

Metody badań mass mediów - opis przedmiotu

Informacje ogólne	
Nazwa przedmiotu	Metody badań mass mediów
Kod przedmiotu	14.2-WP-SOCD-MMMB
Wydział	Wydział Nauk Społecznych
Kierunek	Socjologia
Profil	ogólnoakademicki
Rodzaj studiów	drugiego stopnia z tyt. magistra
Semestr rozpoczęcia	semestr zimowy 2018/2019

Informacje o przedmiocie	
Semestr	4
Liczba punktów ECTS do zdobycia	3
Typ przedmiotu	obieralny
Język nauczania	polski
Sylabus opracował	dr hab. Dorota Szaban, 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

Celem przedmiotu jest zapoznanie studentów z tradycyjnymi i nowoczesnymi badaniami mediów masowych, ich specyfiką i możliwościami zastosowania.

Wymagania wstępne

Zakres tematyczny

Zakres tematyczny przedmiotu:

1. Rynek instytucji badawczych w Polsce.
2. Media tradycyjne i nowoczesne – przegląd metod badawczych, wprowadzenie.
3. Prasa, radio, telewizja, Internet jako przedmiot badania.
4. Podstawowe etapy i elementy procesu badawczego.
5. Analiza zawartości mediów.
6. Treść mediów tradycyjnych i nowoczesnych jako baza źródłowa służąca poznaniu rzeczywistości.
7. Badania mediów elektronicznych.
8. Badania sondażowe.

Metody kształcenia

Praca z tekstem, praca w grupie, burza mózgów, dyskusja grupowa.

Efekty uczenia się i metody weryfikacji osiągnięcia efektów uczenia się

Opis efektu	Symbole efektów	Metody weryfikacji	Forma zajęć
Student potrafi zaplanować i zrealizować badanie mediów przy użyciu zaawansowanych ilościowych i jakościowych metod i technik badań socjologicznych.	• K_U06	• projekt • prezentacja	• Ćwiczenia
Student potrafi dokonać krytycznej analizy zjawisk i procesów społecznych, w tym przypadku wynikających z działalności mediów i kreowania przez nie rzeczywistości .	• K_U02	• projekt • prezentacja	• Ćwiczenia
Student wie na czym polega refleksyjne i krytyczne podejście do wyników badań medialnych oraz stosowanych analiz i procedur badawczych.	• K_W10	• projekt • prezentacja	• Ćwiczenia
Student posiada pogłębioną wiedzę na temat wybranych metod i technik badań mediów z uwzględnieniem ich specyfiki, ograniczeń i obszarów zastosowania.	• K_W09	• projekt • prezentacja	• Ćwiczenia
Student potrafi inicjować, planować, organizować i zarządzać pracą małego zespołu zadaniowego	• K_K01	• projekt	• Ćwiczenia

Warunki zaliczenia

FORMA ZALICZENIA ĆWICZEŃ	UWAGI
--------------------------	-------

Zaliczenie na ocenę	Tak
Przygotowanie projektu w formie pisemnej i prezentacja podczas zajęć.	Projekt badania mediów do wybranej tematyki 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 to średnia ocen z projektu i jego prezentacji

Literatura podstawowa

Goban-Klas T., Media i komunikowanie masowe, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa, 2004.

Goban-Klas T., Zarys historii i rozwoju mediów, Wydawnictwo Akademii Pedagogicznej w Krakowie, Kraków, 2001.

Mrozowski M., Media masowe. Władza, rozrywka i biznes, Wydawnictwo „Aspra-JR”, Warszawa 2001.

Wimmer R., Dominick J., Metody badań mass mediów, Wydawnictwo. UJ, Kraków 2008.

Baran S., Davis D., Teorie komunikowania masowego, Wydawnictwo. UJ, Kraków 2007.

Pisarek W., Analiza zawartości prasy, Ośrodek Badań Prasoznawczych, Kraków 1983.

Lisowska-Magdziarz M., Analiza zawartości mediów, Wydawnictwo UJ, Kraków 2004.

Literatura uzupełniająca

Lisowska-Magdziarz M., Media powszednie, Wydawnictwo UJ, Kraków 2009.Hallin,D.C., Mancini P., Systemy medialne. Trzy modele mediów i polityki w ujęciu porównawczym, Wydawnictwo. UJ, Kraków 2007.

Skrzypczak J. (red.), Popularna encyklopedia mass mediów, Wydawnictwo „Kurpisz”, Poznań 1999.

Chudziński E. (red.) Słownik wiedzy o mediach, Wydawnictwo ParkEdukacja, Warszawa-Bielsko Biała 2007.

Banaszkiewicz-Zygmunt E., Media-leksykon Wydawnictwo PWN, Warszawa 2000.

McCombs M., Ustanawianie agendy. Media masowe i opinia publiczna, Wydawnictwo UJ, Kraków 2009.

H. M. Kepplinger H.M., Mechanizmy skandalizacji w mediach, Kraków, Wydawnictwo UJ, 2008.

S. Allan, Newsy w sieci. Internet i dziennikarstwo, Kraków, Wydawnictwo UJ, 2008.*

Robert C. Allen (red.): Teledyskursy. Telewizja w badaniach współczesnych, Wydawnictwo pol. Andrzej Gwóźdź, Katowice 1998.

Fiske J., Wprowadzenie do badań nad komunikowaniem, Wydawnictwo” Astrum”, Wrocław 1999.

Taylor L., Willis A., Medioznawstwo, Wydawnictwo. UJ, Kraków 2006.

Uwagi

Zmodyfikowane przez dr Jarosław Wagner (ostatnia modyfikacja: 13-04-2018 16:32)

Wygenerowano automatycznie z systemu SylabUZ