

Představení kurzu
ZUR386 Novináři 20. a 21. století
kurz je zařazen do projektu e-learningu IS MU
(podzim 2013)

Vyučující

Mgr. Pavel Sedláček, e-mail: 2321779@gmail.com

Konzultace

K dispozici jsem bezprostředně po ukončení středeční výuky. V ostatním čase mne, prosím, nejprve kontaktujte e-mailem. V textu pokaždé uveďte kód kurzu (ZUR386) a stručnou formou definujte Váš dotaz. Bude-li to nezbytné, následně se dohodneme na osobní konzultaci.

Termín výuky

Dle instrukcí lektora nebo ve středu od 19:45 do 21:15 v místnosti U53, budova FSS.

Účast na přednáškách

Je povinná při účasti pozvaných hostů: ve středu 25. září, ve čtvrtek 7. listopadu a v pátek 22. listopadu. V dalších částech semestru výuka probíhá buď v budově FSS, kde je nutná alespoň 70% účast, anebo s pomocí e-learningové podpory. Více bude uvedeno lektorem v tzv. orientačním týdnu.

Jazyk výuky

Čeština + angličtina (část studijních zdrojů je v anglickém jazyce + přednáška zahraničního lektora).

Struktura a metodika kurzu

Hlavní část: Kurz je zařazen do projektu e-learningu IS MU, z čehož vyplývá dominující způsob výuky a domácích úkolů. Nedílnou součástí jsou přednášky spojené s diskusí. Domácí práce mohou být součástí prezentací a debat při pozdější výuce. Doplňková část: individuální a skupinové úkoly (forma workshopu), komentované audiovizuální záznamy/dokumenty demonstrující probíraná témata. Lektor doporučuje studujícím využívat pro práci

nejmodernějších komunikačních technologií usnadňujících jejich práci na internetu při plnění dílčích úkolů přímo ve výuce.

Vedle dané struktury kurzu lektorem budou spolutvůrci obsahu samotní studující, kteří v rámci debat mohou nabídnout nové úhly pohledu na dané otázky a tím přispějí k obohacení náplně předmětu. Navíc u některých domácích úkolů si studující vybírají z nabídky dané lektorem. Metodika výuky podporuje rozrušení tradiční jednostranné komunikace směrem od lektora ke studujícím.



Cíl kurzu

Při seznamování se s klíčovými osobnostmi spojenými s médií je kladen důraz na širší kontext jejich tvorby. Studenti mají být schopni lepší reflexe světa médií, uvědomění si úskalí/přínosů žurnalistické práce a důležitosti kultivace mediální gramotnosti. Kurz si klade za další cíle: podporování práce s moderními komunikačními prostředky a rozvoj umění argumentace. Ve vybraném přehledu osobností a témat je kladen důraz na období od druhé poloviny minulého století po současnost. Teritoriálně je zájem soustředěn na středoevropský a angloamerický kontext.

Motto kurzu:

„It is not enough for journalists to see themselves as mere messengers without understanding the hidden agenda of the message and the myths that surround it.“

John, Pilger



Kritéria pro absolvování kurzu

Pro připomenutí:

Povinná účast na přednáškách hostů (ve středu 25. září, ve čtvrtek 7. listopadu a v pátek 22. listopadu) a ve zbývajících částech konaných na FSS alespoň 70%.

Zpracování úkolů dle zadaných kritérií a v řádných termínech.

Aktivita v diskusích a při práci ve skupinách.

Schopnost prezentovat zadané téma.

Informace k písemným úkolům

- min. rozsah: 3 normostrany, tj. 25 řádků x 60 úhozů = 3000 znaků včetně mezer (vyjma příloh)
- korektní práce s citacemi včetně odkazování na původní zdroje
- druh písma: Times New Roman
- velikost písma: 12, řádkování: 1,5
- zarovnávání odstavců: do bloku

Další kritéria hodnocení písemných úkolů:

- a) stylistická úroveň,
- b) logická provázanost textu,
- c) srozumitelnost, konkrétnost, jasnost argumentů,
- d) dodržení tématu a zadaného žánru (esej),
- e) včasné zavedení úkolů do ISu – termíny viz Odevzdávárna.

Vzor titulní strany písemných úkolů:

- 1) jméno a příjmení,
- 2) číslo úkolu,
- 3) počet znaků včetně mezer (vyjma příloh),
- 4) obsah s čísly stran:
 - I. Úvod...1,
 - II. (IIa, IIb, IIc) Názvy kapitol...,
 - III. Shrnutí...,
 - IV. (IVa, IVb) Studijní zdroje: a) tištěné..., b) on-line...,
 - V. Přílohy...

Témata a povinná literatura k vypracování úkolů

Pozornost bude věnována osobnostem a tématům, které s jejich prací souvisejí.

Diskutovanými pojmy mj. budou: seriózní vs bulvární média; média veřejná služby a média komerční; stará a nová média; mediální korporace; publikum; bulvarizace mediálních obsahů; etika médií; Web 2.0, mediální gramotnost; nová média; propaganda; normalizace; perestrojka;

cenzura; samizdat; hudební žurnalistika; komentář; agenda setting; reklama; mediální obraz; mediální aktivismus a občanská žurnalistika; média a každodennost.

Struktura kurzu s úkoly je pro přehlednost shrnuta do několika hlavních okruhů.