

Media content analysis - course description

General information	
Course name	Media content analysis
Course ID	14.2-WP-SOCD-ATM
Faculty	Faculty of Social Sciences
Field of study	Sociology
Education profile	academic
Level of studies	Second-cycle studies leading to MS degree
Beginning semester	winter term 2017/2018

Course information	
Semester	4
ECTS credits to win	3
Course type	optional
Teaching language	polish
Author of syllabus	dr hab. Beata Trzop, 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
Tutorial	30	2	-	-	Credit with grade

Aim of the course

Zapoznanie studenta z podstawowymi modelami analizy zawartości mediów, różnorodnością treści medialnych i sposobami ich doboru.

Prerequisites

Scope

1. Charakterystyka współczesnych mediów i nadawców.
2. Przegląd dostępnych baz danych zastanych dotyczących mediów w Polsce.
3. Analiza zawartości mediów – charakterystyka techniki badawczej, historia, wskazania, zalety i wady.
4. Konstruowanie celów i narzędzi: analiza na modelu statystycznym, asocjacyjnym, na analizie dyskursu.
5. Klucz kategoryzacyjny, dobór materiału i sposoby jego kodowania.
6. Przykłady analizy przekazów medialnych.
7. Realizacja własnego projektu analizy wybranego przekazu medialnego.

Teaching methods

Treści ujęte we wszystkich punktach na ćwiczeniach realizowane są pomocą pracy z książką i dokumentami źródłowymi, praca w grupach.

Learning outcomes and methods of theirs verification

Outcome description	Outcome symbols	Methods of verification	The class form
posiada pogłębioną wiedzę o instytucjach nadawczych (różnorodne media: prasa, radio, telewizja, Internet) oraz o zasadach funkcjonowania mediów publicznych.	• K_W03	• a preparation of a project • prezentacja	• Tutorial
potrafi dokonać krytycznej i refleksyjnej analizy procesów zachodzących we współczesnych społeczeństwach opierając się na wybranych treściach medialnych wykorzystując zarówno dane zastane jak i na drodze własnych projektów pozyskując własne dane empiryczne.	• K_U04	• a preparation of a project • prezentacja	• Tutorial
potrafi współpracować w ramach zespołu podczas realizacji projektu analizy zawartości wybranych treści medialnych.	• K_K03	• a preparation of a project • prezentacja	• Tutorial
potrafi wyszukiwać i gromadzić dane dotyczące funkcjonowania mediów w Polsce (zarówno dane dotyczące opinii jak i wyniki oglądalności/słuchalności, dane o charakterze ekonomicznym – np. wydatki na reklamę).	• K_K05	• a preparation of a project • prezentacja	• Tutorial

Assignment conditions

FORMA ZALICZENIA ĆWICZEŃ	UWAGI
Zaliczenie na ocenę	Tak

Przygotowanie referatu w formie pisemnej.	Referat Zgodność z tematem, poprawna struktura pracy, język, rzetelność, samodzielność wykonania pracy, odpowiedni dobór literatury przedmiotu. Poprawny sposób prezentacji, umiejętność udzielenia odpowiedzi na pytania dotyczące prezentowanego materiału.
Przygotowanie projektu w formie pisemnej i prezentacja podczas zajęć.	Projekt i prezentacja Zgodność z tematem, poprawna struktura pracy, język, rzetelność, samodzielność wykonania pracy, odpowiedni dobór literatury przedmiotu. Poprawny sposób prezentacji, umiejętność udzielenia odpowiedzi na pytania dotyczące prezentowanego materiału.
Zasady uzyskania oceny z ćwiczeń.	Ocena z ćwiczeń stanowić będzie średnią arytmetyczną wszystkich ocen.

Recommended reading

1. Mrozowski M., Media masowe: władza, rozrywka i biznes, Oficyna Wydawnicza „Aspra – Jr”, Warszawa 2001.
2. Goban - Klass T., Media i komunikowanie masowe: teorie i analizy prasy, radia, telewizji i Internetu, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2009.
3. Lisowska – Magdziarz M., Analiza zawartości mediów. Przewodnik dla studentów, Wydawnictwo UJ, Kraków 2004.
4. Piekot T., Dyskurs polskich wiadomości prasowych, Wydawnictwo” Universitas”, Kraków 2006.
5. Łysak A., Zierkiewicz E. (red.), Kobiety i mężczyźni (z) kolorowych czasopism, Wydawnictwo” Atut”, Wrocław 2010.

Further reading

1. [Briggs, P. Burke](#) A., Społeczna historia mediów. Od Gutenberga do Internetu, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2010.
2. Grzenia J., Komunikacja językowa w Internecie, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2006.

Notes

Modified by dr hab. Dorota Szaban, prof. UZ (last modification: 05-04-2018 15:31)

Generated automatically from SylabUZ computer system