

Informačný list predmetu

Akademický rok 2024/2025

Vysoká škola	Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave
Fakulta	FMK UCM
Kód predmetu	KMASK/22bdAMES006/22
Názov predmetu	etika v mediálnej komunikácii
Rozsah	2P
Počet kreditov	5
Vyučujúci	PhDr. Vladimíra Hladíková, PhD., MBA (prednášajúci), PhDr. Sabína Gáliková - Tolnaiová, PhD. (prednášajúci)

Cieľ

Cieľom predmetu je predstaviť etiku médií, resp. mediálnej komunikácie 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 médií, jej členenie, resp. suboblasti; oboznámiť s jej kľúčovými pojmami a ich interpretáciou;
- predstaviť jej základné, východiskové teórie;
- 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 semestrálnej práce (podmienka skúšky) a písomnej skúšky. Hodnotenie FX sa udeľuje, resp. kredity sa neudelia študentovi/študentke, ak dosiahne menej ako 56 % -nú úspešnosť v počte pridelených 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 % >
bodov z ich maxima.

Priebežné hodnotenie

písomná semestrálna práca na zadanú tému z problematiky predmetu

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)

30 %/70 %

30 % - písomná semestrálna práca

70 % - písomná 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;
- chápe mravnú dimenziu vplyvu médií v spoločnosti a kultúre;
- vie identifikovať a vysvetliť hodnotovo-mravnú dimenziu mediálnej komunikácie ako sociálnej komunikácie, pozná jej základné etické hodnoty, resp. princípy;
- pozná systém etickej zodpovednosti aktérov mediálnej komunikácie, 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 ich etických štandardov;
- 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 a mediálnej komunikácie, jeho determinanty.
3. Mravný subjekt v kontexte mediálnej komunikácie/ v médiách.
4. Etické rozhodovanie a zodpovednosť v mediálnej komunikácii.
5. Vybrané aktuálne etické problémy v médiách a mediálnej komunikácii.

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; konsekvencie).
5. Etickosť médií - jej faktory a determinanty. Pôsobenie médií/mediálnej komunikácie 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. Profesijná žurnalistická etika, jej etické hodnoty a princípy. Kvality novinára ako mravného subjektu v kontexte profesijných etických požiadaviek (aretológia a deontológia).
9. Nedodržiavanie princípov etiky médií a porušovanie zásad morálky a profesijnej etiky novinármi. Neetickej javy v médiách a mediálnej komunikácii. Informačná etika a jej nedostatky 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 v Trnave.

Gáliková Tolnaiová, S. (2022). Etika v kontexte komunikácie, médií a informácií. FMK UCM v Trnave.

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 v Bratislave.

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