**Úvod do mediální výchovy**

jaro 2019

**lektor**: Pavel Sedláček, [pavelsedlacek@mail.muni.cz](mailto:pavelsedlacek@mail.muni.cz)

**formát:** přednáška + seminář

**konzultace**: po předešlé emailové dohodě, pracovna 5.33 nebo 5.32

**rozvrh:** pondělí10:00—11:40, AVC (5.34); výuka se nekoná: 25.3., 16.4., 6.5. (lektor hostuje v zahraničí), 22.4. Velikonoční pondělí (svátek)

Osnova

1. Úvod do kurzu: : obsah a klíčové pojmy mediální výchovy a mediální gramotnosti.

Informace o hlasování k místu konání exkurzí/debat/workshopů.

1. Jak fungují média a reklama a kdo a jak je reguluje? Cenzura vs regulace vs svoboda slova.
2. Cesty (masmediální) komunikace, druhy a funkce médií.
3. Mainstream vs alternativní média.
4. Klady a zápory médií veřejné služby.
5. Komercionalizace, infotainment a publikum.
6. Etika médií a sociálních sítí – teorie vs praxe.
7. Ověřování zdrojů a fakt – workshop.
8. Pomluvy (smear), dezinformace, alternativní fakta a fake news.
9. Investigativní novinářství – pýcha médií.
10. Zpravodajství v čase mimořádných událostí.
11. Média, sociální sítě: propaganda a manipulace. Trolling v internetových debatách. Leaks jako příklad manipulace?
12. Sexismus a genderové stereotypy nejen v reklamách – workshop.
13. Debata/workshop na FSS na zvolené téma a exkurze ve vybraném médiu dle hlasování.
14. průběžný test a průběžné studentské prezentace – např. témata Media Stories, Parody News, Reality TV, Celebrity, Sports Media, Advertising, Video Games, Animation.
15. Závěrečné setkání: netradiční ukončení a zpětná vazba.

*Pozn. Pořadí témat je orientační, lektor si vyhrazuje právo jej pozměnit na základě účasti experta a konečného počtu zapsaných studentů.*

Hosté

Youri van der Weide, open source investigator, povede 2 na sebe navazující workshopy v angličtině, které budou zaměřeny na verifikaci informací/videí/fotografií; zástupkyně Nesehnutí povede workshop Genderové stereotypy nejen v reklamě; další hostování (zástupce médií/novinářů) a exkurze budou oznámeny v průběhu semestru přímo ve výuce a emailem, přičemž o místech exkurze rozhodují všichni zapsaní studenti hlasováním ve třetím výukovém týdnu daného semestru.

Anotace

Záměrem lekcí je přiblížit vybraná témata spojovaná společenskovědní diskuzí s oblastmi mediální výchovy a mediální gramotnosti. Kurz má podobu teoretické i praktické práce s vybranými audiovizuálními záznamy a texty v rámci sledovaných tematických oblastí. Záměrem předmětu je uvedení frekventantů kurzu do dané problematiky a seznámení je s přínosy i limity vymezených oblastí. Studující budou využívat potenciál e-learningu. Při hodinách budou pracovat individuálně i ve skupinách. Část obsahu kurzu mohou studující ovlivnit vlastní volbou (například výběrem místa mediální exkurze). Studující připraví v průběhu semestru summary z povinných studijních zdrojů a provedou individuální i skupinové prezentace. Nedílnou součástí je vzájemné sdílení zkušeností formou debat, exkurzí a workshopů s experty.

Cíle předmětu

Absolventi kurzu budou:

1. lépe rozumět základním principům fungování médií;
2. dokáží důkladněji popsat vztah médií a trhu a s tím související podobu mediovaných sdělení;
3. schopni objasnit nejvýraznější pozitiva a negativa existence nových médií pro publikum;
4. aktivněji a efektivněji přistupovat z pozice uživatele k informacím a k jejich ověřování.

Výukové metody

1. Monologická (výklad, přednáška, instruktáž). 2. Dialogická (debata, brainstorming). 3. Metody práce s textem (učebnicí, knihou), mediálním produktem, audiovizuálním záznamem. 4. Prezentace (statická projekce). 5. Kooperativní výuka. 6. Role play.

Metody hodnocení aneb jak dojít k zápočtu

1) P**ísemné úkoly z povinných studijních zdrojů** **(2x)**. Podmínkou je odevzdání textů do stanovených termínů a jejich akceptování lektorem. Požadavky a formát budou uvedeny na přednášce a emailem.

2) **Prezentace (1x).** Jejich rozdělení bude upřesněno dle konečného počtu zapsaných studujících. Požadavky a formát budou uvedeny během výuky, pro absentující bude potřebné sděleno emailem.

3) **Průběžné testy (2x)**. Rozsah: 3 otázky (1 uzavřená, 2 otevřené). Hranicí úspěchu jsou alespoň 2 správné odpovědi. Formát testu si budou moci studující odzkoušet v úvodu semestru.

4) **Docházka.** Je povinná při účasti hostů, exkurzi, prezentaci a konání testů, ve zbývajících částech jsou povoleny 4 absence.

Podoba úkolů

Odevzdáváte v českém/slovenském jazyce.

**Summary:**

* *Rozsah*: min. 2 normostrany (30 řádků o 60 znacích), tj. 3600 znaků včetně mezer.
* *Podoba*: souvislé shrnutí vybraných textů.
* *Termín*: text vložen studujícími do IS do příslušného adresáře nejpozději do **půlnoci posledního dne k odevzdání** (viz terminář níže).
* *Formát odevzdaných dokumentů*: Word.

**Povinná prezentace z vybraného odborného textu:**

* *Rozsah*: 20x20.
* *Podoba*: PechaKucha. Po prezentaci bude následovat diskuse.
* *Termín*: prezentace vložena studujícími do IS do příslušného adresáře nejpozději do **půlnoci dne předcházejícího samotné prezentaci** při výuce.
* *Formát odevzdaných dokumentů*: PowerPoint + podklady ve formátu Word (1 normostrana)

Studijní texty k summary a prezentacím jsou současně povinnou literaturou kurzu, pracuje se s nimi v přednáškách, při exkurzích, i proto je jejich kvalitní zpracování pro frekventanty kurzu samozřejmostí.

Termíny písemných úkolů

* řádné: 17.3., 31.3. 2019
* opravné: 24.3., 7.4. 2019

Termín prezentace

* 15.4. a/nebo 13.5. 2019 (definitivní rozdělení bude upřesněno při výuce a emailem dle počtu studujících a časových dispozic případných hostů)

Termíny průběžných testů

* 18.3. a 29.4. 2019 (definitivní datum bude upřesněno při výuce a emailem dle počtu studujících a časových dispozic případných hostů)

Doplňující informace

Lektor doporučuje studujícím využívat při práci notebooky usnadňující jejich aktivitu na internetu při plnění dílčích úkolů přímo v hodinách. Metodika výuky podporuje rozrušení tradiční jednostranné komunikace směrem od lektora ke studujícím.

Studijní zdroje (výběr):

BARAN, Stanley J. *Introduction to mass communication : media literacy and culture*. 8th ed. New York, NY: McGraw-Hill, 2013. 1 svazek. ISBN 9780073526218.

GREGOR, Miloš a Petra VEJVODOVÁ. *Nejlepší kniha o fake news, dezinformacích a manipulacích!!!* 1. vydání. Brno: CPress, 2018. 142 stran. ISBN 9788026418054.

KLEIN, Woody. 2010. *The inside stories of modern political scandals*. Santa Barbara: Praeger.

*Media literacy : new agendas in communication*. Edited by Kathleen Tyner. 1st pub. New York: Routledge, 2010. xii, 243. ISBN 9780415872218.

PIKE, Deidre. 2014. *Media Literacy*. New York: Idebate Press.

POTTER, W. James. 2016. *Media literacy*. Eight edition. Los Angeles: Sage, xxiii, 546.

SILVERBLATT, Art. *Media literacy : keys to interpreting media messages*. 3rd ed. Westport, Conn.: Praeger, 2008. xii, 499. ISBN 9780275992583.

SILVERBLATT, Art, Jane FERRY a Barbara FINAN. *Approaches to media literacy : a handbook*. Armonk: M.E. Sharpe, 1999. xii, 280. ISBN 0765601850.

VOLEK, Jaromír; URBANÍKOVÁ, Marína. *Čeští novináři v komparativní perspektivě*. Praha: Academia, 2017. s. Společnost, sv. 18.

------------

*Dělníci bulváru* (ČR, 2014, rež. Vít Klusák)

*Prsa aneb Příběhy obyčejného sexismu* (ČR, 2016, Nesehnutí)

*Svět podle TV Russia Today* (Niz., 2014, rež. Misja Pekel)

*Black Mirror* (Velká Británie, 2011-2019)

*Brexit: The Uncivil War* (Velká Británie, rež. Toby Haynes, 2019)