

Podstawy badań medioznawczych - opis przedmiotu

Informacje ogólne	
Nazwa przedmiotu	Podstawy badań medioznawczych
Kod przedmiotu	15.1-WH-DiksP-PBM-S17
Wydział	Wydział Humanistyczny
Kierunek	Dziennikarstwo i komunikacja społeczna
Profil	ogólnoakademicki
Rodzaj studiów	drugiego stopnia z tyt. magistra
Semestr rozpoczęcia	semestr zimowy 2018/2019

Informacje o przedmiocie	
Semestr	2
Liczba punktów ECTS do zdobycia	10
Typ przedmiotu	obowiązkowy
Język nauczania	polski
Sylabus opracował	dr hab. Piotr Kładoczny

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
Wykład	30	2	-	-	Egzamin
Ćwiczenia	30	2	-	-	Zaliczenie

Cel przedmiotu

Zapoznanie się z procesem badania mediów i podstawowymi metodami badań medioznawczych. Poznanie najważniejszych teorii badań medioznawczych. Przeprowadzenie badań mediów we własnym zakresie. Krytyczna analiza wyników otrzymanych badań.

Wymagania wstępne

brak

Zakres tematyczny

Wykład:

Proces badawczy i struktura procesu badawczego: istota badań, plan, koncepcja, elementy badań, skale i typologie, etyka badań, próbkowanie. Strategie badań: metody jakościowe, analiza treści, badania sondażowe, badania longitudinalne, badania doświadczałne. Analiza danych: stytystyka, sprawdzanie hipotez. Zastosowanie badań: media drukowane, media elektroniczne, reklama, public relations, Internet. Teorie badań medioznawczych: funkcjonalizm amerykański, teoria użytkowania i korzyści, teoria agenda-setting, dramaturgiczna koncepcja życia społecznego Ervinga Goffmana, teoria empiryczna: hipoteza spirali milczenia Elisabeth Noelle-Neumann, teoria krytyczna, determinizm technologiczny, ekonomia polityczna komunikowania. Rytuał i rytualna koncepcja komunikacji (społecznej i medialnej). Teoria imperializmu kulturowego i globalizacji mediów.

Ćwiczenia:

Przygotowanie do podjęcia badań. Analiza zawartości prasy. Analiza zawartości mediów. Semiotyka dziennikarskiego obrazu fotograficznego. Budowanie ankiety na potrzeby wybranych badań nad mediami. Rytuał w badaniach komunikacji. Analiza retoryczno-erystyczna przekazów politycznych. Metody ilościowe w analizie treści przekazów medialnych. Ilościowe badania nad odbiorem. Analiza nakładów, telemetria, radiometria i badania przekazów online. Prezentacje wyników badań i ocena ich jakości.

Metody kształcenia

Wykład, analiza przypadku, prezentacja, dyskusja, analiza danych.

Efekty uczenia się i metody weryfikacji osiągania efektów uczenia się

Opis efektu	Symbolo efektów	Metody weryfikacji	Forma zajęć
ma pogłębioną wiedzę na temat teorii i poglądów dotyczących komunikowania społecznego	KD2_W09	projekt	Wykład
potrafi właściwie analizować przyczyny i przebieg procesów i zjawisk zachodzących w komunikacji masowej, formułować własne opinie na ten temat oraz stawiać proste hipotezy badawcze oraz je weryfikować	KD2_U03	- obserwacja i ocena aktywności na zajęciach - projekt	- Wykład - Ćwiczenia
rozumie potrzebę uczenia się przez całe życie w celu doskonalenia zdobytych na studiach kompetencji w dziedzinie dziennikarstwa i komunikacji społecznej	KD2_K01	- obserwacja i ocena aktywności na zajęciach - projekt	- Wykład - Ćwiczenia

Opis efektu	Symbole efektów	Metody weryfikacji	Forma zajęć
posiada umiejętność merytorycznego argumentowania z wykorzystaniem własnych poglądów oraz poglądów innych autorów, formułowania wniosków oraz tworzenia syntetycznych podsumowań w zakresie metod badań przekazów medialnych	• KD2_U02	• obserwacja i ocena aktywności na zajęciach • projekt	• Wykład • Ćwiczenia
posiada profesjonalny warsztat analityczno-badawczy z zakresu medioznawstwa umożliwiających analizę przekazów medialnych, ich audytoriów oraz kanałów komunikacji	• KD2_U13	• projekt • prezentacja	• Wykład • Ćwiczenia
ma pogłębioną wiedzę obejmującą metodologię, techniki i narzędzia badawcze z zakresu medioznawstwa i studiów nad komunikacją	• KD2_W11	• projekt • prezentacja	• Wykład • Ćwiczenia

Warunki zaliczenia

1. Aktywny udział w zajęciach.
2. Prezentacja na zajęciach.
3. Zbudowanie ankiety na wybrany temat.
4. Projekt – powiększone badanie medioznawcze wybraną metodą.

Literatura podstawowa

1. E. Babbie, *Badania społeczne w praktyce*, Warszawa 2004.
2. M. Lisowska-Magdziarz, *Analiza zawartości mediów*, Kraków 2004.
3. *Nauka o komunikowaniu. Podstawowe orientacje teoretyczne*, red. B. Dobek-Ostrowska, Wrocław 2001.
4. A.N. Oppenheim, *Kwestionariusze, wywiady, pomiary postaw*, Poznań 2004.
5. W. Pisarek, *Analiza zawartości prasy*, Kraków 1983.
6. E. W. Rothenbuhler, *Komunikacja rytualna. Od rozmowy codziennej do ceremonii medialnej*, tł. J. Barański, Kraków 2003.
7. L. Taylor, A. Willis, *Medioznawstwo: teksty, instytucje i odbiorcy*, tł. M. Król, Kraków 2006.
8. R. D. Wimmer, J. R. Dominick, *Mass media. Metody badań*, Kraków 2008.

Literatura uzupełniająca

1. T. Goban-Klas, *Media i komunikowanie masowe*, Warszawa 2004.
2. D. McQuail, *Teoria komunikowania masowego*, tł. M. Bucholc, A. Szulżycka, Warszawa 2007.
3. *Studia nad mediami i komunikowaniem masowym. Prawo - język - tekst*, red. J. Fras, Toruń 2007.
4. J. B. Thompson, *Media i nowoczesność. Społeczna teoria mediów*, tł. I. Mielnik, Wrocław 2001.

Uwagi

W przypadku wyboru „lżejszej” formy końcowego zaliczenia przedmiotu kierunkowego na podstawie projektu (któremu przypisano mniejszą wartość punktów ECTS) zamiast egzaminu (wyżej punktowanego), studenci są zobligowani do zaliczenia w tym samym semestrze dodatkowego przedmiotu z oferty przedmiotów do wyboru, by w końcowym rozliczeniu semestru uzyskać co najmniej 30 punktów ECTS (uzyskanie co najmniej 30 pkt. ECTS jest warunkiem zaliczenia semestru).

Fakt wybrania niżej punktowanej formy zaliczenia danego przedmiotu oraz wybór w związku z tym dodatkowego przedmiotu należy zgłosić osobie prowadzącej zajęcia oraz w sekretariacie IFP najpóźniej do końca drugiego tygodnia właściwego semestru.

Zmodyfikowane przez dr Krystian Saja (ostatnia modyfikacja: 02-05-2018 10:33)

Wygenerowano automatycznie z systemu SylabUZ