



EVROPSKÁ UNIE
Evropské strukturální a investiční fondy
Operační program Výzkum, vývoj a vzdělávání



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY

Nová média a mediální gramotnost (5HP 438)

Průvodce studiem

Typ předmětu: povinný

Rozsah studijního předmětu: 2 hod. za týden

? ECTS kreditů

Způsob zakončení: zkouška

Další požadavky na studenta: Průběžné tematické úkoly a individuální práce, absolvování závěrečného testu

Stručná anotace předmětu:

Cílem kurzu je poskytnout aktuální informace o nových technologiích, které vstupují do mediálního prostředí a veškeré konotace, které s tím souvisejí a z toho vyplývají. Změna mediální mapy po vstupu internetového prostředí je zásadní v několika směrech – ve vztahu ke společnosti, ve vztahu k publiku, ve vztahu k pozici a profesi novináře a tím vším prostupuje fenomén interaktivity v míře dosud v mediálním světě neznámé. To všechno s sebou nese stále se zvyšující potřebu dobré orientace v mediálním prostředí, ve faktech a práci s informacemi, jejich chápání, uvádění do souvislostí, což znamená vyšší a náročnější formu mediální gramotnosti. V tomto smyslu předmět ústrojně navazuje na předmět Informace, dezinformace a propaganda, protože dovádí do konkrétních důsledků obecné poznatky o práci s informací a manipulačních technikách užívaných v mediálním světě. Předmět nepochybně bude co do průběžných inovací a stálého doplňování velmi dynamický, protože zachycuje právě v současnosti probíhající technologické, a je provázející i společenské změny., a proto také čím dál vyšší nároky na průběžné doplňování prvků a aspektů digitální komunikační a mediální gramotnosti.



EVROPSKÁ UNIE
Evropské strukturální a investiční fondy
Operační program Výzkum, vývoj a vzdělávání



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY

Po úspěšném absolvování budou studenti schopni:

- Orientovat se v nepřehledném světě internetových médií, rozlišovat jejich typy, druhy a důvody existence popř. cíle působení na publikum
- Využívat sociální sítě i zpravodajské a názorové servery jako zdroj informací i způsob komunikačního působení na internetovou veřejnost a také chápat jejich význam a možné využití v marketingu a ekonomické praxi
- rozlišit mezi informačními a manipulačními obsahy v internetových médiích a zejména naučit se nacházet zájmové pozadí manipulací a dezinformací v těchto médiích
- využívat výhod fenoménu interaktivity na internetových médiích, hypertextu a zdrojování jako cesty k získání relevantní informace a následně tvorby webové žurnalistiky
- chápat nový společenský význam, který přinášejí internetová média, ať už v oblasti samotného získávání a šíření informací, tak ve sféře ovlivnění publika a jeho hodnotových vzorců
- využívat prvků „občanské“ a „participativní“ žurnalistiky a kombinovat je se standardní žurnalistickou tvorbou v jiných typech médií
- reflektovat zásadná prohloubení faktorů etiky v mediálním prostoru, a to na všech stranách těch, kdo do něj vstupují, ať už jako autoři, nebo jako publikum (či obojí zároveň)

Obsah předmětu:

1. Proměna mediální technologie jako zdroj proměny pojetí žurnalistiky jakožto oboru lidské činnosti, zdroje informací a práce s nimi



EVROPSKÁ UNIE
Evropské strukturální a investiční fondy
Operační program Výzkum, vývoj a vzdělávání



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY

2. Potenciál internetu jako zdroje proměny dříve zavedených kánonů sociologie žurnalistiky (zejména dominantního paradigmatu dle McNaira a McQuaila)
3. Interaktivita, její pozitivní i negativní průvodící jevy, charakteristiky a dopady, fenomén „komentářů“ pod texty a právní a etický rozměr tohoto fenoménu
4. Vliv přesunu mediální hegemonie na vlastnické struktury a majetkové zázemí tzv. nových médií, vliv a chování trhu vůči „novým“ médiím na pozadí trendů v oblasti médií tradičních, proměny chování reklamního trhu ve vztahu k novým médiím, kartelové dohody a politické vlivy
5. Globalizační prvky vstupující do prostředí internetových médií – z povrchnění, komercializace, vizualizace, nové formy vědomostních propastí, „digitální demence“, závislosti na digitálních médiích
6. Vliv digitálních médií na postavení a chápání role novináře a publika – jejich vzájemné prolínání a záměny, nový pohled na autorství z hlediska etického i právního. Otázka autorské anonymity, pseudonymity a manipulace.
7. Vliv digitální technologie na samotnou praxi žurnalistických žánrů, využívání audio/video obsahu, výhody i handicap a rizika „roztříštěné pozornosti“ a „přesycené informovanosti“
8. Nové projevy influencismu – blogosféra, vlogosféra, generační posun producentů internetových obsahů
9. Politický význam nových médií – jejich boj s tradičními médii a snaha tradičních médií zpomalit technologický vývoj politickými vlivovými prostředky
10. Nové vztahy se zdroji moci a mocenskými institucemi a procedurami. Nezbytnost redefinice celé oblasti mediální gramotnosti a její role ve společnosti. Negativní role snah o administrativní či politické regulace internetové komunikace.



EVROPSKÁ UNIE
Evropské strukturální a investiční fondy
Operační program Výzkum, vývoj a vzdělávání

MSMT
MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY

11. Občanský resp. participativní žurnalismus jako nová forma občanské angažovanosti a její vliv na mediální obsahy a skrze ně na další trendy vývoje společnosti.
12. Redefinice pojmu alternativní (resp. konkurenční) paradigma, otázka dalšího smyslu či formy existence veřejnoprávních médií.
13. Nový pohled na svobodu médií – a odpovědnost působení v nich – názorové trendy, extrémy a racionální aproximace. Otázka důvěry veřejnosti v nová i tradiční média.

Rozsah a obsahové zaměření individuálních prací studentů:

Seminární povinnosti (podmínkou pro připuštění ke zkoušce):

1. Rešerše vybraného odborného titulu z oblasti nových médií v rozsahu 7-10 slidů, prezentace v semináři (typově z okruhu autorů např. N.Negroponte, M.Spitzer, R. McChesney, L.Manovich, G. Vattimo, M. Deuze, K.Jakubowicz, G.Lipovetsky atd.);
2. Analýza vybraného webového portálu (zpravodajský nebo názorový portál) – analyzujeme obsahovou, redakční, formální, obrazovou stránku, a také způsob komunikace s publikem a veřejností, jakož i práci s umístováním a množstvím reklamy - v rozsahu 7-10 slidů, prezentace v semináři;
3. Tvorba sady vlastních autorských materiálů různých žánrů určených pro webové médium dle vlastního výběru, podmínkou je přímý tematický vztah k oblasti ekonomiky, popř. politiky, médií a vysokoškolské tematiky. Rozsah min. 3 autorské texty prezentované v grafické úpravě na webovém médiu (webnode, e-stránky atd.)

Studijní literatura:

Povinná:



EVROPSKÁ UNIE
Evropské strukturální a investiční fondy
Operační program Výzkum, vývoj a vzdělávání



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY

MCQUAIL, D. Žurnalistika a společnost. Praha: Karolinum 2016. ISBN 978-80-246-3093-9

MACEK, J. Úvod do nových médií. Ostravská univerzita v Ostravě 2011. ISBN: 978-80-7464-025-4

BEDNÁŘ, V. Internetová publicistika. Praha: Grada 2011. ISBN 978-80-247-3452-1

NEGROPONTE, N. Digitální svět. Praha: Management press 2001. ISBN 80-7261-046-5

JIRÁK, J., PAVLIČÍKOVÁ h. A KOL. Média pod lupou (Mediální výchova jako téma celoživotního vzdělávání) . Praha: Powerprint 2013. ISBN 978-80-87415-70-2

JIRÁK, J., MIČIENKA, M. a kol. Základy mediální výchovy: Rozumět médiím. Praha: Portál 2007. ISBN:978-80-7367-315-4

Doporučená:

DEUZE, M.: Život v médiích. Praha: Karolinum 2015. ISBN 978-80-246-2815-8

SPITZER, M. Digitální demence. Brno: Host 2014. ISBN:978-80-7294-872-7

SPITZER, M. Kybernemoc. Brno: Host 2016. ISBN: 978-80-7491-792-9

MIRZOEFF, N. – Úvod do vizuální kultury. Praha: Academia 2012. ISBN 978-80-200-1984-4)



EVROPSKÁ UNIE
Evropské strukturální a investiční fondy
Operační program Výzkum, vývoj a vzdělávání



Toto dílo podléhá licenci Creative Commons
Uveďte původ – Zachovejte licenci 4.0 Mezinárodní.

