, M. (2019): McQuail's Media and Mass Communication Theory, 7th Edition. SAGE Publications.
- Pravdová, H., Radošinská, J., & Višňovský, J. (Eds.) (2017). Slovník vybraných pojmov z mediálnych a komunikačných štúdií: Kľúčové termíny v súčasnej mediálnej komunikácii. FMK UCM.
- Greguš, L., & Višňovský, J. (2020): The Position and Influence of Agency News on Foreign News in Contemporary Slovak Television Production. Media Education (Mediaobrazovanie), 60(4), 609-626.