

Spoločenskovedný základ médií (filozofia médií, antropológia médií, axiologické aspekty mediálnych produktov, autorské a mediálne právo)

1. „Filozofia médií“ ako „genitívna“ filozofia a postmoderný fenomén. Definovanie filozofie médií, jej špecifikum (metóda, aspekty...). Počiatky, významné prelomy a obraty vo vývoji, základné formácie (projekty). Vznik a rozvoj súčasnej filozofie médií, teoretické prístupy a významní predstavitelia; legitimita a význam súčasného rozvoja. Povaha teórie v kontexte digitálnej transformácie.
2. Základné dejinné komunikačné paradigmy a otázka humanizujúceho efektu (technických) médií. Klasická dialogická a neklasická systémová komunikačná paradigma. Porozumenie autentickej komunikácie a problém humanizujúceho efektu nových médií (étos ako determinant komunikácie a médií). Hodnota, resp. dobro (jeho rôzne úrovne) informačno-komunikačných technológií v kontexte spoločensko-kultúrnych očakávaní a základné prístupy k ich hodnoteniu.
3. Médiá – realita – bytie/existencia. Médiá-realita-konštrukcia reality. „Kyberpriestor“ a „virtuálna realita“ v kontexte nových digitálnych médií (definície, základné prístupy k porozumeniu). Špecifiká digitálnych virtuálnych svetov. Čas, priestor a fenomén virtualizácie. Kyberpriestor ako existenciálna dimenzia. Virtuálne (verzus reálne) bytie a kyberskúsenosť subjektu (povaha, významné prvky a hodnotenie).
4. Človek, spoločnosť a fenomén ich mediatizácie („mediomorfózy“). „Obraz človeka“ a charakteristiky osobnosti a spoločnosti v kontexte „slabej“ a „silnej“ verzie „mediomorfózy“. Povaha mediovaného „životného sveta“, významné fenomény osobnej a spoločenskej každodennosti (problém „zombifikácie“ a infotechnicizmus, „umenie žiť“ a étos v mediasfére). Internetový kyberpriestor ako špecifický „životný svet“ človeka (spoločnosti).
5. Médiá v kontexte poznávania a poznania. Epistemická dimenzia média („mediatické apriori“). Konštruktívna povaha média/poznania. Vplyv nových (technických) médií na poznávacie procesy, stratégie myslenia. Reformácia poznávania/poznania v kontexte internetu a internetovej komunikácie; nový typ poznávacích aktov a racionalita. Dôsledky v oblasti edukácie.
6. Človek ako bytosť „homo medialis“. McLuhanovo „Médium je posolstvo“ – antropologická reflexia problému. Od „homo sapiens“ k „homo videns“. O vplyve obrazových médií na kognitívne procesy človeka (vnímanie, pamäť, myslenie). Multitasking.
7. Identita človeka v kontexte digitálnych médií. Pojem identity človeka. Nové technológie ako protagonisti postmodernej koncepcie identity človeka. Virtuálna identita, povaha identity, jej konštrukcia a fenomén tela/telesnosti „online“. Problém „filtrovanej“ virtuálnej identity. Dôvody ideálnej sebaaprezentácie mladého človeka v prostredí internetu. Problém multiplikácie identít mladého človeka vo virtuálnom svete.

8. Antropologicko-axiologické aspekty nových médií – ich pozitívne a negatívne vplyvy na človeka (oblasť komunikácie, sociálna oblasť človeka). Eskapizmus. Internetové závislosti.
9. 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. Bulvarizácia a komercializácia mediálnych obsahov. Hlavné znaky.
10. Médiá a fenomén kultu tela. Mediálne prezentovaný ideál fyzickej krásy a jeho možné vplyvy na osobnosť a správanie sa mladého človeka. Obraz človeka v reklame. Problém stereotypných obrazov človeka v médiách a reklame.
11. Problém mediálne prezentovaného násilia. Motívy recipovania násilia v médiách deťmi a mladými ľuďmi. Typológia účinkov mediálneho násilia na človeka. Faktory vplyvu mediálneho násilia. Morálny aspekt mediálneho násilia a spôsoby jeho posúdenia. Kontextové faktory zobrazenia násilia. Mechanizmy ospravedlňovania násilia v médiách a ich vplyv na morálne usudzovanie dieťaťa a mladého človeka.
12. Úloha a poslanie médií ako nositeľov a komunikátorov hodnôt (3 oblasti: mediálne obsahy, činnosť médií a pozadie tvorby mediálnych obsahov, užívateľská spôsobilosť). Médiá ako nositelia a šíritelia hodnôt v kontexte „hodnotového ducha“ postmodernej spoločnosti.
13. Edukačné stratégie sprostredkovania a osvojovania si mediálne prezentovaných hodnôt. Axiocentrická mediálna výchova. Charakteristika. Východiská – uplatňovanie pozitívnej hodnotovej exemplifikácie prostredníctvom médií. Rozvoj hodnotiaceho myslenia u jednotlivca.
14. Algoritmus transmisie hodnôt v procese axiocentrickej mediálnej výchovy. Aplikácia taxonómie cieľov D. B. Kratwohla afektívnej oblasti. Príklady učebných aktivít.
15. Zhodnotenie prínosu antropologicko-axiologického skúmania médií v kontexte edukačných procesov mediálnej výchovy.
16. Vymenujte a vysvetlite, aké vzťahy chráni Autorský zákon. Charakteristika vedeckého diela. Charakteristika umeleckého výkonu. Databáza a jej použitie. Výrobca zvukového a zvukovoobrazového záznamu.
17. Charakterizujte autora a vymenujte jeho práva v zmysle Autorského zákona. Práva autora. Osobnostné práva. Majetkové práva.
18. Vznik, trvanie a zánik autorskoprávnej ochrany diela a výnimky autorskoprávnej ochrany diela. Okamih vzniku práva na dielo. Dĺžka trvania ochrany anonymného a pseudonymného diela. Voľné dielo

19. Sloboda prejavu v Slovenskej republike a normy ktoré ju upravujú. Ústava SR. Zákony SR (Zákon o periodickej tlači, RTVS, Zákon o slobodnom prístupe k informáciám atď.).
20. Reklama a jej právna úprava v Slovenskej republike. Reklama na lieky. Reklama na zbrane. Reklama tabakových výrobkov. Reklama na alkohol.

Odporúčaná literatúra:

- BUSCHMANN, G.: Das Menschenbild (in) der Werbung. In *Merz*, 47, 2003, č. 4, s. 48 - 58.
- DEUZE, M. 2015. *Media life. Život v médiách*. Praha: Karolinum 2015. ISBN 978-80246-2815-8.
- Etický kódex reklamnej praxe*. Dostupné na: <http://www.rpr.sk/sk/eticky-kodex>.
- GÁLIK, S.: *Filozofia a médiá. K filozofickej reflexii vplyvu médií na utváranie (súčasnej) kultúry*. Bratislava : Iris, 2012. 104 s. ISBN 978-80-89256-86-0.
- GÁLIK, S.: *Duchovný rozmer krízy súčasného človeka*. Bratislava : Iris, 2010. 93 s. ISBN 978-80-89238-39.2.
- GÁLIK, S. a kol.: *Kyberpriestor ako nová existenciálna dimenzia človeka*. Łodz : [Księży Młyn Dom Wydawniczy](#), 2014, kap. I., 1,2.
- GÁLIK, S. a kol.: *Možnosti a nebezpečenstvá komunikácie na internete*. Trnava : FMK UCM, 2014. kap.1, 2.
- GÁLIK, S. a kol.: *Premeny identity človeka v kyberpriestore digitálnych médií*. Łodz : Dom Wydawniczy Michal Kolinski, 2016. ISBN 978-83-7729-346-1.
- GÁLIKOVÁ TOLNAIOVÁ, S.: Postmoderná transformácia edukácie a vzdelanosti v kontexte kyberpriestoru. In: Gálik a kol. *Vplyv kyberpriestoru na premeny súčasnej vzdelanosti*. Łodz : Dom Wydawniczy Michal Kolinski, 2015, s. 26 – 53. ISBN 978-83-7729-296-9.
- GÁLIKOVÁ TOLNAIOVÁ, S.: On problem of the „benefits of communication“ in our information society. In: KLOBUŠICKÁ, M et al.(ed.) *Contemporary Images of Good*. Kraków : Wydawnictwo Aureus, 2015, pp. 13 – 38. ISBN 978-83-60741-76-4.
- GÁLIKOVÁ TOLNAIOVÁ, S.: *Filozofia komunikácie a médií v kontexte ich digitálnej transformácie*. In JAVORSKÁ, A. a kol. (eds.) *Metafilozofia – prax*. Bratislava : FÚ SAV a SFZ pri SAV, 2016, s. 240 – 251. ISBN 978-80-970303-7-7.
- GAŽOVÁ, V.: *Filozofia médií*. In Vopálenký, J. (ed.) *Médiá na prahu tretieho tisícročia. Človek v sieti mediálnej recepcie*. Trnava : FMK UCM, 2003, s. 9 – 22. ISBN 80-89034-34-9.
- IŁOWIECKI, M. – ZASEPA, T.: *Moc a nemoc médií*. Bratislava : Typi Universitatis Tyrnaviensis, vydavateľstvo Trnavskej univerzity, spoločné pracovisko TU a VEDY, vydavateľstva SAV, 2003. 183 s. ISBN 80-224-074-2

JURINA, J.: *Kríza postmodernej kultúry : vplyv postmoderného myslenia na súčasnú kultúru*. Bratislava : (b.m.v), 2002

KAČINOVÁ, V.: *Teória a prax mediálnej výchovy : mediálna výchova ako súčasť všeobecného školského vzdelávania*. Trnava : UCM, 2015. 253 s. ISBN 978-80-8105-763-2.

KAČINOVÁ, V.: *Mediálna výchova v rodine*. In: [Rodina a médiá](#) : XXIII. medzinárodný kongres rodiny Ružomberok 5.-7. septembra 2008 : zborník zo svetovej vedeckej konferencie. Ružomberok : Katolícka univerzita v Ružomberku, 2009. ISBN 978-80-8084-421-9, s. 377-386.

KAČINOVÁ, V.: *Od čitateľskej k mediálnej gramotnosti - výzva pre súčasnosť a budúcnosť* / Viera Kačínová, 2013. In: [Staré a nové médiá - starí a mladí používatelia](#) : zborník štúdií o informačnej a mediálnej gramotnosti. Bratislava : STIMUL, 2013. - ISBN 978-80-8127-089-5, s. 49-60.

KAČINOVÁ, V. – KOLČÁKOVÁ, V. – PETRANOVÁ, D.: Axiocentric media education as a strategy for the cultivation of media recipients. In *European Journal of Science and Theology*, February 2014, Vol.10, No.1, 103-116 . Dostupné na: http://www.ejst.tuiasi.ro/Files/43/10_Kacinova%20et%20al.pdf

KUNCZIK, M.: *Základy masové komunikace*. Praha : Karolinum, 1995. 307 s. ISBN 80-7184-134-X.

LOHISSE, J.: *Komunikační systémy*. Praha : Karolinum, 2003. 198 s. ISBN 80-246-0301-2

MYERSON, G.: *Heidegger, Habermas a mobilní telefon*. Praha : Triton, 2003. ISBN 80-7254-368-7.

MEYROWITZ, J.: *Všude a nikde : Vliv elektronických médií na sociální chování*. Praha : Karolinum. ISBN 80-246-0905-3

McLUHAN, M.: *Jak rozumět médiím: extenze člověka*. Praha : Mladá fronta, 2011. 399 s. ISBN 978-80-204-2409-9

McLUHAN, Marshall.: *Člověk, médiá a elektronická kultura*. Brno : Jota, 2000. 420 s. ISBN 978-80-7217-128-6.

POSTMANN, N.: *Ubavit se k smrti*. Praha : Mladá fronta, 1999. ISBN 978-80-204-2206-4

PETRANOVÁ, D.: *Násilie v médiách*. Trnava : UCM, 2013. 83 s. ISBN 978-80-8105-488-4

PIRNER, L. M. – RATH, M. (Hrsg.): *Homo medialis – Perspektiven und Probleme einer Anthropologie der Medien*. München : Kopaed, 2003. ISBN 3-935686-47-1

PRAVDOVÁ, H.: *Determinanty kreovania mediálnej kultúry*. Trnava : Fakulta masmediálnej komunikácie, 2009. 359 s. ISBN 978-80-8105113-5.

REMIŠOVÁ, A. *Etika médií*. Bratislava : Kaligram, 2010. 310 s. ISBN 978-80-8101-376-8

Výchova a vzdelávanie ako nástroj (de)formovania hodnotového systému spoločnosti III. Zborník z konferencie, Ružomberok 2013. Ružomberok : Verbum, 2014. 88 s. ISBN 978-80-561-0108-7

Novelizované znenie Zákona o vysielaní a retransmisii č. 308/2000 Z.z. a o zmene zákona č. 195/2000 Z.z. o telekomunikáciách zo 14. septembra 2000

Dostupné na: <http://www.rvr.sk/_cms/data/modules/download/1311150454_zakon_c_308_2000_Z.z._o_vysielani_a_retransmisii.pdf>

ROCHE OLIVAR, R.: *Etická výchova*. Bratislava : Orbis Pictus Istropolitana, 1992. ISBN 80-7158-001-5, kap. 8

SEILEROVÁ, B. – SEILER, V.: *Človek-masmédiá-realita. K filozofickému „medial turn“*. Bratislava : Iris, 2008. ISBN 978-80-89256-29-7.

SPOUSTA, V.: *Masmédiá jako sociálně-pedagogický problém*. In: *Pedagogická revue*, 2004, roč. 56, č. 3, s. 274-285

SPITZER, M.: *Digitální demence*. Brno : Host, 2014. 342 s. ISBN: 9788072948727;

ZASĚPA, T. – OLEKŠÁK, P. – GAZDA, I.: *Etika v žurnalistike*. Ružomberok : FF KU, 2009, 267 s. ISBN 978-80-8084-479-0.

PhDr. Viera Kačínová, PhD.
PhDr. Sabína Gáliková Tolnaiová, PhD.
JUDr. Milan Botík, PhD.