

Informačný list predmetu

Akademický rok 2024/2025

Vysoká škola	Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave
Fakulta	FMK UCM
Kód predmetu	KMEDV/22mdAMES903/22
Názov predmetu	antropológia a axiológia médií
Počet kreditov	5

Podmienky na absolvovanie predmetu

Študent odpovedá na tému pred komisiou na štátne skúšky.

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

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

Výsledky vzdelávania

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

- # Preukáže, že porozumel antropologicko-etickému kontextu médií,
- # v kontexte trendov technologického rozvoja zhodnotí ako kooexistencia človeka a digitálnych médií ovplyvňuje, transformuje človeka a identifikuje konkrétne oblasti
- # objasní, ako médiá prispievajú k zmene kvality života človeka zvažujúc individuálno-spoločenský kontext,
- # objasní, do akej miery sa človek prostredníctvom a pod vplyvom médií stáva človekom, resp. môže byť jeho bytie degradované,
- # rozumie podstate axiológie a axiologie (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 axiológie novinárov,
- # chápe a vie vysvetliť internet ako hodnotový 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 axiológie 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 axiológie,
- # reflektuje význam antropologických a axiologických tém a problémov pre oblasť mediálnej výchovy.

Stručná osnova predmetu

Stručná osnova predmetu:

1. Teoretické východiská antropologického skúmania vplyvu médií. Človek ako bytosť „homo medialis“. McLuhanovo „Médium je posolstvo“ – antropologická reflexia problému. O vplyve obrazových médií na kognitívne procesy človeka (vnímanie, pamäť, myslenie).
2. Hyperkonektivita a evolúcia „zosieťovaného individua“. Hyperindividuum ako sociálne a nesociálne individuum. Koncept ľudskej identity v digitálnom svete. Problém a dôvody virtuálnej (seba)reprezentácie človeka. Filtrovaná virtuálna identita.
3. Médium ako posolstvo o človeku dnešnej postfaktuálnej éry. Postfaktuálna éra a jej charakteristické javy. „Človek postfaktický“ ako kriticky (ne)mysliaci. Prejavy „kultivácie“ ľudských emócií v kultúre sociálnych médií.
4. Ľudská dôstojnosť a médiá. Pojem ľudskej dôstojnosti – antropologicko-etické východiská. Ľudská dôstojnosť a z nej odvodené ľudské práva. Ochrana ľudskej dôstojnosti v médiách – legislatívne a etické garancie. Problém nerešpektovania ľudskej dôstojnosti v reálnych mediálnych vyobrazeniach.
5. Axiológia a axiológia tradičných a nových digitálnych médií (povaha, história a vývoj; interdisciplinárne vzťahy, rámec problematiky a kategoriálny aparát (kľúčové pojmy a ich interpretácie).
6. Hodnota/dobro komunikácie, médií a informácií v individuálnom a spoločenskom živote človeka, jej základné úrovne.
7. Axiologický subjekt a hodnotový vplyv médií. Média ako hodnotovo-kultivačné činitele. Axiologicko-etický model súčasnej osobnosti v kontexte mediálneho obrazu.
8. Hodnotové/hodnotiace vedomie a myslenie vo vzťahu k médiám, jeho riziká a rozvoj. Hodnotový rámec mediálnych profesionálov. Profesijná axiológia novinárov.
9. Hodnoty kolektívnej mentalitý v kontexte historického vývoja spoločnosti a komunikácie. Axiologický obraz súčasnej civilizácie/kultúry v kontexte mediálnej kultúry, resp. pod vplyvom médií.
10. 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).
11. Hodnotenie nových digitálnych médií/technológií, ich hodnotová dimenzia, resp. (socio)kultúrna kvalita a jej determinanty.
12. Existenciálna axiológia a axiologická perspektíva post/transhumanizmu v kontexte mediálnej digitálnej kultúry.
13. Zhodnotenie prínosu antropologicko-axiologického skúmania médií v kontexte edukačných procesov mediálnej výchovy.

Odporúčaná literatúra

Baeva, V. L. (2014). Existential and Ethical Values in an Information Era. *Journal of Human Values*, 20(1), 33–43.

Baeva, V. L. (2017). Values of Mediasphere and e-Culture. *Przeglad wschodnioeuropejski*, 8(1), 173–184.

Bahar Firat, R. (2014). Media Usage and Civic Life: The Role of Values. *Journal of Social and Political Psychology*, 2(1), 117–142.

Brey, P. (1998). New Media and the Quality of Life. *Techné: Journal of the Society for Philosophy and Technology*, 3(1), 1–23.

Brey, P. (2007). Theorizing the Cultural Quality of New Media. *Techné. Research in Philosophy and Technology*, 11(1), 1–18.

Brey, P. (2009). Values in Technology and Disclosive Computer Ethics. In L. Floridi (Ed.), *The Cambridge*

Handbook of Information and Computer Ethics. Cambridge: Cambridge University Press.

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

Gálik, S., & kol. (2014). Kyberpriestor ako nová existenciálna dimenzia človeka. Łódź: Księży Młyn Dom Wydawniczy.

Gálik, S., & kol. (2014). Možnosti a nebezpečenstvá komunikácie na internete. Trnava: FMK UCM.

Gálik, S. (2018). Médiá a pravda. K epistemologickému problému mediálneho informovania. In S. Gáliková Tolnaiová, O. Marchevský, & D. Špirko (Eds.), Pravda. Teoretické a praktické kontexty. Bratislava: SFZ pri SAV.

Gáliková Tolnaiová, S., Marchevský, O., & Špirko, D. (2018). Pravda. Teoretické a praktické kontexty. Bratislava: Slovenské filozofické združenie pri SAV.

Gáliková Tolnaiova, S. (2015). On the problem of the "benefits of communication" in our information society. In M. Klobušická et al. (Eds.), Contemporary images of good (pp. 13-37). Krakow: Wydawnictwo AUREUS.

Gáliková Tolnaiova, S. (2014). Determinants of the humanizing effect of modern (electronic) media. European Journal of Science and Theology, 10(1), Suppl. 1, 195-206.

Gáliková Tolnaiova, S. (2017). Internetová komunikácia, (kyber)kultúra a fenomén normativity. In A. Javorská & O. Marchevský (Eds.), Kultúra civilizácia, normativita - dialógy a konflikty z pohľadu filozofie (pp. 157-163). Bratislava: FÚ SAV a SFZ pri SAV.

Gáliková Tolnaiova, S. (2017). Od virtuálneho a kyborgického tela k telu virtuálne kyborgickému (K reflexii tela a telesnosti v kontexte digitálnych médií). In P. Adamka (Ed.), Telo a telesnosť v kontexte súčasnej kultúry (pp. 95-102). Nitra: FF UKF.

Gáliková Tolnaiova, S. (2017). Telo a telesnosť v kontexte rozvoja informačno-komunikačných technológií. In D. Petranová, M. Solík, & J. Mináriková (Eds.), Megatrendy a médiá 2017. Budúcnosť médií I. (pp. 72-84). Trnava: FMK UCM v Trnave.

Gáliková Tolnaiova, S. (2019). Media and truth in the perspective of the practice and life form of the modern "Homo medialis." Communication Today, 10(1), 5-18.

Gáliková Tolnaiova, S., & Gálik, S. (2020). Cyberspace as a New Living World and Its Axiological Contexts. In E. Abu-Taieh, A. El Mouatasim, & I. H. Al Hadid (Eds.), Cyberspace (pp. 39-51). London: IntechOpen.

Gáliková Tolnaiova, S. (2016). Contemporary Internet: its existential dimension and sociocultural effect. European Journal of Science and Theology, 12(5), 61-72.

Hradiská, E. (2013). Identita a sebavnímanie adolescenta v mediálnom prostredí. In D. Petranová, S. Magál, & N. Vrabec (Eds.), Megatrendy a médiá 2013. Kultivácia médií - možnosti a bariéry (pp. 34-50). Trnava: FMK UCM.

Hochelová, V. (2008). Kultivujúce hodnoty verus zábava v spravodajstve. In S. Magál, M. Mistrík, & M. Solík (Eds.), Médiá, spoločnosť, mediálna fikcia (pp. 196-200). Trnava: FMK UCM.

- Kačínová, V., Kolčáková, V., & Petranová, D. (2014). Axiocentric media education as a strategy for the cultivation of media recipients. *European Journal of Science and Theology*, 1(10), 103-116.
- Kačínová, V. (2019). Fenomén hoaxov, "fake news," konšpiračných teórií v kontexte mediálnej výchovy. Trnava: FMK UCM.
- McLuhan, M. (2011). Jak rozumět médiím: extenze člověka. Praha: Odeon.
- Miháliková, I. (2013). Hodnoty ako východiská a ciele. Nitra: UKF.
- Murray, T. (2007). Toward collaborative technologies supporting cognitive skills for mutual regard. In *Proceedings of CSCL 2007*.
- Nekvapilová, I. (2009). Etické aspekty sociální komunikace. In I. Miháliková (Ed.), *Fyzika a etika III* (pp. 177-188). Nitra: FF UKF.
- Nutíl, P. (2018). Média, lži a příliš rychlý mozek: Průvodce postpravdivým světem. Praha: Grada.
- Petro, M., et al. (2010). Vplyv médií na sociálne a kultúrne hodnoty súčasnosti I. Prešov: PU.
- Plichtová, J., & Šestáková, A. (2019). Diskurzívna analýza predvolebnej diskusie kandidátov na prezidenta SR z hľadiska princípov deliberatívnej etiky. In I. Butoracová Šindlerová & B. Šramel (Eds.), *Publicity* (pp. 46-60). Trnava: FSV UCM.
- Poláková, E., & Masaryková, Z. (2011). Etika mediálnej komunikácie v online prostredí. Trnava: FMK UCM.
- Prensky, M. (2012). *H. Sapiens Digital: From Digital Immigrants and Digital Natives to Digital Wisdom: Hopeful Essays for 21st Century Learning*. Thousand Oaks, California: Sage.
- Pravdová, H. (2009). Determinanty kreovania mediálnej kultúry. Trnava: FMK UCM.
- Rainie, L., & Wellman, B. (2012). *Networked: The New Social Operating System*. Cambridge, MA: The MIT Press.
- Rankov, P. (2006). Informačná spoločnosť – perspektívy, problémy, paradoxy. Levice: LCA Publishers Group.
- Remišová, A. (2010). Etika médií. Bratislava: Kalligram.
- Seilerová, B., & Seiler, V. (2008). Človek-masmédiá-realita: K filozofickému "media turn". Bratislava: Iris.
- Spitzer, M. (2014). Digitální demence. Brno: Host.
- Spitzer, M. (2016). Kybernemoc. Brno: Host.
- Tornero, J. M. P., & Varis, T. (2010). Media literacy and new humanism. Moscow: UNESCO.
- Zimmer, M. (2005). Media Ecology and Value Sensitive Design: A Combined Approach to Understanding the Biases of Media Technology. *Proceedings of the Media Ecology Association*, 6.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu
slovenský, anglický