

Úvod do mediální výchovy

jaro 2019

lektor:	Pavel Sedláček, pavelsedlacek@mail.muni.cz
formát:	přednáška + seminář
konzultace:	po předešlé emailové dohodě, pracovna 5.33 nebo 5.32
rozvrh:	pondělí 10:00—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.
 2. Jak fungují média a reklama a kdo a jak je reguluje? Cenzura vs regulace vs svoboda slova.
 3. Cesty (masmediální) komunikace, druhy a funkce médií.
 4. Mainstream vs alternativní média.
 5. Klady a zápory médií veřejné služby.
 6. Komeracionalizace, infotainment a publikum.
 7. Etika médií a sociálních sítí – teorie vs praxe.
 8. Ověřování zdrojů a fakt – workshop.
 9. Pomluvy (smear), dezinformace, alternativní fakta a fake news.
 10. Investigativní novinářství – pýcha médií.
 11. Zpravodajství v čase mimořádných událostí.
 12. Média, sociální sítě: propaganda a manipulace. Trolling v internetových debatách. Leaks jako příklad manipulace?
 13. Sexismus a genderové stereotypy nejen v reklamách – workshop.
 14. Debata/workshop na FSS na zvolené téma a exkurze ve vybraném médiu dle hlasování.
 15. průběžný test a průběžné studentské prezentace – např. témata Media Stories, Parody News, Reality TV, Celebrity, Sports Media, Advertising, Video Games, Animation.
 16. 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 společenskovední 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:

- a) lépe rozumět základním principům fungování médií;
- b) dokáží důkladněji popsat vztah médií a trhu a s tím související podobu mediovaných sdělení;
- c) schopni objasnit nejvýraznější pozitiva a negativa existence nových médií pro publikum;
- d) 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) **Písemné 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 vložená 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)