

Zarys rozwoju mediów / media regionalne - opis przedmiotu

Informacje ogólne	
Nazwa przedmiotu	Zarys rozwoju mediów / media regionalne
Kod przedmiotu	15.1-WH-DiksP-ZRM-W-S14_pNadGenXBKM0
Wydział	Wydział Humanistyczny
Kierunek	Dziennikarstwo i komunikacja społeczna
Profil	ogólnoakademicki
Rodzaj studiów	pierwszego stopnia z tyt. licencjata
Semestr rozpoczęcia	semestr zimowy 2016/2017

Informacje o przedmiocie	
Semestr	5
Liczba punktów ECTS do zdobycia	3
Typ przedmiotu	obowiązkowy
Język nauczania	polski
Sylabus opracował	dr hab. Ryszard Zaradny, 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
Wykład	30	2	-	-	Zaliczenie na ocenę

Cel przedmiotu

Wiedza: zapoznanie studenta z drogą rozwojową mediów, w tym w szczególności regionalnych, funkcje mediów w regionie. **Umiejętności:** rozpoznawanie zasad i mechanizmów współczesnych mediów w regionie. **Kompetencja:** właściwa analiza rozwoju mediów w regionie; wykorzystywanie metod i technik medialnych do prezentacji problemów regionu.

Wymagania wstępne

brak

Zakres tematyczny

1. Pojęcie i podział mediów lokalnych.
2. Media lokalne w społeczeństwie informacyjnym.
3. Komunikowanie się władzy ze społeczeństwem po II wojnie św.
4. Rozwój prasy na Ziemi Lubuskiej.
5. Rozgłośnia Polskiego Radia w Zielonej Górze.
6. Media zakładowe do 1989 roku.
7. Rozwój mediów lokalnych po 1989 roku.
8. Zmiana funkcji mediów lokalnych po 1989 roku.

Metody kształcenia

wykład, dyskusja

Efekty uczenia się i metody weryfikacji osiągnięcia efektów uczenia się

Opis efektu	Symbole efektów	Metody weryfikacji	Forma zajęć
student zna podstawową terminologię z zakresu nauk o mediach i komunikacji w języku polskim	• KD1_W02	• aktywność w trakcie zajęć	• Wykład
student ma podstawową wiedzę o współczesnych systemach medialnych w Polsce i na świecie oraz zna relacje i zależności między nimi, rozróżnia najważniejsze podmioty na polskim rynku medialnym	• KD1_W06	• aktywność w trakcie zajęć	• Wykład
student zna najważniejsze etapy rozwoju mediów ogólnych oraz mediów regionalnych ze szczególnym uwzględnieniem zmian społecznych, politycznych i technologicznych w tym zakresie	• KD1_W07	• aktywność w trakcie zajęć	• Wykład
student zna źródła informacji dla dziennikarza (polskie i zagraniczne), sposoby ich gromadzenia i opracowywania (np. researching)	• KD1_W15	• obserwacja i ocena aktywności na zajęciach	• Wykład
student posiada umiejętności interpretacji i integrowania wiedzy z zakresu zjawisk społecznych, kutrowych, politycznych, ekonomicznych właściwych dla dziennikarstwa i komunikacji społecznej	• KD1_U10	• aktywność w trakcie zajęć	• Wykład

Opis efektu	Symbol e efektów	Metody weryfikacji	Forma zajęć
student rozumie przyczyny i potrafi analizować aktualne wydarzenia społeczne i polityczne na świecie, w Polsce i w regionie	• KD1_U11	• dyskusja	• Wykład
student potrafi wskazać podstawowe zależności i powiązania między najważniejszymi podmiotami na polskim i globalnym rynku medialnym oraz linie programowe najważniejszych polskich i światowych mediów	• KD1_U13	• obserwacja i ocena aktywności na zajęciach	• Wykład

Warunki zaliczenia

przedstawienie pracy pisemnej

Literatura podstawowa

- Allan S., *Newsy w sieci. Internet i dziennikarstwo*, Kraków 2008.
- Balczyńska A. (red.), *Media w życiu publicznym*, Poznań 2010.
- Chorążki W., *Polskie media lokalne i sublokalne 1989-1999*. „Zeszyty Prasoznawcze” 1999, nr 1-2.
- Dobek-Ostrowska B., Wiszniewski R., *Teoria komunikowania publicznego*, Wrocław 2001.
- Gackowski T., Łączyński M. (red.), *Metody badania wizerunku w mediach*, Warszawa 2009.
- Gierusa, *Polska prasa lokalna 1989-2000. Typologia i społeczne funkcjonowanie*, Katowice 2005.
- Goban-Klas T., *Media i komunikowanie masowe. Teorie i analizy prasy, radia, telewizji i Internetu*, Warszawa 2004.
- Jabłoński W., *Kreowanie informacji. Media relations*, Warszawa 2006.
- Jenkins H., *Kultura konwergencji. Zderzenie starych i nowych mediów*, Warszawa 2007.
- Kepplinger H. M., *Mechanizmy skandalizacji w mediach*, Kraków 2008.
- Kowalczyk R., *Media lokalne w Polsce*, Poznań 2008.
- Kunczik M., Zipfel A., *Wprowadzenie do nauki o dziennikarstwie i komunikowaniu*, Warszawa
- Levinson P., *Miękkie ostrze. Naturalna historia i przyszłość rewolucji informacyjnej*, Warszawa 1999.
- McCombs M., *Ustanawianie agendy. Media masowe i opinia publiczna*, Kraków 2008.
- McQuail D., *Teoria komunikowania masowego*, Warszawa 2007.
- Mrozowski M., *Media masowe. Władza, rozrywka, biznes*, Warszawa 2001
- Schulz W., *Komunikacja polityczna*, Kraków 2006.
- Słownik wiedzy o mediach*, Warszawa-Bielsko-Biała 2007.
- Street J., *Mass media, polityka, demokracja*, Kraków 2006.
- Thompson J. B., *Media i nowoczesność. Społeczna teoria mediów*, Wrocław 2001.
- van Dijk J., *Społeczne aspekty nowych mediów*, Warszawa 2010.

Literatura uzupełniająca

- Aronson E., Pratkanis A., *Wiek propagandy. Używanie i nadużywanie perswazji na co dzień*, Warszawa 2003.
- Bard A., Söderqvist J., *Netokracja. Nowa elita władzy i życie po kapitalizmie*, Warszawa 2006.
- Barney D., *Społeczeństwo Sieci*, Warszawa 2008.
- Baudrillard J., *Symulakry i symulacja*, Warszawa 2005
- Castells M., *Społeczeństwo sieci*, Warszawa 2007.
- Goban-Klas T., *Cywilizacja medialna. Geneza, ewolucja, eksplozja*, Warszawa 2005.
- Goban-Klas T., *Zarys historii i rozwoju mediów*, Kraków 2000.
- Hofman I., Kępa-Figur D., *Współczesna media. Status, aksjologia, funkcjonowanie*, Lublin 2009.
- Hopfinger M. (red.), *Nowe media w komunikacji społecznej XX wieku*, Warszawa 2002.
- Kolczyński M., Mazur M., Michalczyk S. (red.), *Mediatyzacja kampanii politycznych*, Katowice 009.
- Kolczyński M., Sztumski J., *Marketing polityczny*, Katowice 2000;
- Kracher A., Riedel R. (red.), *Demokracja medialna – źródła władzy*, Racibórz 2007.
- Kunczik M., Zipfel A., *Wprowadzenie do nauki o dziennikarstwie i komunikowaniu*, Warszawa 000.
- Mider D., *Partycypacja polityczna w Internecie*, Warszawa 2008.
- Negroponte N., *Cyfrowe życie*, Warszawa 1997.
- Piątkowska-Stepaniak W., Drosik A. (red.), *Władza mediów*, Opole 2010.
- Piątkowska-Stepaniak W., Nierenberg B. (red.), *Wojna w mediach*, Opole 2007.
- Wiszniewski R., *Reklama polityczna a komunikowanie masowe*, w: Dobek-Ostrowska B., *Studia z teorii komunikowania masowego*, Wrocław 1999.

Uwagi

brak

Zmodyfikowane przez dr hab. Tomasz Ratajczak, prof. UZ (ostatnia modyfikacja: 12-09-2016 14:38)