

Informačný list predmetu

Akademický rok 2024/2025

Vysoká škola	Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave
Fakulta	FMK UCM
Kód predmetu	KMEDV/22mdAMES006/22
Názov predmetu	axiologické aspekty médií
Rozsah	2P
Počet kreditov	4
Vyučujúci	PhDr. Sabína Gáliková - Tolnaiová, PhD. (prednášajúci)

Cieľ

Cieľom predmetu je predstaviť axiológiu médií ako disciplínu aj s jej problematikou s ohľadom na interdisciplinárne vzťahy a oboznámiť s vybranými aktuálnymi problémami (súčasných) médií a mediálnej komunikácie z axiologického (osobitne) humanistického hľadiska.

V tomto kontexte

- uviesť do axiológie ako disciplíny, predstaviť, resp. oboznámiť s jej povahou a interdisciplinárnymi vzťahmi a prienikmi;
- predstaviť axiológiu (tradičných a nových digitálnych) médií, oboznámiť s jej kľúčovými pojmami a ich interpretáciou;
- oboznámiť s jej základnými/vybranými predmetnými problémami a ich teoretickým riešením (interpretáciami, resp. vysvetlením);
- predstaviť a diskutovať vybrané (aktuálne) problémy médií a (mediálnej) komunikácie v axiologickej (osobitne 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 písomnej semestrálnej práce a písomnej skúšky. Hodnotenie FX sa udeľuje, resp. kredity sa neudelia študentovi/študentke, ak dosiahne menej ako 56 % -nú úspešnosť v počte pridelených bodov z ich maxima.

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 % >

Priebežné hodnotenie

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

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

- rozumie podstate axiológie a axiologickej (tradičných a nových digitálnych) médií, pozná ich vývoj, orientuje sa v ich kategoriálnom aparáte, vie vysvetliť základné axiologické pojmy;
- chápe problematiku hodnoty/dobra komunikácie, médií a informácií, vie vysvetliť jeho základné dimenzie;
- rozumie médiá a komunikáciu ako hodnotovo-kultivačné činitele, vie vysvetliť ich hodnotový vplyv na axiologický subjekt;
- chápe a vie vysvetliť problematiku hodnotového/hodnotiaceho vedomia a myslenia vo vzťahu k médiám a komunikácii, ich rizík a rozvoja;
- vie identifikovať a vysvetliť axiologický obraz súčasného človeka (osobnosti) a hodnotového sveta súčasnej civilizácie/kultúry v kontexte mediálnej kultúry, resp. pod vplyvom médií;
- pozná a vie vysvetliť hodnotový rámec mediálnych profesionálov, rozumie problematike profesijnej axiologickej novinárov;
- chápe a vie vysvetliť problém pravdy ako hodnoty v kontexte tradičných a nových digitálnych médií;
- chápe a vie vysvetliť internet ako hodnotovú paradigmu a povahu normativity (kyberkultúr/y) v kyberpriestore;
- chápe a vie vysvetliť problém hodnotenia nových digitálnych médií/technológií, ich hodnotovej dimenzie, resp. (socio)kultúrnej kvality a jej determinantov;
- orientuje sa v problematike existenciálnej axiologickej v kontexte mediálnej digitálnej kultúry a v axiologickej perspektíve post/transhumanizmu, vie vysvetliť jej kľúčové problémy;
- dokáže identifikovať a analyzovať aktuálne problémy médií/komunikácie z hľadiska axiologickej, tiež prezentovať a diskutovať tieto problémy, resp. získané poznatky z predmetu v interdisciplinárnej perspektíve a s ohľadom na humánnu/sociokultúrnu prax.

Stručná osnova predmetu

- 1/ Axiológia a axiológia tradičných a nových digitálnych médií (povaha, história a vývoj; interdisciplinárne vzťahy, rámec problematiky a kategoriálny aparát (kľúčové pojmy a ich interpretácie);
- 2/ Hodnota/dobro komunikácie, médií a informácií v individuálnom a spoločenskom živote človeka, jej základné úrovne;
- 3/ Axiologický subjekt a hodnotový vplyv médií. Médiá ako hodnotovo-kultivačné činitele. Axiologicko-etický model súčasnej osobnosti v kontexte mediálneho obrazu.
- 4/ Hodnotové/hodnotiace vedomie a myslenie vo vzťahu k médiám, jeho riziká a rozvoj. Hodnotový rámec mediálnych profesionálov. Profesijná axiológia novinárov.
- 5/Hodnoty kolektívnej mentality v kontexte historického vývoja spoločnosti a komunikácie. Axiologický obraz súčasnej civilizácie/kultúry v kontexte mediálnej kultúry, resp. pod vplyvom médií;
- 6/ Internet a/ako hodnotová paradigma a normativita hodnôt v kontexte internetového kyberpriestoru /kyberkultúr. Pravda ako princíp a hodnota v kontexte (tradičných a nových digitálnych médií);
- 7/ Hodnotenie nových digitálnych médií/technológií, ich hodnotová dimenzia, resp. (socio)kultúrna kvalita a jej determinanty.
- 8/ Existenciálna axiológia a axiologická perspektíva post/transhumanizmu v kontexte mediálnej digitálnej kultúry;

Sylabus predmetu

- 1/ Úvod (obsah, resp. tematické zameranie predmetu, študijná literatúra, požiadavky absolvovania a hodnotenia). Predporozumenie problematiky u študentov;
- 2/ Axiológia a axiológia (tradičných a nových digitálnych) médií (historické východiská a vývoj; rámec problematiky, členenie na základe historickej diferencie); špecifiká axiológie nových digitálnych médií. Základné axiologické pojmy (hodnota, pseudohodnota, norma, dobro, kvalita; axiologický subjekt a hodnotenie; hodnotová orientácia, systém, stereotyp...);
- 3/ Hodnota, resp. dobro komunikácie a informácií v individuálnom a sociálnom živote človeka. Jej dimenzie. Hodnoty v kontexte komunikácie, médií a informácií. Význam médií v spoločnosti.
- 4/ Médiá a hodnoty - mediálna konštrukcia hodnôt a ich transmisia v procese komunikácie. Ich Hodnotový vplyv a účinky médií na osobnosť. Hodnotovo-kultivačný rozmer/potenciál mediálnej komunikácie médií. Kultivujúce hodnoty v kontexte médií;
- 5/ Hodnotový rámec mediálnych profesionálov. Profesijná axiológia novinárov. Hodnoty v spravodajstve. Epistemické a mravné hodnoty v žurnalistike. Hodnoty deliberatívnej komunikácie. Zodpovednosť v kontexte médií.
- 6// Axiologický subjekt v kontexte vplyvu médií. Skúsenosť a hodnotenie/hodnotová voľba pod vplyvom médií, osvojovanie, resp. interiorizácia mediálne komunikovaných hodnôt. Ich determinanty a riziká (sloboda, zodpovednosť; úloha morálky, intelektuálneho faktora, kritického postoja...). Rozvoj hodnotového a hodnotiaceho vedomia vo vzťahu k médiám a mediálnym obsahom.
- 7/ Axiologický rozmer mediálnych obrazov človeka. Model súčasnej osobnosti, jej hodnotovo-mravné orientácie a stereotypy v kontexte mediálnych obrazov.
- 8/ Hodnoty kolektívnej mentality v kontexte historického vývoja spoločnosti a komunikácie. Dominujúce hodnoty a ich typy vo vzťahu k paradigmatickým médiám. Hodnotové systémy súčasnej civilizácie/kultúry a vplyv médií. Postmoderna (hodnotový pluralizmus, relativizmus a nihilizmus v postojoch).
- 9/ Pravda ako epistemická a etická hodnota v kontexte (tradičných a nových) médií. Pravdivosť mediálnych obsahov. Problém pravdy vo vzťahu k simulakru digitálnej mediálnej reality. Hodnota pravdy v kontexte internetovej komunikácie.
- 10/ Internet a/ako hodnotová paradigma. Normativita hodnôt v kontexte internetového kyberpriestoru. Hodnoty/normy a kyberkulúra/y.
- 11/ Hodnotenie nových digitálnych médií/technológií (humanistická pozícia). Ich hodnotová dimenzia, resp. (socio)kultúrna kvalita. Étos, etika a hodnotovo senzitívny dizajn ako determinanty/predpoklady hodnôt

digitálnych médií a komunikácie.

12/ Existenciálna axiológia v kontexte digitálnej mediálnej kultúry. Hodnoty a/ako existenciálna online voľba. Existenciálne problémy a riziká v digitálnych podmienkach životného sveta.

13/ Axiologická perspektíva post/transhumanizmu. Kyborgizmus a umelá inteligencia ako axiologický problém.

Odporúčaná literatúra

Gáliková Tolnaiová, S. & Gálik, S. 2020: Cyberspace as a New Living World and Its Axiological Contexts. [Kyberpriestor ako nový životný svet a jeho axiologické kontexty]. In E. Abu-Taieh, A. El Mouatasim, & I. H. Al Hadid (Eds.), Cyberspace [Kyberpriestor] (pp. 39-51). IntechOpen.

Gáliková Tolnaiová, S. 2019. Media and truth in the perspective of the practice and life form of the modern Homo medialis; [Médiá a pravda v perspektíve praxe a formy života moderného „Homo medialis“]. Communication Today , 10(1) 4-19.

Kondrla, P., Lesková, A. & Ďurková, E. 2018. Úvod do teórie hodnôt a hodnotenia pre študentov humanitných vied (učebné texty). FMK UCM v Trnave.

Meier, A. W & Trappel, J. 2022. Media transparency. Comparing how leading news media balance the need for transparency with professional ethics. In J. Trappel, & T. Tomaz (Eds.), Success and failure in news media performance: Comparative analysis in the Media for Democracy Monitor 2021 (pp. 255–273). Nordicom, University of Gothenburg.

Sámelová, A. 2021. Racionalita verzus emocionalita – zmena paradigmy v online médiách. In Kraviarová M., Peknušiaková, E. (Eds), Médiá a text 7. (2. časť), 82-87.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu

slovenský, anglický jazyk