# **KARTA KURSU**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Nazwa | Kultura popularna a nowe media |  |
| Nazwa w j. ang. | Popular culture and the new media |  |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Koordynator | dr Marta Juza | Zespół dydaktyczny |
| dr Marta Juza |
|  |  |
| Punktacja ECTS\* | 3 |

Opis kursu (cele kształcenia)

|  |
| --- |
| Celem kursu jest zapoznanie studenta z przemianami kultury popularnej w epoce nowych mediów. Student poznaje charakterystykę nowych mediów i specyfikę Internetu jako platformy komunikacyjnej łączącej wiele różnych mediów. Poznaje relacje i zależności pomiędzy mediami w procesie konwergencji. Dowiaduje się, w jaki sposób mogą być tworzone i dystrybuowane treści kultury popularnej, oraz jaki wpływ ma ona na integrowanie się ludzi wokół niektórych jej treści. |

Warunki wstępne

|  |  |
| --- | --- |
| Wiedza |  |
| Umiejętności |  |
| Kursy |  |

Efekty uczenia się

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Wiedza | Efekt uczenia się dla kursu | Odniesienie do efektów kierunkowych |
| W01 Student posiada wiedzę na temat tego, czym charakteryzują się kultura popularna oraz nowe media, a także, na czym polegają związki pomiędzy nimi.  W02 Wie, czym charakteryzują się społeczności fanowskie, w jaki sposób wykorzystują nowe media i na czym polega ich znaczenie dla kultury popularnej.  W03 Rozumie, jakie związki łączą kulturę popularną i nowe media z kwestiami politycznymi i ideologicznymi, w tym nowymi ruchami społecznymi. | K\_W04  K\_W04  K\_W04 |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Umiejętności | Efekt uczenia się dla kursu | Odniesienie do efektów kierunkowych |
| U01 Student potrafi rozpoznawać i charakteryzować nowe media.  U02 Potrafi rozpoznać i zanalizować wybrane treści kultury popularnej ze wskazaniem roli nowych mediów w ich rozpowszechnianiu. | K\_U02  K\_U03 |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Kompetencje społeczne | Efekt uczenia się dla kursu | Odniesienie do efektów kierunkowych |
| K01 Student ma świadomość znaczenia, jakie odgrywają kultura popularna i nowe media we współczesnym społeczeństwie. | K\_K03 |

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

Opis metod prowadzenia zajęć

|  |
| --- |
| Kurs obejmuje 15 godzin wykładów oraz 15 godzin ćwiczeń. Główną metodą podczas wykładów jest prezentacja treści merytorycznych wraz z elementami konwersatorium. W ramach wykładów prezentowane są również materiały wizualne, które stanowią ilustrację dla omawianych treści. Główną metodą stosowaną podczas zajęć ćwiczeniowych jest dyskusja, dla której impulsem jest wcześniejsza lektura tematycznych tekstów oraz analiza wybranych utworów kultury popularnej w kontekście nowych mediów. |

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 |  |  |  |  |  |  | x | X |  |  |  |  |  |
| W02 |  |  |  |  |  |  | x | X |  |  |  |  |  |
| W03 |  |  |  |  |  |  | x | X |  |  |  |  |  |
| U01 |  |  |  |  |  |  | x | X |  |  |  |  |  |
| U02 |  |  |  |  |  |  | x | X |  |  |  |  |  |
| K01 |  |  |  |  |  |  |  | X |  |  |  |  |  |

|  |  |
| --- | --- |
| Kryteria oceny | Warunkiem zaliczenia kursu jest uczestnictwo w ponad połowie zajęć, znajomość obowiązujących lektur, aktywny udział w dyskusji oraz przedstawienie referatu na temat wybranego utworu kultury popularnej w kontekście nowych mediów.  Na ocenę końcową składają się: aktywność na zajęciach (40%) i przygotowanie referatu w grupie studentów (60%). |

|  |  |
| --- | --- |
| Uwagi |  |

Treści merytoryczne (wykaz tematów)

|  |
| --- |
| Kultura masowa a kultura popularna – podobieństwa i różnice  Globalizacyjny potencjał kultury popularnej  Czym są nowe media – kryteria definicyjne  Konwergencja mediów, opowieści transmedialne i intertekstualn  Kultura popularna a fani i społeczności fanowskie. Wpływ internetu na rozwój fandomów  Kierunki rozwoju kultury popularnej w dobie nowych mediów  Kultura popularna jako kultura remiksu  Przemysły kulturowe a twórczość oddolna – wzajemne relacje. Problem praw autorskich i piractwa internetowego  Polityczny i ideologiczny wymiar kultury popularnej i nowych mediów  Kultura popularna i nowe media a nowe ruchy społeczne, haktywizm, cyberaktywizm  Internet – dobrodziejstwo czy zagrożenie dla kultury?  Wykorzystanie kultury popularnej i nowych mediów w przekazach perswazyjnych i propagandowych. |

Wykaz literatury podstawowej

|  |
| --- |
| Adamski, A. (2012) Media w analogowym i cyfrowym świecie. Warszawa: Elipsa.  Krajewski (2003), Kultury kultury popularnej, Poznań: Wydawnictwo UAM  Lessig, L. (2009). Remiks. Aby sztuka i biznes rozkwitały w hybrydowej gospodarce. Warszawa: Wydawnictwo Akademickie i Profesjonalne.  Levinson, P. (2010). Nowe nowe media. Warszawa: WAM.  Manovich, L. (2006). Język nowych mediów. Warszawa: Wydawnictwo Akademickie i Profesjonalne.  Sztompka, P. (2012) Socjologia. Analiza społeczeństwa. Kraków: Znak, r. Teorie globalizacji kulturowej.  Witkowski, P. (2017) Chwała supermanom. Ideologia a popkultura. Warszawa: Książka i Prasa |

Wykaz literatury uzupełniającej

|  |
| --- |
| Baudrillard, J. (2005). Symulakry i symulacje. Warszawa: Sic!  Baudrillard, J. (2006) Wojny w Zatoce nie było. Warszawa: Sic!  Castells, M. (2007). Społeczeństwo sieci. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.  Castells, M. (2013a). Sieci oburzenia i nadziei. Ruchy społeczne w erze internetu. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.  Fiske J. (2010), *Zrozumieć kulturę popularną*, Kraków: Wydawnictwo UJ  Heath, J., Potter, A. (2010). Bunt na sprzedaż. Dlaczego kultury nie da się zagłuszyć. Warszawa: Muza.  Jawłowski, A. (2010) Dawno temu w Galaktyce Popularnej. Warszawa: Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne.  Krajewski M. (2006), Popamiętane. Słownik popkultury, Gdańsk: Słowo, obraz, terytoria  Lessig, L. (2005). Wolna kultura. W jaki sposób wielkie media wykorzystują technologię i prawo, aby blokować kulturę i kontrolować kreatywność. Warszawa: Wydawnictwo Akademickie i Profesjonalne.  Lievrouw, L. (2012) Media alternatywne i zaangażowanie społeczne. Warszawa: PWN.  Marczewska-Rytko, M. (2014) Haktywizm. Lublin: UMCS  M. McLuhan (2001), Wybór tekstów. Poznań: Zysk i S-ka  McQuail, D. (2007). Teoria komunikowania masowego. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.  Nacher, A. (2012). Rubieże kultury popularnej: popkultura w świecie przepływów. Poznań: Galeria Miejska Arsenał.  Nijakowski, L. (2020) Świat po apokalipsie Społeczeństwo w świetle postapokaliptycznych tekstów kultury popularnej. Warszawa: Scholar.  Siuda, P. (2008). Wpływ Internetu na rozwój fandomów, czyli o tym, jak elektroniczna sieć rozwija i popularyzuje społeczności fanów.  Siuda, P. (2012). Kultury prosumpcji. O niemożności powstania globalnych i ponadpaństwowych społeczności fanów. Warszawa: UW.  Strinati D. (2001), Wprowadzenie do kultury popularnej, Poznań: Zysk i S-ka  van Dijk J. (2010), *Społeczne aspekty nowych mediów*, Warszawa |

Bilans godzinowy zgodny z CNPS (Całkowity Nakład Pracy Studenta)

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 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 | 30 |
| Przygotowanie krótkiej pracy pisemnej lub referatu po zapoznaniu się z niezbędną literaturą przedmiotu |  |
| Przygotowanie projektu lub prezentacji na podany temat (praca w grupie) | 20 |
| Przygotowanie do egzaminu/zaliczenia |  |
| Ogółem bilans czasu pracy | | 90 |
| Liczba punktów ECTS w zależności od przyjętego przelicznika | | 3 |