

Przedmiot społeczny: Opinia publiczna - opis przedmiotu

Informacje ogólne	
Nazwa przedmiotu	Przedmiot społeczny: Opinia publiczna
Kod przedmiotu	14.0-WA-DiksP-OP- 16
Wydział	Wydział Humanistyczny
Kierunek	Dziennikarstwo i komunikacja społeczna
Profil	ogólnoakademicki
Rodzaj studiów	pierwszego stopnia z tyt. licencjata
Semestr rozpoczęcia	semestr zimowy 2018/2019

Informacje o przedmiocie	
Semestr	1
Liczba punktów ECTS do zdobycia	3
Typ przedmiotu	obowiązkowy
Język nauczania	polski
Sylabus opracował	dr hab. Marzanna Uździcka, prof. UZ

Formy zajęć					
Forma zajęć	Liczba godzin w semestrze (stacjonarne)	Liczba godzin w tygodniu (stacjonarne)	Liczba godzin w semestrze (niestacjonarne)	Liczba godzin w tygodniu (niestacjonarne)	Forma zaliczenia
Konwersatorium	30	2	-	-	Zaliczenie na ocenę

Cel przedmiotu

Cel ogólny: zapoznanie z problematyką z zakresu społecznego i kulturowego oddziaływania mediów w komunikowaniu ze społeczeństwem jako całością; **cele szczegółowe:** zapoznanie z rolą mediów w kształtowaniu opinii publicznej i czynnikami determinującymi określone postawy opinii publicznej, nabycie wiedzy na temat samej kategorii *opinia publiczna* (jej rodzajami, funkcją itp.) i jej interakcji z podstawowymi systemami komunikacyjnymi, znajomość roli języka w kształtowaniu opinii publicznej, nabycie umiejętności dostrzegania aktywnej roli opinii publicznej jako instrumentu nacisku społecznego.

Wymagania wstępne

brak

Zakres tematyczny

1. Rola mediów we współczesnym życiu społecznym i kulturowym – uwagi wstępne.
2. Opinia publiczna jako kategoria definicyjna (opinia publiczna a opinia społeczna). Funkcje opinii publicznej.
3. Publiczność. Konceptualizacja pojęcia.
4. Podstawowe koncepcje spirali milczenia (ujęcie E. Noelle-Neumanna, aspekt psychologiczny) .
5. Media masowe a procesy kształtowania opinii publicznej.
6. Zjawisko ustanawiania agendy (agenda-setting). Relacje między agenda-setting, agenda-building i mediami (schemat metodologiczny Manheima).
7. Manipulacja opinią publiczną (opinia publiczna a propaganda). Manipulacja medialna.
8. Niemanipulacyjne metody nacisku w mediach – perswazja, przymus, przemoc.
9. Uprzedzenia, stereotyp jako czynniki wpływu na opinię publiczną.
10. Formy wyrażania i pomiaru opinii publicznej.
11. Kształtowanie opinii publicznej – studium przypadku (debaty telewizyjne, telewizyjne serwisy informacyjne itp.).

Metody kształcenia

wykład informacyjny, wykład konwersatoryjny, opis wyjaśniający, opis klasyfikujący, prezentacja, rozmowa nauczająca, dyskusja

Efekty uczenia się i metody weryfikacji osiągania efektów uczenia się

Opis efektu	Symbol e efektów	Metody weryfikacji	Forma zajęć
student ma podstawową wiedzę o wybranych instytucjach prowadzących badania opinii publicznej i wykorzystujących wyniki badań opinii publicznej (media, ośrodki analizy informacji, doradcy polityczni i medialni)	KD1_W02	- obserwacje i ocena umiejętności praktycznych studenta - prezentacja - praca pisemna	Konwersatorium

Opis efektu	Symbole efektów	Metody weryfikacji	Forma zajęć
student ma świadomość istnienia kodów aksjologicznych kodeksów etycznych, normujących zachowania społeczne	• KD1_K07	• kolokwium obserwacje i ocena umiejętności praktycznych studenta praca pisemna	• Konwersatorium
student rozumie potrzebę ciągłego kształcenia i zdobywania wiedzy teoretycznej do opisu i analizy praktycznej rozmaitych procesów i zjawisk społecznych, do analizowania ich przyczyny czy prognozowania przebiegu i przewidywania skutków	• KD1_K01	• obserwacja i ocena aktywności na zajęciach	• Konwersatorium
student ma podstawową wiedzę z zakresu kategorii "opinia publiczna" i jej interakcji z podstawowymi systemami komunikacyjnymi oraz roli opinii publicznej jako instrumentu nacisku społecznego	• KD1_W01	• kolokwium obserwacja i ocena aktywności na zajęciach obserwacje i ocena umiejętności praktycznych studenta praca pisemna	• Konwersatorium
student potrafi analizować zawartość materiałów informacyjnych i publicystycznych ze względu na ich wpływ i kształtowanie opinii publicznej	• KD1_U12	• kolokwium obserwacje i ocena umiejętności praktycznych studenta praca pisemna	• Konwersatorium
student ma umiejętność identyfikacji podstawowych czynników (w tym językowych) wpływających na postawę opinii publicznej i kształtujących pożądane przez społeczeństwo relacje ze środkami masowego przekazu	• KD1_U10	• kolokwium obserwacje i ocena umiejętności praktycznych studenta prezentacja praca pisemna	• Konwersatorium

Warunki zaliczenia

aktywny udział w wykładzie konwersatoryjnym i dyskusji, prezentacja wybranej "agendy", pozytywna ocena z kolokwium, przedstawienie pracy pisemnej (prezentacji)

Literatura podstawowa

1. Aronson E., *Człowiek istota społeczna*, Warszawa 200, s. 61-168.
2. Dobek-Ostrowska B., Fras J., Ociepka B., *Teoria i praktyka propagandy*, Warszawa 1999.
3. Dobek-Ostrowska B., *Media masowe i aktorzy polityczni w świetle studiów nad komunikowaniem politycznym*, Wrocław 2003, s. 121-176.
4. McCombs M., *Ustanawianie agendy. Media masowe i opinia publiczna*, Kraków 2008.
5. Młyniec E., *Opinia publiczna. Wstęp do teorii*, Poznań-Wrocław 2002.
6. Jabłoński W., *Opinia publiczna*, [w:] *Wprowadzenie do nauki o państwie i polityce*, (red.) Szmulik B, Żmigrodzki M., Lublin 2004, s. 475-491.
7. Szwed R., *Reprezentacja opinii publicznej w dyskursie publicznym*, Lublin 2011.
8. Noelle-Neumann E., *Spirala milczenia*, Poznań 2004.

Literatura uzupełniająca

1. Allan S., *Kultura newsów*, Kraków 2009.
2. Bralczyk J., *O języku polskiej propagandy politycznej lat siedemdziesiątych*, Warszawa 2001.
3. Błuszkowski J., *Stereotypy narodowe w świadomości Polaków*, Warszawa 2003.
4. Globan-Klas T., *Media i komunikowanie masowe. Teorie i analizy prasy, radia, telewizji i Internetu*, Warszawa 2005.
5. Jabłoński W., *Kreowanie informacji. Media relations*, Warszawa 2007.
6. Kasińska-Metryka A., *Od propagandy do public relations. Zarys komunikacji politycznej w Polsce w latach 1980-2005*, Warszawa 2007.
7. Kasińska-Metryka A., Gołoś M. (red.), *Mity i stereotypy w polityce. Przeszłość i teraźniejszość*, Toruń 2010.
8. McQuail D., *Teoria komunikowania masowego*, Warszawa 2007.
9. Szreder M., *Metody i techniki sondażowych badań opinii*, Warszawa 2004.

Uwagi

brak

