

Informačný list predmetu

Akademický rok 2024/2025

Vysoká škola	Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave
Fakulta	FMK UCM
Kód predmetu	KMASK/22bdAMES010/22
Názov predmetu	masová a mediálna kultúra
Rozsah	2P
Počet kreditov	4
Vyučujúci	prof. PhDr. Hana Pravdová, PhD. (prednášajúci), PhDr. Vladimíra Hladíková, PhD., MBA (prednášajúci)

Podmienky na absolvovanie predmetu

Záverečné hodnotenie je udelené na základe úspešného absolvovania vedomostného testu v písomnej forme. Vedomostný test v písomnej podobe predstavuje 100 % hodnotenia (možno v ňom získať maximálne 50 bodov). V záujme úspešného absolvovania predmetu musí študent získať v rámci vedomostného testu minimálne 56 % bodov. S prihladením na pandemickú situáciu a pokyny príslušných úradov sa vedomostný test môže konať vo virtuálnej podobe.

Úspešné absolvovanie predmetu podmieňuje tiež pravidelná 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 prihladením na okolnosti. V prípade schváleného individuálneho harmonogramu štúdia je nutná minimálne 50 % účasť na prednáškach (pozri Študijný poriadok UCM, §13). Výučba (alebo jej časť) v prípade zhoršenej pandemickej situácie prebieha dištančnou formou, prostredníctvom onlinových prednášok. 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.

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

Záverečná hodnotiacia stupnica: 100 – 92 = A; 91 – 83 = B; 82 – 74 = C; 73 – 65 = D; 64 – 56 = E; 55 a menej = FX.

Výsledky vzdelávania

Študenti po absolvovaní predmetu získajú tieto vedomosti, schopnosti, zručnosti, kompetencie:

dokážu dôslednejšie preniknúť do podstaty tvorby, produkcie a recepcie masovej, populárnej a mediálnej kultúry,

rozumejú všetkým relevantným procesom a faktorom, ktoré sa podieľajú na ich vytváraní,

na základe osvojenia si definičných rámcov, pochopenia teoretických východísk autorov v dobových kontextoch vedia porozumieť vývoju názorov o masovej, populárnej a mediálnej kultúre a vedia si vytvoriť vlastné hodnotiace stanoviská,

získajú schopnosť orientovať sa v súčasnom množstve kultúrnej a mediálnej produkcie,

analyzujú charakteristické fenomény a sú schopní kriticky uvažovať v širších súvislostiach a kontextoch, ako aj interpretovať vlastné používateľské návyky v súvislosti s konzumáciou kultúrnych produktov a súčasnými kultúrnymi štýlmi,
majú schopnosť kriticky diskutovať o priemyselne produkovanej kultúre šírenej médiami a rozvíjať tak vlastné kritické myslenie.

Stručná osnova predmetu

1. Civilizácia, civilizačné vlny.
2. Kultúra, kultúrne vzorce, vrstvy kultúry. Spoločnosť, sociálne roly.
3. Tradičná spoločnosť a masová spoločnosť.
4. Súvislosti medzi masovou komunikáciou, masovou spoločnosťou a masovou kultúrou.
5. Paralely a rozdiely medzi tradičnou (ľudovou) kultúrou a priemyselne produkovanou (masovou a populárnou) kultúrou.
6. Koncepcie davového a masového človeka. Davové a masové správanie.
7. Terminologické vymedzenie masovej kultúry a populárnej kultúry.
8. Vnímanie masovej kultúry v rámci koncepcie kultúrnych úrovní. Terminologické vymedzenie pojmu „gýč“ a jeho uplatnenie v kontexte reflexie masovej kultúry.
9. Formy kultúrneho života v jednotlivých historických epochách.
10. Myšlienky a výskumné línie Frankfurtskej školy.
11. Birminghamská škola a nový prístup k vnímaniu populárnej kultúry.
12. Kultúrna realita neskorej moderny – mediálna kultúra 21. storočia.

Odporúčaná literatúra

- Fiske, J. (2020). Jak rozumět populární kultuře. Akropolis.
- Hladíková, V. (2017). Mass and popular culture, their features and specifics. AD ALTA, 7(2), 78-82.
- Kloskowska, A. (1967). Masová kultura: Kritika a obhajoba. Svoboda.
- Pravdová, H. (2009). Determinanty kreovania mediálnej kultúry. FMK UCM v Trnave.
- Pravdová, H. (2009). Sociokultúrny kontext masovej komunikácie. NOC.
- Radošinská, J. & Višňovský, J. (2013). Aktuálne trendy v mediálnej kultúre. FMK UCM v Trnave.
- Radošinská, J. (2021). Okruhy problémov v štúdiu mediálnej kultúry I.: Hypermoderná spoločnosť. FMK UCM v Trnave.