

KARTA KURSU

Nazwa	Socjologia środków masowego przekazu
Nazwa w j. ang.	Sociology of Mass Media

Koordynator	Aldona Guzik, dr	Zespół dydaktyczny
		Aldona Guzik, dr
Punktacja ECTS*	3	

Opis kursu (cele kształcenia):

Kurs ma przybliżyć studentom historię rozwoju środków masowego przekazu oraz związane z tym teorie i modele komunikowania masowego. Koncentruję się w nim na socjologicznym opisie fenomenu masowego komunikowania oraz analizie społecznych i kulturowych skutków procesów "globalnego" komunikowania: upowszechniania wzorów kulturowych, stylów życia, systemów wartości dzięki zwiększającej się wymianie międzynarodowej, sieciom telewizji satelitarnej i kablowej, produkcji filmowej, Internetowi (sieciom komputerowym). Zwracam uwagę uczestników kursu na tworzenie się nowego typu człowieka, uczestniczącego w świecie mediów, przyzwyczajonego do obcowania z obrazem w postaci wideoklipu, odchodzącego o tradycyjnych sposobów uczestnictwa w kulturze: czytelnictwa książek, chodzenia do teatru, filharmonii itp. Poruszam również kwestie związane z wpływem mediów na życie społeczne i formowanie się społeczeństwa postnowoczesnego, informacyjnego, wiedzy.

Warunki wstępne:

Wiedza	Znajomość podstawowych pojęć z zakresu socjologii
Umiejętności	-
Kursy	Zaliczony kurs Wstępu do Socjologii i Współczesnych teorii socjologicznych

Efekty uczenia się:

	Efekt uczenia się dla kursu	Odniesienie do efektów kierunkowych
Wiedza	W01: Student posiada podstawową wiedzę socjologiczną i operuje językiem tej nauki	K_W01
	W02: Student posiada wiedzę o instytucjach medialnych i zna terminologię z tego zakresu na poziomie podstawowym	K_W02
	W03: Student posiada wiedzę o relacjach, związkach i zależnościach między nadawcą – środkami masowego przekazu a odbiorcami	K_W03
	W04: Student zna teorie i modele komunikowania masowego wie czym charakteryzuje się społeczeństwo medialne i informacyjne	K_W04

	W05: Student posiada pogłębioną wiedzę o procesach komunikacji, w tym o najnowszych teoriach komunikowania oraz wiedzę pogłębioną dotyczącą wpływu mediów na społeczeństwo	K_W03, K_W04
	W06: Student zna i rozumie podstawowe pojęcia i zasady z zakresu prawa autorskiego	K_W07

	Efekt uczenia się dla kursu	Odniesienie do efektów kierunkowych
Umiejętności	U01: Student potrafi wyszukiwać, selekcjonować i analizować zdobyte informacje z wykorzystaniem różnych źródeł i na tej podstawie formułować krytyczne sądy z użyciem merytorycznej argumentacji w oparciu o poglądy własne oraz innych autorów, formułować wnioski i dokonywać syntetycznych podsumowań	U01
	U02: Student rozumie i potrafi analizować i interpretować zjawiska społeczne oraz zachodzące między nimi zależności, w tym zjawiska kulturowe, polityczne, prawne i ekonomiczne związane z działalnością medialną i około medialną	U02
	U03: Student potrafi wykorzystać wiedzę teoretyczną do opisu i analizy praktycznej rozmaitych procesów komunikacyjnych oraz zjawisk społecznych, związanych z mediami lub/i działalnością promocyjną, analizować ich przyczyny, prognozować przebieg i przewidzieć ich skutki, jak również formułować własne opinie na ten temat	U04-U06
	U04: Student rozumie potrzebę uczenia się przez całe życie, potrafi inspirować i organizować proces uczenia się innych osób, potrafi samodzielnie wykorzystywać i krytycznie uzupełniać oraz doskonalić nabytą wiedzę i umiejętności	U04-U06

	Efekt uczenia się dla kursu	Odniesienie do efektów kierunkowych
Kompetencje społeczne	K01: Student potrafi dyskutować z zachowaniem zasad poszanowania godności drugiej osoby, ale też obrony własnego zdania	K_K01
	K02: Student ma świadomość odpowiedzialności za skutki swoich działań, podejmowanych w publicznej sferze społecznej, potrafi wyjaśnić ich konsekwencje innym osobom	K_K02
	K03: Student potrafi aktywnie uczestniczyć w przygotowaniu projektów społecznych uwzględniających sferę medialną i jej wpływ na odbiorców	K_K03
	K04: Student jest wyczulony na wszelkie przejawy manipulacji odbiorcą, tak w medialnej, jak i około	K_K04

	medialnej przestrzeni społecznej, rozumie zagrożenia wynikające z tego zjawiska	
--	---	--

Organizacja – studia stacjonarne												
Forma zajęć	Wykład (W)	Ćwiczenia w grupach										
		A		K		L		S		P		E
Liczba godzin	30	30										

Organizacja – studia niestacjonarne												
Forma zajęć	Wykład (W)	Ćwiczenia w grupach										
		A		K		L		S		P		E
Liczba godzin	15	15										

Opis metod prowadzenia zajęć:

Kurs obejmuje 30 godzin wykładu i 30 ćwiczeń. Główną metodą pracy jest dyskusja ze studentami dla której impulsem jest wcześniejsza lektura socjologicznych tekstów źródłowych na temat zaobserwowanych w mediach masowych zjawisk społecznych. W ramach zajęć prezentowane są również materiały wizualne i dokumenty, które stanowią ilustrację dla omawianych treści merytorycznych i pozwalają na zaprezentowanie praktycznych aplikacji przedstawianych koncepcji. Ponadto, w ramach zajęć studenci realizują zadania ćwiczeniowe w parach i małych grupach, kształtując w ten sposób istotne kompetencje społeczne.

Formy sprawdzania efektów uczenia się:

	E – learning	Gry dydaktyczne	Ćwiczenia w szkole	Zajęcia terenowe	Praca laboratoryjna	Projekt indywidualny	Projekt grupowy	Udział w dyskusji	Referat	Praca pisemna (esej)	Egzamin ustny	Egzamin pisemny	Inne
W01						+	+	+	+	+			
W02						+	+	+	+	+			
W03						+	+	+	+	+			
W04						+	+	+	+	+			
W05						+	+	+	+	+			
W06						+	+	+	+	+			
U01						+	+	+	+	+			
U02						+	+	+	+	+			

U03						+	+	+	+	+			
U04						+	+	+	+	+			
K01						+	+	+	+	+			
K02						+	+	+	+	+			
K03						+	+	+	+	+			
K04						+	+	+	+	+			

Kryteria oceny	<p>Na końcową ocenę składają się:</p> <p>20% - obecność na zajęciach</p> <p>50% - aktywność na zajęciach</p> <p>30% - końcowa praca pisemna</p>
----------------	---

Uwagi	-
-------	---

Treści merytoryczne (wykaz tematów):

1. Geneza i charakter studiów nad komunikowaniem masowym – filozoficzne, polityczne i socjologiczne podstawy teorii medialnych. Komunikowanie, komunikowanie masowe, komunikowanie społeczne, analiza podstawowych pojęć
T. Goban-Klas, Media i komunikowanie masowe. Teorie i analizy prasy, radia, telewizji i Internetu, W-wa 1999 PWN, s. 13-51
P. Kołak, Manipulatorzy masowej wyobraźni, (we) Współczesne oblicza mediów, J. Marszałek-Kawa (red.), Toruń 2005
2. „Galktyka gutenberowska” i „globalna wioska”: idea i rzeczywistość
M. McLuhan, Wybór pism, W-wa 1975, Wydawnictwo Artystyczne i Filmowe, K. T. Toeplitz, Marshal McLuhan - prorok elektronicznego zbawienia, s.5-41
K. T. Toeplitz, Dokąd prowadzą nas media, Warszawa 2006, s. 81-97
M. Karwat, Medialna mitologia faktów, (we) Współczesne oblicza mediów, op. cit.
3. Media i tworzenie rzeczywistości: dysponenci, „gate keepers”, hipoteza „porządku dnia”
T. Goban –Klas, Media i komunikowanie masowe. Teorie i analizy prasy, radia, telewizji i Internetu, W-wa 1999 PWN, s.174-183
M. Mrozowski, Media masowe, władza, rozrywka i biznes, W-wa, 2001, s. 225-269
E. Noelle-Neuman, Spirala milczenia, Poznań 2004, r. XIX: Tematyzacja jako osiągnięcie opinii publicznej: Niklas Luhmann i r. XX: Przywilej dziennikarzy: upublicznianie s. 170-176,
4. Media a odbiór rzeczywistości
T. Goban –Klas, Media i komunikowanie masowe. Teorie i analizy prasy, radia, telewizji i Internetu, W-wa 1999 PWN, s. 207-234
M. Mrozowski, Media masowe, władza, rozrywka i biznes, W-wa, 2001, s. 345-392
5. Media a odbiór rzeczywistości - świat seriali
M. G. Cantor, S. Pingree, Opera mydlana (rozdział z książki The Soap Opera) tekst w teczce w Sekretariacie IFiS UP
M. Mrozowski, Media masowe, władza, rozrywka i biznes, W-wa, 2001, s. 303-343
W. Godzic, Wiadomości telewizyjne jako mydlana opera dla mężczyzn, (w) W. Godzic, Telewizja jako kultura, Kraków 1999, s. 82-106
6. Media a kultura
N. Postman, Zabawić się na śmierć, Warszawa 2002, wstęp: M. Mrozowski, r. Media jako epistemologia, Świat zabawy w chowanego
T.Goban-Klas, Media i komunikowanie masowe, Media w perspektywie kulturoznawczej, s.130-14
7. Media masowe a manipulacja: propaganda i cenzura (4 godziny)
B. Dobek-Ostrowska, J. Frasz i B. Ociepka, Teoria i praktyka propagandy, Wrocław 1999, r. 1.1 Pojęcie propagandy, r.2 Klasyfikacja propagandy
P. Kosiewski (red) Jaka Polska, czyja Polska, Warszawa 2006, 15-41
8. Przykłady propagandy w prasie z okresu PRL-u oraz współcześnie
T. Goban-Klas, Granice wolności mediów (w:) red. Z. Bauer, E. Chudziński, Dziennikarstwo i świat mediów, Kraków 1996, Oficyna Cracovia (tekst w teczce w Sekretariacie IFiS UP)
9. Media masowe a manipulacja: opinia publiczna, hipoteza „spirali milczenia”

E. Noelle-Neuman, Spirala milczenia, r. IV: Czym jest opinia publiczna s. 77-86, r. XXI: Opinia publiczna ma dwa źródła. Jednym z nich są środki masowego przekazu s. 176-186
T. Goban-Klas, Hipoteza „spirali milczenia” w ramach teorii opinii publicznej, Zeszyty Prasoznawcze, Kraków 1984, nr 2

10. Media masowe i rynek: reklama komercyjna i społeczna (4 godziny)

Z. Bajka, Krótka historia reklamy na świecie i w Polsce, Aida Media – Teoria i praktyka reklamy, Wrocław 6/1994 (tekst w teczce w Sekretariacie IFiS UP)

Reklama społeczna (tekst w teczce w Sekretariacie IFiS UP)

M. Bogunia-Borowska, Znaczenie przekazów reklamowych w procesie kodyfikacji społecznej w społeczeństwie konsumpcyjnym (w) W. Godzic (red.) Kultura popularna, Kraków

11. Media masowe i polityka: mediatyzacja polityki i zjawisko widoczności medialnej w polityce, reklama wyborcza – szansa a może zagrożenie dla demokracji?

B. Dobek-Ostrowska, Teoria komunikowania publicznego i politycznego, Wrocław 2001, s. 116-134

R. Wiszniowski, Marketing wyborczy, Wrocław 2000, r. Reklama wyborcza - technika marketingowa

12. Media masowe a społeczeństwo: rola mediów w życiu społecznym – szanse i zagrożenia

T. Goban-Klas, Media i komunikowanie masowe. Teorie i analizy prasy, radia, telewizji i Internetu, W-wa 1999 PWN, s. 247-273

U. Jarecka, Dzieciństwo na sprzedaż. Manipulacja niewinnością, (w:) R. Garpiel, K.

Leszczyńska (red.), Sztuka perswazji, Kraków 2004 (tekst w teczce w Sekretariacie IFiS UP)

13. Media masowe a społeczeństwo: społeczeństwo informacyjne, społeczeństwo medialne

T. Goban-Klas, Media i komunikowanie masowe. Teorie i analizy prasy, radia, telewizji i Internetu, W-wa 2004, s. 286-309

L.W. Zacher, Społeczeństwo postinformacyjne w kontekście ewolucji społeczeństw i wizji przyszłości, (w) L. Haber. M. Niezgoda, Społeczeństwo informacyjne, Kraków 2006

B. Jung, Nowe technologie w mediach, (w) T. Kowalski, B. Jung, Media na rynku, 2006, 246-279

14. Podsumowanie zajęć

Wykaz literatury podstawowej:

1. Goban-Klas T, *Media i komunikowanie masowe. Teorie i analizy prasy, radia, telewizji i Internetu*, Warszawa 1999
2. McQuail D., *Teoria komunikowania masowego*, Warszawa 2007
3. Mrozowski M., *Media masowe. Władza, rozrywka, biznes*, Warszawa 2001
4. Pisarek W., *Wstęp do nauki o komunikowaniu*, Kraków 2008
5. Thompson J. B., *Media i nowoczesność, Społeczna teoria mediów*, Wrocław 2001

Wykaz literatury uzupełniającej:

Wykaz literatury uzupełniającej znajduje się w opisie treści merytorycznych

Bilans godzinowy zgodny z CNPS (Całkowity Nakład Pracy Studenta) - studia stacjonarne:

liczba godzin w kontakcie z prowadzącymi	Wykład	30
	Konwersatorium (ćwiczenia, laboratorium itd.)	30
	Pozostałe godziny kontaktu studenta z prowadzącym	10
liczba godzin pracy studenta bez kontaktu z prowadzącymi	Lektura w ramach przygotowania do zajęć	10
	Przygotowanie krótkiej pracy pisemnej lub referatu po zapoznaniu się z niezbędną literaturą przedmiotu	
	Przygotowanie projektu lub prezentacji na podany temat (praca w grupie)	10
	Przygotowanie do egzaminu/zaliczenia	10
Ogółem bilans czasu pracy		90
Liczba punktów ECTS w zależności od przyjętego przelicznika		3

Bilans godzinowy zgodny z CNPS (Całkowity Nakład Pracy Studenta) - studia niestacjonarne:

liczba godzin w kontakcie z prowadzącymi	Wykład	15
	Konwersatorium (ćwiczenia, laboratorium itd.)	15
	Pozostałe godziny kontaktu studenta z prowadzącym	10
liczba godzin pracy studenta bez kontaktu z prowadzącymi	Lektura w ramach przygotowania do zajęć	20
	Przygotowanie krótkiej pracy pisemnej lub referatu po zapoznaniu się z niezbędną literaturą przedmiotu	10
	Przygotowanie projektu lub prezentacji na podany temat (praca w grupie)	10
	Przygotowanie do egzaminu/zaliczenia	10
Ogółem bilans czasu pracy		90
Liczba punktów ECTS w zależności od przyjętego przelicznika		3