

Informačný list predmetu

Akademický rok 2024/2025

Vysoká škola	Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave
Fakulta	FMK UCM
Kód predmetu	KMASK/22bdVZME014/22
Názov predmetu	analýza mediálnych obsahov a kritické myslenie
Rozsah	2P
Počet kreditov	4
Vyučujúci	doc. JUDr. PhDr. Martin Solík, PhD. (prednášajúci), 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 zadaní, prezentácie analýz mediálnych obsahov a pod.)

III. Spracovanie a prezentácia analýzy vybraného mediálneho komunikátu podľa stanovených podmienok + odovzdanie v písomnej podobe.

Záverečné hodnotenie je udelené na základe splnenia bodu I. a II. a následne úspešného spracovania a prezentácie mediálneho komunikátu, ktoré predstavujú 100% celkového hodnotenia (max. 100 bodov).

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

Záverečná hodnotiacia 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:

- orientuje sa a ovláda základné poznatky z oblasti teórie mediálnej komunikácie s dôrazom na kritickú analýzu mediálnych obsahov, ktoré slúžia ako základ pre prax alebo výskum,
- dokáže analyzovať a syntetizovať problémy, posudzovať jednotlivé aspekty mediálneho prostredia a jeho potenciálneho vplyvu na jednotlivca a spoločnosť,
- kritická analýza mediálnych obsahov, ich prepojenie s existujúcimi spoločenskými vzťahmi, normami a hodnotami tvorí základnú východiskovú pozíciu a poskytuje študentom príležitosť získať zručnosti a schopnosti, ktoré im poskytnú objektívnejší a hlavne kritickejší pohľad na médiá a nimi sprostredkované obsahy,
- disponuje prierezovými vedomosťami z oblasti teórie mediálneho diskurzu, informačnej a vedomostnej spoločnosti, rizikových procesov kreovania a spracovania mediálnych obsahov,
- dokáže diagnostikovať rôzne druhy médií vzhľadom na výskyt manipulatívnych a persuazívnych obsahov a prvkov;
- ovláda špecifiká a rozdiely percepcie printových a digitálnych textov a vie aplikovať vhodné čitateľské stratégie k ich porozumeniu,
- dokáže interpretovať a kreatívnym spôsobom prezentovať mediálne obsahy a informácie,
- je schopný vypracovávať odborné informačné a analytické výstupy z oblasti mediálnych a komunikačných štúdií,
- dokáže efektívne pracovať ako člen tímu,
- dokáže identifikovať a zhodnotiť etické, sociálne a ďalšie súvislosti riešených problémov,
- rozvíja analytické schopnosti, komunikačné a prezentačné zručnosti, schopnosť argumentácie a logické, kritické a kreatívne myslenie.

Stručná osnova predmetu

1. Organizačné pokyny. Evokácia predkladaných tém počas semestra. Úvod do problematiky.
2. Diskurz. Diskurzívna analýza textov. Teória N. Fairclougha.
3. Charakteristika súčasného mediálneho diskurzu.
4. Bulvarizácia a reklama v spravodajských textoch. Entertainizácia médií.
5. Manipulácia a persúázia v mediálnych obsahoch. Etické aspekty tvorby mediálnych komunikátov.
6. Dáta, informácie a vedomosti ako súčasť kritickej percepcie mediálnych textov. Informačná spoločnosť a médiá.
7. Informačná kvalita a jej meranie. Zdôvodnenie potreby merania informačnej kvality mediálnych textov a obsahov. Kritériá merania informačnej kvality.
8. Kritické čítanie mediálnych obsahov ako metóda diskurzívnej analýzy. Základné čitateľské stratégie.
9. Digitálny text a jeho kritická percepcia. Špecifiká digitálnych textov a ich porozumenie. Diferencie v čítaní printových a digitálnych obsahov. Kognitívne aspekty, digitálny multitasking.
10. Dezinformácie a vybrané mediálne kauzy. Mediálna gramotnosť a kritické myslenie.
11. Kritická analýza vybraných mediálnych obsahov.
12. Záverečná reflexia predkladaných tém a opakovanie poznatkov.

Odporúčaná literatúra

- Fairclough, N. (2015). Language and Power. Routledge.
- Hladíková, V. (2018). Transformation of thinking and education under the influence of internet communication. AD ALTA, 8(1), 99-103.
- Klimová, K. (2020). Na rozhraní komunikácie a persúázie. Modely a stratégie odborného diskurzu. Belianum.
- Schneiderová, S. (2015). Analýza diskurzu a mediální text. Karolinum.
- Spitzer, M. (2018). Digitálna demencia. Citadella.
- Svobodová, J., Hamrusová, Š. & Hinková, B. (2018). B.: Kritické čtení mediálních textů. Univerzita Palackého

v Olomouci.

Sedláková, R. (2015). Výzkum médií. Grada.