

Oddziaływanie mediów na dzieci i młodzież - opis przedmiotu

Informacje ogólne	
Nazwa przedmiotu	Oddziaływanie mediów na dzieci i młodzież
Kod przedmiotu	14.4-WP-PSChM-OMnDiM
Wydział	Wydział Nauk Społecznych
Kierunek	Psychologia / Psychologia edukacyjna i wychowawcza
Profil	ogólnoakademicki
Rodzaj studiów	jednolite magisterskie
Semestr rozpoczęcia	semestr zimowy 2016/2017

Informacje o przedmiocie	
Semestr	8
Liczba punktów ECTS do zdobycia	4
Typ przedmiotu	obowiązkowy
Język nauczania	polski
Sylabus opracował	dr Marzanna Farnicka

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	15	1	9	0,6	Zaliczenie na ocenę
Ćwiczenia	15	1	9	0,6	Zaliczenie na ocenę

Cel przedmiotu

Przedmiot ma na celu zapoznanie studentów z pojęciami, teoriami, mechanizmami psychologicznymi potrzebnymi dla rozumienia oddziaływania mediów różnego typu na jednostkę, zwłaszcza młodą oraz na społeczeństwo. Dostarcza informacji o prowadzonych badaniach z tego zakresu, ich metodologii i wnioskach

Wymagania wstępne

Wiedza z podstawowych działów psychologii oraz z socjologii.

Zakres tematyczny

Wprowadzenie w problematykę. Typy mediów i ich cechy charakterystyczne. Główne koncepcje Teorie wyjaśniające wpływ mediów. Odbiór przekazu medialnego: typy użytkowników, ogólne prawidłowości i mechanizmy odbioru, uwaga odbiorcy, emocje związane z percepcją treści medialnych. Multitasking poznawczy. Relacje społeczne i zachowania interpersonalne a media. Kształtowanie postaw i wzorów zachowań i przez media.

Problem reklam. Rozumienie reklam przez dzieci. Więzi społeczne a użytkowanie Internetu.

Zachowania prospołeczne stymulowane przez media. Miłość i seks w sieci. Gry komputerowe. Niektóre zagadnienia związane z użytkowaniem internetu: autoprezentacja i tożsamość w sieci, grupy internetowe. Portale społecznościowe. Uzależnienia od sieci.

Media jako jeden z czynników kształtowania zachowań. Analiza treści informacji w wybranych mediach. Potrzeba dywersyfikacji źródeł informacji i krytycznej oceny.

Badania nad treściami przekazów medialnych. Prezentacja wybranych badań nad oddziaływaniem mediów na sferę emocjonalną użytkowników w różnym wieku. Uczestnictwo w kulturze medialnej a poczucie wspólnoty. Akcje wywoływane lub stymulowane przez media. Rola mediów w kształtowaniu wspólnoty. Edukacja rodziców i edukacja medialna w szkołach.

Metody kształcenia

Prezentacje multimedialne, wykłady, dyskusja, praca w grupach, analiza prezentowanych treści medialnych.

Efekty uczenia się i metody weryfikacji osiągania efektów uczenia się

Opis efektu	Symbole efektów	Metody weryfikacji	Forma zajęć
Student wskazuje jak wpływają media na odbiorcę w jego sferze poznawczej, emocjonalnej i społecznej. Umie doradzić rodzicom i instytucjom w zakresie optymalnych dla rozwoju sposobów kontaktu dzieci i młodzieży z mediami. Poddaje analizie treści medialne pod kątem możliwości ich odbioru, typowego przetwarzania i związku ze strukturami wiedzy, stanem emocjonalnym i wpływem na zachowania u osób w różnym wieku	K_U02	kolokwium zaliczeniowe, bieżąca ocena na zajęciach	- Wykład - Ćwiczenia

Opis efektu	Symbol e efektów	Metody weryfikacji	Forma zajęć
Student wykazuje otwartość na poszukiwanie optymalnych form przekazu medialnego. Ma świadomość konieczności ochrony niedojrzałych użytkowników mediów przed szkodliwymi dla nich treściami, zachowaniami (np. w internecie) oraz formą przekazu medialnego. Rozumie wynikającą stąd potrzebę edukacji medialnej społeczeństwa.	• K_K04	• kolokwium zaliczeniowe, bieżąca ocena na zajęciach	• Wykład • Ćwiczenia

Warunki zaliczenia

Wykłady: zaliczenie kolokwium końcowego. Warunkiem przystąpienia do kolokwium jest uzyskanie zaliczenia z ćwiczeń. Ćwiczenia: zaliczenie kolokwium końcowego.

Ocenę końcową stanowi średnia z ocen uzyskanych z wykładu i ćwiczeń.

Literatura podstawowa

- Winterho-Spurk P., Psychologia mediów., Kraków, 2007,
- Kubicka, D., Kołodziejczyk A., Psychologia wpływu mediów. Wybrane teorie, metody, badania., Kraków, 2007,
- Kołodziejczyk, A., O odkrywaniu funkcji reklamy przez dziecko. Rozwój rozumienia perswazyjności i realizmu reklamy. Psychologia Rozwojowa, t. 15 nr 1., Kraków, 2010,
- Francuz P., Nowe media i komunikacja audiowizualna, Lublin, 2010,
- Braun Gałkowska M, Ulfik - Jaworska L., Zabawa w zabijanie, Lublin, 2002,
- Lindstrom M., Dziecko reklamy, Warszawa, 2005,
- Maksymiuk R.A., Jasielska A., Dorośli reklamują, dzieci kupują, Warszawa, 2010,

Literatura uzupełniająca

- Francuz P., Francuz P.(red) Psychologiczne aspekty odbioru telewizji, t. I i II, Lublin, 2004,
- Francuz P., Psychologiczne aspekty komunikacji audiowizualnej, Lublin, 2007,
- Postman N., Zabawić się na śmierć. Dyskurs publiczny w epoce show biznesu, Warszawa, 2002,
- Reeves B., Nass, C, Media i ludzie, Warszawa, 2000,
- Ben-Ze'ev A., Miłość w sieci. Internet i emocje, Poznań, 2005,
- Whitty M.T., Carr A., Wszystko o romansie w sieci: psychologia związków internetowych, Gdańsk, Sopot, 2009,
- Izdebska J., Rodzina, dziecko, telewizja .Szanse wychowawcze i zagrożenia telewizji, Białystok, 2001,
- Publikacje/prace zbiorowe:
- Dziecko w świecie mediów i konsumpcji, M. Bogunia- Borowska, (red.) , Kraków, 2006
- Edukacja Medialna kwartalnik Polskiego Towarzystwa Technologii i Mediów Edukacyjnych, J.Strykowski - red, naczelny (red.) , Poznań, 2003 [wszystkie numery od r.2000]

Uwagi

Zmodyfikowane przez dr hab. Iwona Grzegorzewska, prof. UZ (ostatnia modyfikacja: 19-07-2016 22:31)

Wygenerowano automatycznie z systemu SylabUZ