

Analiza treści medialnych - opis przedmiotu

Informacje ogólne	
Nazwa przedmiotu	Analiza treści medialnych
Kod przedmiotu	14.2-WP-SOCD-ATM
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. 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
Konwersatorium	30	2	-	-	Zaliczenie na ocenę

Cel przedmiotu

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

Wymagania wstępne

Zakres tematyczny

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.

Metody kształcenia

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

Efekty uczenia się i metody weryfikacji osiągnięcia efektów uczenia się

Opis efektu	Symbole efektów	Metody weryfikacji	Forma zajęć
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	- przygotowanie projektu - prezentacja	Konwersatorium
potrafi współpracować w ramach zespołu podczas realizacji projektu analizy zawartości wybranych treści medialnych.	K_K03	- przygotowanie projektu - prezentacja	Konwersatorium
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	- przygotowanie projektu - prezentacja	Konwersatorium
posiada pogłębioną wiedzę o instytucjach nadawczych (różnorodne media: prasa, radio, telewizja, Internet) oraz o zasadach funkcjonowania mediów publicznych.	K_W03	- przygotowanie projektu - prezentacja	Konwersatorium

Warunki zaliczenia

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 <u>wszystkich</u> ocen.

Literatura podstawowa

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.

Literatura uzupełniająca

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.

Uwagi

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

Wygenerowano automatycznie z systemu SylabUZ