

Media Culture - course description

General information	
Course name	Media Culture
Course ID	03.4-WP-PEDP-KM-L-S14_pNadGenNWTFD
Faculty	Faculty of Social Sciences
Field of study	Pedagogy / Nowe media w komunikacji społecznej z językiem angielskim
Education profile	academic
Level of studies	First-cycle studies leading to Bachelor's degree
Beginning semester	winter term 2016/2017

Course information	
Semester	5
ECTS credits to win	3
Course type	obligatory
Teaching language	polish
Author of syllabus	dr hab. Wielisława Osmańska-Furmanek, prof. UZ

Classes forms					
The class form	Hours per semester (full-time)	Hours per week (full-time)	Hours per semester (part-time)	Hours per week (part-time)	Form of assignment
Laboratory	15	1	9	0,6	Credit with grade
Lecture	15	1	9	0,6	Exam

Aim of the course

Zapoznanie studentów z treściami współczesnej kultury medialnej. Nabycie przez studentów umiejętności i kompetencji w zakresie współuczestnictwa w procesach współczesnej kultury. Przygotowanie do samodzielnego i świadomego funkcjonowania w społeczeństwie konsumpcyjnym.

Prerequisites

Zaliczenie przedmiotu Antropologia kulturowa. Podstawowe wiadomości z zakresu komunikowania społecznego i interpersonalnego oraz funkcjonowania mediów i massmediów we współczesnym społeczeństwie informacyjnym.

Scope

Wykłady

Rozumienie kultury w antropologii kulturowej. Struktura kultury (normatywna, symboliczna i materialna). Społeczne funkcje mediów. Kultura masowa – kultura popularna (popkultura) – kultura medialna. Kultura jako paidea czy kultura jako towar. Kultura w perspektywie postmodernistycznej. Trzy sfery kultury medialnej. Globalizacja (amerykanizacja kultury). Kultura informacyjna – cyberkultura. Historia kultury medialnej. Kultura medialna a jej cechy i uwarunkowania w dobie mediów tradycyjnych i elektronicznych. Techniczne środki komunikowania a kultura jako symbolizacja rzeczywistości – od kultury druku do kultury obrazu. Przemiany mediów i wynikające z nich szanse i zagrożenia dla kultury. Telewizja jako kultura. Telewizja wczoraj i dziś. Funkcje telewizji. Kulturotwórcza rola telewizji. Rodzaje telewizji. Wybrane formy i gatunki telewizyjne (program rozrywkowy, talk-show, reality-show, teleturniej). Serial telewizyjny (format, telenowela, opera mydlana, sitcom). Tożsamość i ciało w kulturze medialnej. Stereotypy kobiecości i męskości. Reklama, moda, telenowela. Treści współczesnej kultury medialnej w komunikacji społecznej (transmisja treści artystycznych, transmisja wzorów kulturowych, nowe rytuały kulturowe, konstruowanie nowych doświadczeń społecznych. Przemysły medialne. Showbiznes. Przemysł filmowy – Hollywood, Bollywood. Przemysł muzyczny – muzyka młodzieżowa, wideoklipy. Prasa – kobieca, młodzieżowa, tabloidy, moda. Zjawiska kultury medialnej – kreacje społeczne, oddziaływania pedagogiczne. Ikony medialne – celebryci i idole medialni. Tabloidyżacja kultury. Kultura medialna w polityce.

Laboratoria

Media i massmedia: media w historii kultury i cywilizacji, klasyfikacje mediów, funkcje mediów, media a jednostka i społeczeństwo, media tradycyjne i współczesne media cyfrowe. Kultura: geneza, aspekty rzeczywistości kulturowej, definicje kultury, dziedziny kultury, sześć grup definicji kultury wg Kroeber’a & Kluckhohn’a, płaszczyzny zjawisk kulturowych, kultura jako symbolizacja rzeczywistości, kultura informacyjna – cyberkultura, mass media jako nośniki kultury. Kultura masowa: pojęcie, charakterystyka i geneza rozwoju kultury masowej, kultura popularna – popkultura – kultura instant, globalizacja kultury, kultura jako towar, kształtowanie upodobań masowych, gadżety popkultury i wartości w stylu pop. Telewizja: geneza i funkcje telewizji, rola telewizji w kulturze, rodzaje telewizji, formy i gatunki telewizyjne, seriale telewizyjne, manga i anime. Reklama: definicja, funkcje, cechy i cele reklamy, historia i techniki reklamy, formy reklamy telewizyjnej, radiowej, outdoorowej, internetowej, wpływ reklamy na dzieci, młodzież i dorosłych. Analiza komunikatów medialnych: mechanizmy oddziaływania i wpływ mediów, czynniki perswazyjne w komunikatach medialnych, transmisje treści artystycznych i wzorów kulturowych, świat wartości kreowany w czasopiśmie młodzieżowych, obraz dziecka w mediach na podstawie analizy bajek telewizyjnych oraz prasy dziecięcej, moda i reklama jako element kultury medialnej. Wizerunek kobiety i mężczyzny w mediach na podstawie prasy i telewizji: stereotypy, reklama, moda, telenowele, płeć kulturowa a język i mass media. Przemysł filmowy i show biznes: kim jest widz filmowy, wzorce filmowe oraz funkcje i znaczenie filmów – Hollywood, Bollywood i Kino chińskie. Kultura medialna a nowe media: kultura konwergencji, muzyka i kultura wideoklipu, kultura młodzieżowa, kreacje społeczne i ikony medialne, tabloidyżacja kultury, kultura medialna a polityka, wartości kulturowe w grach komputerowych.

Teaching methods

Wykłady – wykład konwencjonalny i problemowy ilustrowany materiałami audio-wizualnymi.

Learning outcomes and methods of theirs verification

Outcome description	Outcome symbols	Methods of verification	The class form
Student definiuje zjawiska kultury medialnej, zna terminologię, teorię i metodykę tworzenia przekazów medialnych	• K_W05 • K_W16 • K_W20	• Egzamin pisemny z progami punktowymi; Kolokwium; Ocena grupowych prezentacji multimedialnych	• Lecture • Laboratory
Potrafi przeprowadzić krytyczną analizę i interpretację różnych wytworów kultury medialnej, właściwych dla studiowanej dyscypliny stosując oryginalne podejścia i nowe osiągnięcia humanistyki, w celu określenia ich znaczeń, oddziaływania społecznego, miejsca w procesie historyczno-kulturowym;	• K_U10	• Egzamin pisemny z progami punktowymi; Projekt multimedialny; Zadania wykonane w grupach	• Lecture • Laboratory
Posiada odpowiednio ukształtowaną krytyczną postawę wobec mediów	• K_K01	• Egzamin pisemny z progami punktowymi; Konwersacja – ocena aktywności	• Lecture • Laboratory

Assignment conditions

Wykłady – efekty kształcenia zweryfikowane zostaną poprzez egzamin pisemny z progami punktowymi. Laboratoria – efekty kształcenia będą weryfikowane następującymi sposobami: kolokwia, prezentacje multimedialne grupowe, projekt multimedialny, zadania wykonane grupowo, konwersacja – ocena aktywności studenta. Na ocenę z laboratoriów składają się wyniki osiągnięte na kolokwium (50%), ocena z prezentacji multimedialnej oraz z projektu multimedialnego (30%), zadania wykonane grupowo oraz aktywność studenta na zajęciach (20%).

Wykłady

Zaliczenie wykładów: egzamin pisemny z progami punktowymi. Warunkiem uzyskania oceny pozytywnej jest zdobycie minimum 60% punktów. Warunkiem przystąpienia do egzaminu jest pozytywna ocena z ćwiczeń.

Laboratoria

Zaliczenie z laboratoriów: warunkiem zaliczenia laboratoriów jest pozytywna ocena pracy studenta, aktywność na zajęciach, uzyskanie pozytywnej oceny z kolokwium (2 kolokwia z progami punktowymi; warunkiem uzyskania oceny pozytywnej jest zdobycie minimum 60% punktów) oraz wszystkich innych podlegających ocenie zadań i prac. Ocena z laboratoriów jest średnią ważoną wszystkich ocen.

Ocena końcowa

Na ocenę z przedmiotu składa się ocena z laboratoriów (50%) i z egzaminu (50%). Warunkiem zaliczenia przedmiotu są pozytywne oceny z laboratoriów i egzaminu.

Recommended reading

1. Godzic W., *Telewizja jako kultura*, Kraków 2002.
2. Kłoskowska A., *Kultura masowa: krytyka i obrona*, Warszawa 2006.
3. *Kultura popularna – tożsamość – edukacja*, red. D.Hejwosz, W. Jakubowski, Kraków 2010.
4. Lash S., Lury C., *Globalny przemysł kulturowy: medializacja rzeczy*, Kraków 2011.
5. Melosik Z., *Tożsamość, ciało i władza w kulturze instant*, Kraków 2010.

Further reading

1. Carey J.W., *Communication as culture: essays on media and society*, New York, London 1992.
2. *Gadżety popkultury: społeczne życie przedmiotów*, red. W. Godzic, M. Żakowski, Warszawa 2007.
3. Gajda J., *Pedagogika kultury w zarysie*, Kraków 2006.
4. Goban-Klas T., *Media i komunikowanie masowe: teorie i analizy prasy, radia, telewizji i Internetu*, Kraków 2002.
5. Gorman L., McLean D., *Media i społeczeństwo: wprowadzenie historyczne*, Kraków 2010.
6. Jenkins H., *Kultura konwergencji: zderzenie starych i nowych mediów*, Warszawa 2007.
7. *Kobiety, mężczyźni i społeczeństwo*, red. Z. Melosik, Warszawa 2008.
8. Melosik Z., Szkudlarek T., *Kultura, tożsamość i edukacja: migotanie znaczeń*, Kraków 2009.
9. Ogonowska A., *Telewizja w edukacji medialnej*, Kraków 2009.
10. Strinati D., *Wprowadzenie do kultury popularnej*, Poznań 1998.

Notes

Modified by dr Jacek Jędrzykowski (last modification: 15-07-2016 00:02)