

KARTA KURSU

Nazwa	Teoria komunikacji (z elementami informacji)
Nazwa w j. ang.	Communication theory (with information elements)

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

Opis kursu (cele kształcenia):

Kurs ma przybliżyć studentom modele komunikowania masowego, a także historię rozwoju środków masowego przekazu oraz związane z tym teorie. Koncentruję się w nim na socjologicznym opisie fenomenu masowego komunikowania oraz analizie konstruowania informacji. 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	-
Umiejętności	Umiejętność konstruktywnej wymiany zdań oraz współpracy w zespole.
Kursy	-

Efekty kształcenia:

	Efekt kształcenia dla kursu	Odniesienie do efektów kierunkowych
Wiedza	<p>W01: Student posiada podstawową wiedzę z zakresu komunikacji i mediów</p> <p>W02: Student posiada wiedzę o instytucjach medialnych i zna terminologię z tego zakresu na poziomie podstawowym</p> <p>W03: Student posiada wiedzę o relacjach, związkach i zależnościach między nadawcą – środkami</p>	W01-W03, W05-W07

	<p>masowego przekazu - a odbiorcami</p> <p>W04: Student zna teorie i modele komunikowania, wie czym charakteryzuje się społeczeństwo medialne i informacyjne</p>	
--	--	--

	Efekt kształcenia dla kursu	Odniesienie do efektów kierunkowych
Umiejętności	<p>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</p> <p>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</p> <p>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</p>	U01, U02, U04-U07

	Efekt kształcenia dla kursu	Odniesienie do efektów kierunkowych
Kompetencje społeczne	<p>K01: Student potrafi dyskutować z zachowaniem zasad poszanowania godności drugiej osoby, ale też obrony własnego zdania</p> <p>K02: Student potrafi aktywnie uczestniczyć w przygotowaniu projektów społecznych uwzględniających sferę medialną i jej wpływ na odbiorców</p> <p>K03: Student jest wyczulony na wszelkie przejawy manipulacji odbiorcą, tak w medialnej, jak i około</p>	K01-K04

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

studia stacjonarne

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

studia niestacjonarne

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

Opis metod prowadzenia zajęć - **studia stacjonarne**:

Kurs obejmuje 30 godzin, w tym 15 wykładu i 15 zajęć audytoryjnych. Główną metodą pracy jest dyskusja ze studentami dla której impulsem jest wcześniejsza lektura 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.

Opis metod prowadzenia zajęć - **studia niestacjonarne**:

studia stacjonarne

Kryteria oceny	Na końcową ocenę składają się: 20% - obecność na zajęciach 50% - aktywność na zajęciach 30% - końcowa praca grupowa
----------------	--

studia niestacjonarne

Kryteria oceny	
----------------	--

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. Fras 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. 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

9. 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

10. 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

11. 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)

12. 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

13. Podsumowanie zajęć

Wykaz literatury podstawowej:

1. Castells M., Społeczeństwo sieci, Warszawa 2007
2. Goban-Klas T., Media i komunikowanie masowe. Teorie i analizy prasy, radia, telewizji i Internetu, Warszawa 2009
3. Mrozowski M., Media masowe. Władza, rozrywka i biznes, Warszawa 2001
4. McQuail D., Teorie komunikowania masowego, Warszawa 2008
5. Pisarek W., Wstęp do nauki o komunikowaniu, Warszawa 2008
6. Postman N., Zabawić się na śmierć. Dyskurs publiczny w epoce show-businesu, Warszawa 2006
7. Słownik terminologii medialnej, pod red. W. Pisarka, Kraków 2006
8. Dziennikarstwo i świat mediów. Nowa edycja, pod red. Z. Bauera, E. Chudzińskiego, Kraków 2010

Wykaz literatury uzupełniającej:

Literatura uzupełniająca będzie przesyłana studentom na bieżąco w trakcie całego semestru w postaci linków do artykułów i case study.

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

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

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

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