

Informačný list predmetu

Akademický rok 2024/2025

Vysoká škola	Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave
Fakulta	FMK UCM
Kód predmetu	KMEDV/22mdAMES001/22
Názov predmetu	antropológia médií
Rozsah	2P
Počet kreditov	3
Vyučujúci	doc. PhDr. Viera Kačínová, PhD. (prednášajúci)

Podmienky na absolvovanie predmetu

Spôsob hodnotenia a ukončenia predmetu: 50% priebežné hodnotenie, 50% záverečné hodnotenie.

Pre úspešné absolvovanie predmetu musí študent získať z každej časti minimálne 56% bodov (celkovo 56 bodov zo 100).

- priebežné hodnotenie: esej – v súlade so zaslanými kritériami;
- záverečné hodnotenie: ústna skúška

Úspešné absolvovanie predmetu podmieňuje pravidelná účasť na výučbe, povolené sú max. 2 absencie. V prípade individuálneho študijného plánu je nutná minimálne 50% účasť na prednáškach (Pozri Študijný poriadok UCM, § 13). Študent s individuálnym študijným plánom musí okrem uvedených podmienok pre absolvovanie predmetu odovzdať na konci semestra extra seminárnu prácu na vymedzenú tému. V prípade vymeškania viac ako polovice prednášok nie je možné predmet ukončiť.

Výsledná stupnica hodnotenia:

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 % >

Výsledky vzdelávania

Po absolvovaní predmetu bude študent schopný: -kriticky reflektovať ťažiskové antropologické témy a problémy v kontexte mediálnej praxe. -kriticky zhodnotiť problém miery determinácie koncepcie a rozvoja človeka pod vplyvom médií -objasniť, ako médiá prispievajú k zmene kvality života človeka zvažujúc individuálno-spoločenský kontext -preukázať, že porozumel antropologicko-etickému kontextu médií, špeciálne prostredníctvom vlastnej reflexie problému formou akademickej eseje -reflektovať význam antropologických tém a problémov pre oblasť mediálnej výchovy

Stručná osnova predmetu

1.-4. Človek ako bytosť „homo medialis“ – skutočný a prisudzovaný význam médií pre život človeka. Mediá ako extenzie človeka - antropologická reflexia problému.

Od „homo sapiens“ k „homo videns“. O vplyve obrazových médií na myslenie a poznávanie človeka. Hyperkonektivita a evolúcia „zosieťovaného individua“. Ľudská identita v digitálnom svete. Problém virtuálnej (seba)reprezentácie človeka.

5.-8. Človek pod drobnohľadom médií alebo „náuka o človeku“ prostredníctvom mediálnych zobrazení.

Médium ako posolstvo o človeku dnešnej postfaktuálnej éry. Média a „kultivácia“ ľudských emócií v „kultúre emócií“.

Problém ponímania ľudskej slobody v mediálnych obsahoch.

Média ako producenti predstáv o zmysluplnom živote človeka – analýza dokumentu.

9.-11. Ako sa človek (ne)stáva človekom? – do akej miery sa osobnosť človeka za príspevku médií rozvíja a kedy nastáva jeho degradácia – ako rozpoznať hranice?

Problém (ne)rešpektovania ľudskej dôstojnosti v mediálnych vyobrazeniach – prípadové štúdie.

Obraz človeka v reklame a prezentovaný „kult tela“. Žena ako populárna figúra reklamy. Problém mediálne zobrazovanej intimity človeka.

12. Záverečná reflexia problému.

Odporúčaná literatúra

Carr, N. (2017). Nebezpečná mēlčina: Jak internet mění náš mozek. Dauphin.

Kačínová, V. (2019). Fenomén hoaxov, „fake news“, konšpiračných teórií v kontexte mediálnej výchovy. FMK UCM v Trnave.

Mcluhan, M. (2011) Jak rozumět médiím: extenze člověka. Odeon.

Newport, C. (2019). Digitálny minimalizmus: Ako sa sústrediť v rušnom svete. Lindeni.

Nutil, P. (2018). Média, lži a príliš rýchly mozek: Průvodce postpravdivým světem. Grada.

Vallor, S. (2016). Technology and the Virtues. A Philosophical Guide to a Future Worth Wanting. Oxford University Press.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu

slovenský, anglický