

Socjologia mediów - opis przedmiotu

Informacje ogólne	
Nazwa przedmiotu	Socjologia mediów
Kod przedmiotu	14.2-WP-PEDP-SM
Wydział	Wydział Nauk Społecznych
Kierunek	Pedagogika / Informatyka szkolna i edukacja medialna
Profil	ogólnoakademicki
Rodzaj studiów	pierwszego stopnia z tyt. licencjata
Semestr rozpoczęcia	semestr zimowy 2018/2019

Informacje o przedmiocie	
Semestr	6
Liczba punktów ECTS do zdobycia	2
Typ przedmiotu	obowiązkowy
Język nauczania	polski
Sylabus opracował	dr hab. Beata Trzop, 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
Ćwiczenia	30	2	-	-	Zaliczenie na ocenę

Cel przedmiotu

Zapoznanie studenta z wybranymi treściami z zakresu historii, teorii i specyfiki współczesnych mass mediów, z uwzględnieniem społecznych kontekstów.

Wymagania wstępne

brak

Zakres tematyczny

1. Nadawcy: typy instytucji nadawczych, mechanizmy, uwarunkowania zewnętrzne i wewnętrzne, zasady działania.
2. Organizacja, charakterystyka mediów publicznych - misja mediów publicznych w Polsce.
3. Odbiorcy: więzi społeczne, odbiór i recepcja przekazu, oddziaływanie i efekty.
4. Modele komunikowania – klasyczny, socjologiczny, przywódca opinii, dyfuzja informacji.
5. Społeczna historia mass mediów : historia wysokonakładowej prasy na świecie i w Polsce.
6. Społeczna historia mass mediów: historia radia na świecie i w Polsce.
7. Społeczna historia mass mediów: historia TV na świecie i w Polsce.
8. Społeczna historia mass mediów: historia Internetu na świecie i w Polsce.
9. Główne gatunki i formaty we współczesnych mediach.
10. Badania nad odbiorem mass mediów - metody i przegląd danych zastanych.
11. Blaski i cienie Internetu: elitarne i masowe formy komunikacyjnego wykorzystywania Internetu, społeczności sieciowe.

Metody kształcenia

Treści realizowane są pomocą pracy z książką, dokumentami źródłowymi, analizy danych zastanych, prezentacji.

Efekty uczenia się i metody weryfikacji osiągnięcia efektów uczenia się

Opis efektu	Symbole efektów	Metody weryfikacji	Forma zajęć
Posiada podstawową wiedzę o zróżnicowaniu kulturowym widoczną w różnorodnych preferencjach medialnych na poziomie różnych grup i kategorii społecznych (korzystanie z Internetu, preferowanie określonych gatunków telewizyjnych); potrafi wskazać rolę mass mediów w procesie wychowania – zarówno poprzez działania pożądane jak i dysfunkcjonalne.	K_W10	- praca pisemna - Prezentacja	Ćwiczenia
Student wskazuje podstawowe cechy mass mediów jako instytucji nadawczych ze szczególną rolą mediów publicznych. Student potrafi wskazać wymagane cechy misyjności mediów publicznych, szczególnie w odniesieniu do nadawców publicznych w Polsce	K_W07	praca pisemna	Ćwiczenia
Realizując powierzone zadania wykazuje zdolność do pracy w grupie - przygotowanie prezentacji i pracy pisemnej	K_K07	- praca pisemna - prezentacja	Ćwiczenia
Prezentuje wiedzę pochodzącą z różnorodnych źródeł w postaci publicznego wystąpienia na temat wybranych zagadnień z zakresu społecznych problemów mediów	K_U07	- referat - Prezentacja	Ćwiczenia

Warunki zaliczenia

Prezentacje/referat z wybranych zagadnień:

Kryterium ocen stanowi zgodność z tematem,, poprawny sposób prezentacji, umiejętność udzielenia odpowiedzi na pytania dotyczące prezentowanego materiału.

Praca pisemna:

Oceniana jest zgodność z tematem, poprawna struktura pracy, język, rzetelność, samodzielność wykonania pracy, odpowiedni dobór literatury przedmiotu.

Ocena to średnia arytmetyczna z prezentacji i pracy pisemnej.

Literatura podstawowa

1. Briggs A., Burke P., Społeczna historia mediów. Od Gutenberga do Internetu , Warszawa 2010.
2. Mrozowski M., Media masowe: władz, rozrywka i biznes, Warszawa 2001.
3. Kłoskowska A., Kultura masowa, , Warszawa 2003.
4. Castells M., Galaktyka Internetu, Poznań 2003.
5. Goban-Klas T., Media i komunikowanie masowe: teorie i analizy prasy, radia, telewizji i Internetu, Warszawa 2009.
6. Godzic W. (red.), Gatunki i formaty we współczesnych mediach, Warszawa 2016.
7. Trzop B., Zjawisko zagłuszania kultury w sieci - zarys problematyki,w: Oblicza internetu : internet a globalne społeczeństwo informacyjne red. Sokołowski M., Elbląg 2005 .

Literatura uzupełniająca

1. Nowicki P., Co to jest telenowela, Warszawa 2006.
2. Godzic W., Podglądanie Wielkiego Brata, Kraków 2001.
3. Godzic W., Rozumieć telewizję, Kraków 2001.
4. Trzop B. Culture jamming w sieci, czyli jak zagłuszyć kulturę konsumpcyjną w czasach Internetu, w: e-kultura, e-nauka, e-społeczeństwo, red. Płonka – Syroka B., Staszczak M., Wrocław, 2008,
5. Trzop B., Typy kultury popularnej na łamach czasopism kobiecych, Zielona Góra 2005.

Uwagi

Zmodyfikowane przez dr hab. Beata Trzop, prof. UZ (ostatnia modyfikacja: 25-04-2018 09:09)

Wygenerowano automatycznie z systemu SylabUZ