## Karta modułu / przedmiotu

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Wypełnia Zespół Kierunku | Nazwa modułu (bloku przedmiotów): **Przedmioty specjalnościowe z zakresu dziennikarstwa i nowych mediów** | | | | | | | Kod modułu: E | | |
| Nazwa przedmiotu: **Tabloidyzacja mediów i mediatyzacja polityki** | | | | | | | Kod przedmiotu: E/43 | | |
| Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot / moduł:  **Instytut Pedagogiczno-Językowy** | | | | | | | | | |
| Nazwa kierunku: **filologia polska**  specjalność: **dziennikarstwo i nowe media** | | | | | | | | | |
| Forma studiów:  **stacjonarne** | | | Profil kształcenia:  **praktyczny** | | | Poziom kształcenia:  **studia I stopnia** | | | |
| Rok / semestr:  **II/3** | | | Status przedmiotu /modułu:  **obowiązkowy** | | | Język przedmiotu / modułu:  **polski** | | | |
| Forma zajęć | wykład | ćwiczenia | | laboratorium | projekt | | | seminarium | inne  (wpisać jakie) |
| Wymiar zajęć |  | **30** | |  |  | | |  |  |

|  |  |
| --- | --- |
| Koordynator przedmiotu / modułu | prof. dr hab. Jerzy Szyłak |
| Prowadzący zajęcia | prof. dr hab. Jerzy Szyłak, mgr Marek Nowosad |
| Cel przedmiotu / modułu | Celem modułu jest zapoznanie studentów z problematyką komunikowania politycznego w jego aspekcie wyborczym. Nadto celem jest przekazanie wiedzy dotyczącej uregulowań kampanii wyborczych, ich znaczenia dla funkcjonowania demokratycznego państwa, wskazanie i przekazanie wiedzy na temat relacji miedzy mediami a polityką we współczesnych demokracjach. |
| Wymagania wstępne | Student przed rozpoczęciem nauki powinien już posiadać  podstawową wiedzę z obszaru teorii komunikacji społecznej,  systemów politycznych, podstaw public relations oraz współczesnej kultury medialnej. |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **EFEKTY UCZENIA SIĘ** | | | |
| Nr efektu uczenia się/ grupy efektów | Opis efektu uczenia się | | Kod kierunkowego efektu  uczenia się |
| **Wiedza** | | | |
| 01 | Student zna zasady prowadzenia kampanii wyborczych w Polsce. | | K1P\_W12 |
| 02 | Student zna rodzaje perswazyjnych form komunikowania, ich budowę i specyfikę, posiada wiedzę na temat mediatyzacji, marketyzacji i propagandyzacji kampanii wyborczych w Polsce. | | K1P\_W09 |
| 03 | Student posiada wiedzę na temat znaczenia różnych rodzajów mediów dla prowadzenia kampanii wyborczej. | | K1P\_W10 |
| 04 | Student ma wiedzę o rynku medialnym w Polsce, instytucjach medialnych, specyfice mediów i ich odbioru. | | K1P\_W06  K1P\_W10 |
| 05 | Ma uporządkowaną wiedzę, zorientowaną na zastosowanie praktyczne, o gatunkach medialnych i ich podstawowych cechach, funkcjach środków językowych w przekazach medialnych oraz charakterystycznych cechach języka w mediach. | | K1P\_W12 |
| 06 | Ma wiedzę o rodzajach relacji społecznych istotnych w procesie komunikacji medialnej, rolach i funkcjach uczestników tej komunikacji i rządzących nią prawidłowościach. | | K1P\_W14 |
| 07 | Ma wiedzę o normach i dobrych praktykach stosowanych w komunikowaniu medialnym. Zna i rozumie zasady z zakresu prawa autorskiego i prawa prasowego oraz ma wiedzę o zasadach etyki dziennikarskiej. | | K1P\_W15 |
| **Umiejętności** | | | |
| 08 | Student potrafi analizować audiowizualne reklamy polityczne, opisywać ich budowę, określać intencje nadawcy, oceniać wartość treści i form przekazów z perspektywy ich potencjalnej perswazyjnej skuteczności. | | K1P\_U06 |
| 09 | Student posiada umiejętność rozumienia i analizowania złożoności relacji pomiędzy mediami i politykami we współczesnych państwach, w kontekście znaczenia obu grup podmiotów dla funkcjonowania demokracji. | | K1P\_U06  K1P\_U16 |
| 10 | Student formułuje sądy na temat etyczności konkretnych działań w ramach kampanii wyborczych w mediach. | | K1P\_U14 |
| **Kompetencje społeczne** | | | |
| 11 | Student ma świadomość wagi swobodnej debaty politycznej toczonej w ramach kampanii, prowadzonej na zasadach równych szans i poszanowania poglądów politycznych innych osób. | | K1P\_K03 |
| 12 | Student ma świadomość perswazyjności większości treści rozpowszechnianych w czasie kampanii wyborczych, a co za tym idzie - jest świadomy nieobiektywności w przedstawianiu rzeczywistości w politycznych przekazach promocyjnych (konieczność obiektywizacji postrzeganej rzeczywistości). | | K1P\_K03 |
| **TREŚCI PROGRAMOWE** | | | |
| **Wykład** | | | |
| 1. „Nowomowa” dawniej i dziś.  2. Film jako komunikat.  3. Lęk przed telewizją.  4. Wydarzenie medialne.  5. Forma rytualna kultury medialnej.  6. Wojna jako tekst kultury.  7. Serwisy informacyjne w telewizji.  8. Tabloidy i tabloidyzacja.  9. Być politykiem, być gwiazdą (celebryci w kulturze tabloidów).  10. Ekran komputera to nie telewizor.  11. Informacja w epoce Google’a (rozpad wspólnej sceny publicznej).  12. Nowa przestrzeń publiczna (internetowa kampania Baracka Obamy).  13. Telewizja „po telewizji”.  14. Urzeczowienie mediów (sport i sztuka w czasach globalnego przemysłu kulturowego). | | | |
| **Ćwiczenia** | | | |
|  | | | |
| Laboratorium | | | |
|  | | | |
| Projekt | | | |
|  | | | |
| Literatura podstawowa | | Balcerzan E., W stronę genologii multimedialnej, [w:] Genologia dzisiaj, red. W. Bolecki, J. Opacki, Warszawa 2000  Boniecka B., Panasiuk J.,O języku audycji radiowych, Lublin 2001  Dobek–Ostrowska B., Przedmowa do wydania polskiego, [w:] M. McCombs, Ustanawianie agendy. Media masowe i opinia publiczna, Kraków 2008, s. XVII-XVIII  Dziennikarstwo i świat mediów. Nowa edycja, red. Z. Bauer, E. Chudziński, Kraków 2008  J. Fiske, Wprowadzenie do badań nad komunikowaniem, Wrocław 2008  Małgorzata Lisowska- Magdziarz, Media powszednie. Środki komunikowania masowego i szerokie paradygmaty medialne w życiu codziennym Polaków u progu XXI wieku, Kraków 2008  Opracowania szczegółowe:  1. M. Głowiński, Nowomowa i ciągi dalsze. Szkice dawne i nowe, Kraków 2009  2. J. Ostaszewski, Film jako komunikat, w: P. Francuz (red.), Komunikacja wizualna, Warszawa 2012  3. Neil Postman, Zabawić się na śmierć. Dyskurs publiczny w epoce show-businessu, przeł. L. Niedzielski, Warszawa 2002  4. Daniel Dayan, Elihu Katz, Wydarzenia medialne. Historia transmitowana na żywo, Warszawa 2008, rozdział: Realizacja wydarzeń medialnych, s. 139-188  5. Eric W. Rothenbuhler, Komunikacja rytualna. Od mowy codziennej do ceremonii medialnej, Kraków 2003  6. U. Jarecka, Propaganda wizualna słusznej wojny. Media wizualne XX wieku wobec konfliktów zbrojnych, Warszawa 2008  7. Małgorzata Lisowska-Magdziarz: Serwisy informacyjne i infotainment, w: tejże: Media powszechne, Kraków 2008  8. Małgorzata Lisowska-Magdziarz: Tabloidy i tabloidyzacja, w: tejże: Media powszechne, Kraków 2008  9. W. Godzic, Znani z tego, że są znani. Celebryci w kulturze tabloidów, Warszawa 2007  10. P. Levinson, Miękkie ostrze. Naturalna historia i przyszłość rewolucji informatycznej, Warszawa 1999  11. B. Poulet, Śmierć gazet i przyszłość informacji, Wołowiec 2011  12. M. Castells, Władza komunikacji, Warszawa 2013  13. M. Filiciak, Media, wersja beta. Film i telewizja w czasach gier komputerowych i internetu, Gdańsk 2013  14. S. Lash, C. Lury, Globalny przemysł kulturowy. Medializacja rzeczy, Kraków 2011 | |
| Literatura uzupełniająca | | Tabloidyzacja języka i kultury, red. I. Kamińska-Szmaj, T. Piekot, M. Poprawa, Wrocław 2010  Tekst (w) sieci. Tekst. Język. Gatunki, red. B. Ulicka, Warszawa 2009  Tekst w mediach, red. K. Michalewski, Łódź 2002  J.B. Thompson, Natura skandalu politycznego, przeł. P. Sekuła, w: P. Sztompka, M. Bogunia-Borkowska (red.), Socjologia codzienności, Kraków 2008  W.J. Burszta, Kotwice pewności. Wojny kulturowe z popnacjonalizmem w tle, Warszawa 2013  J. Wasilewski, Retoryka dominacji, Warszawa 2006  L. Pułka, Kultura mediów i jej spektakle na tle przemian komunikacji społecznej i literatury popularnej, Wrocław 2004  W.J. Burszta, M. Czubaj, Ścięgna konsumpcyjne. Próby z kulturoznawstwa krytycznego, Gdańsk 2013 | |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Metody kształcenia | | Elementy wykładu problemowego oraz wykładu konwersatoryjnego, metody ćwiczeniowo-praktyczne (ćwiczeń przedmiotowych, stolików eksperckich), dyskusja, referat, projekt (indywidualny i zespołowy).  Dyskusja nad przeczytanym tekstem. Próby analiz przekazów medialnych. | |
| Metody weryfikacji efektów uczenia się | | | Nr efektu uczenia się/ grupy efektów |
| kolokwium egzaminacyjne – opisowe, z całości problematyki | | | 01, 02, 03, 04, 05, 06, 07, 08, 09, 10, 11 |
| systematyczna aktywność na zajęciach, zaangażowanie, inicjatywna – ocenianie ciągłe | | | 01, 02, 03, 04, 05, 06, 07, 08, 09, 10, 11, 12, 13 |
| projekt (prezentacja) | | | 01, 02, 03, 04, 05, 06, 07, 08, 09, 10, 11, 12, 13 |
| Forma i warunki zaliczenia | Aktywny udział w zajęciach, zaliczenie testu końcowego lub pracy zaliczeniowej, przygotowanie projektu (prezentacji);  ocena końcowa przedmiotu: 40% ocena z testu (lub pracy zaliczeniowej); 40% ocena z projektu (prezentacji); 20% aktywny udział w zajęciach. | | |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **NAKŁAD PRACY STUDENTA** | | |
| Rodzaj działań/zajęć | Liczba godzin | |
| Ogółem | W tym zajęcia powiązane  z praktycznym przygotowaniem zawodowym |
| Udział w wykładach | - | - |
| Samodzielne studiowanie | - | - |
| Udział w ćwiczeniach audytoryjnych i laboratoryjnych, warsztatach, seminariach | 30 | 20 |
| Samodzielne przygotowywanie się do ćwiczeń | 5 | 5 |
| Przygotowanie projektu / eseju / itp. | 10 | 10 |
| Przygotowanie się do egzaminu / zaliczenia | 5 | - |
| Udział w konsultacjach | 1 |  |
| Inne |  |  |
| **ŁĄCZNY nakład pracy studenta w godz.** | 50 | 35 |
| **Liczba punktów ECTS za przedmiot** | **2** | |
| **Liczba punktów ECTS przypisana do dyscypliny naukowej** | **2** | |
| Liczba punktów ECTS związana z zajęciami praktycznymi | **1,4** | |
| Liczba punktów ECTS za zajęciach wymagające bezpośredniego udziału nauczycieli akademickich | **1,6** | |