

Informačný list predmetu

Akademický rok 2024/2025

Vysoká škola	Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave
Fakulta	FMK UCM
Kód predmetu	KMEDV/22bdAMES020/22
Názov predmetu	estetika v mediálnej komunikácii
Rozsah	2P
Počet kreditov	2
Vyučujúci	PhDr. Vladimíra Hladíková, PhD., MBA (prednášajúci)

Podmienky na absolvovanie predmetu

I. Účasť na prednáškach

Úspešné absolvovanie predmetu podmieňuje pravidelná účasť na výučbe, povolené sú maximálne 2 absencie (t. j. max. 4 vyučovacie hodiny) bez udania dôvodu. V prípade individuálneho študijného plánu je nutná minimálne 50 % účasť na prednáškach (pozri Študijný poriadok UCM, § 13). 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. Absencie nad rámec povoleného množstva sú zdôvodňované a ospravedlňované individuálne, avšak do úvahy sa berú len relevantné dôvody a nepredvídateľné závažné okolnosti. 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 študenta na prednáškach. Ospravedlnenia sa predkladajú výhradne v písomnej forme (e-mailom). Podmienky absolvovania predmetu v opravných termínoch sú rovnaké ako v riadnom termíne. V prípade vymeškania viac ako polovice prednášok nie je možné tento predmet ukončiť

II. Priebežné aktivity počas vyučovania (splnenie zadání a pod.)

III. Didaktický test

Záverečné hodnotenie je udelené na základe splnenia bodu I. a II. a následne úspešného absolvovania didaktického testu z obsahu predmetu v stanovenom termíne a v písomnej forme, ktorý tvorí 100 % celkového hodnotenia. Podmienky absolvovania predmetu a hodnotenia výsledkov študenta sa riadia Študijným poriadkom Univerzity sv. Cyrila a Metoda v Trnave. Pre úspešné absolvovanie predmetu musí študent získať minimálne 56% z celkového počtu bodov.

HODNOTIACA STUPNICA

100 - 92 % = A

91 - 83 % = B

82 - 74 % = C

73 - 65 % = D

64 - 56 % = E

55 % a menej = Fx

Študenti sa na termíny skúšok prihlasujú prostredníctvom systému AIS. V prípade neúčasti na prihlásenom termíne je študent hodnotený známku Fx.

Výsledky vzdelávania

Študent po absolvovaní predmetu nadobudne tieto vedomosti, zručnosti a kompetencie:

- disponuje odbornými vedomosťami z oblasti myšlienkových prúdov v estetickom a filozofickom myslení, ktoré slúžia ako podkladová báza pre jeho autorskú tvorbu a originalitu v budúcej praxi alebo výskume;
- vie analyzovať a vyhodnocovať základné kategórie a pojmy z oblasti estetiky médií;
- 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 estetickéj kultúry;
- je schopný aplikovať získané poznatky v kontexte estetiky na mediálnu produkciu a mediálnu kultúru;
- disponuje inovatívnym, tvorivým myslením a je pripravený odborne prezentovať výsledky vlastnej praktickej činnosti v rámci individuálnych aj tímových projektov;
- rozvíja svoje komunikačné a prezentačné zručnosti, schopnosť argumentácie, logické, kritické a kreatívne myslenie.

Stručná osnova predmetu

Stručná osnova predmetu:

1. Úvod do problematiky, organizačné pokyny. Evokácia predkladaných tém počas semestra. Predmet a metóda estetiky. Podstata estetickéj 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 estetično. Aplikácia na médiá.
11. Umenie a umelecké druhy. Aplikácia na médiá.
12. Mimoumelecké estetično. Záverečná reflexia získaných poznatkov.

Odporúčaná literatúra

- Bandurová, L. (2016). Postmoderná estetika, médiá a mediálna kultúra. In M. Bočák et al. (Eds.), *Médiá a text 5* (pp. 6–18). Prešovská univerzita v Prešove. <https://www.pulib.sk/web/kniznica/elpub/dokument/Bocak4/subor/Bandurova.pdf>
- Manovich, L. (2001). *The Language of New Media*. MIT Press.
- 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.
- Valentovičová, D. (2012). *Estetická teória v masmediálnych štúdiách*. FMK UCM.
- Virillio, P. (2010). *Estetika mizení*. Kosmas.
- Záhradka, P. (Ed.). (2010). *Estetika na přelomu milénia*. Barrister & Principal.