

27 – w.		KARTA PRZEDMIOTU					
27 – wr.							
Nazwa przedmiotu/modułu:		Systemy medialne					
Nazwa angielska:		Media System					
Kierunek studiów:		Dziennikarstwo i komunikacja społeczna o profilu kreowanie wizerunku i reklama					
Poziom studiów:		Stacjonarne, I-go stopnia – licencjackie lub inżynierskie					
Profil studiów		Ogólnoakademicki					
Jednostka prowadząca:		Karkonoska Państwowa Szkoła Wyższa w Jeleniej Górze, Wydział Nauk Humanistycznych i Społecznych, Zakład Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej					
Prowadzący przedmiot:		dr hab. Ilona Biernacka-Ligęza					
I Formy zajęć, liczba godzin							
Semestr	W	C	L	WR	Inne*	Łącznie	ECTS
2	15			30		45	4
II Cel przedmiotu							
C 1 – poznanie struktury systemu medialnego, najważniejszych sektorów, instytucji medialnych i zasad ich funkcjonowania w Polsce i na świecie.							
C 2 – nabycie wiedzy o najważniejszych etapach rozwoju mediów w Polsce, nabycie wiedzy dotyczącej uwarunkowań historycznych, społeczno-politycznych i kulturowych polskiego i światowego systemu medialnego.							
C 3 – poznanie i zrozumienie systemowych uwarunkowań pracy dziennikarza.							
C 4 - nabycie umiejętności wskazania zagrożeń dla rozwoju i właściwego spełniania roli mediów w na świecie i w Polsce, państwie demokratycznym.							
III Wymagania wstępne w kategoriach wiedzy, umiejętności i innych kompetencji:							
Podstawowa wiedza z zakresu komunikacji społecznej							
IV Oczekiwane efekty uczenia się							
EU 1 – Student zna strukturę systemu medialnego, najważniejsze sektory, instytucje medialne i zasady ich funkcjonowania w Polsce i na świecie.							
EU 2 – Student posiada wiedzę o najważniejszych etapach rozwoju mediów w Polsce, potrafi wyjaśnić uwarunkowania historyczne, społeczno-polityczne i kulturowe polskiego i światowego systemu medialnego.							
EU 3 – Student zna i rozumie systemowe uwarunkowania pracy dziennikarza.							
EU 4 - Student potrafi wskazać zagrożenia dla rozwoju i właściwego spełniania roli mediów w Polsce, państwie demokratycznym.							
V Treści programowe:							
Forma zajęć: wykład							Liczba godzin
W. 1	Wprowadzenie. System medialny w Polsce i na świecie. Geneza. Podstawowe						2

	pojęcia. Główne modele systemów medialnych.	
W. 2	Systemy medialne w USA	2
W 3	Systemy medialne w krajach Europy Zachodniej	2
W. 4	Uwarunkowania funkcjonowania mediów w Polsce i na świecie. Zasady systemowe. Regulacje prawne.	2
W. 5	Rynek prasowy w Polsce. Prasa lokalna i sublokalna. Czasopisma w Polsce.	2
W. 6	Telewizja w Polsce; publiczna, prywatna, społeczna. Misja a komercja. Spór o media publiczne	2
W. 7	Radiofonia w Polsce. Polskie Radio S.A. Nadawcy prywatni i społeczni.	4
W. 8	Przyszłość polskiego systemu medialnego. Podsumowanie.	1
Forma zajęć: warsztat		
Wr. 1	Wprowadzenie (tematyka, warunki zaliczenia, literatura); analiza systemów medialnych wybranych państw wg typologii Manciniego i Halina; medialny system globalny – porównanie światowych koncernów i ich aktywności wg kryterium TIME	2
Wr. 2	Analiza wybranych mediów tradycyjnych i nowych mediów w USA, w tym również w kontekście polityczno-ekonomicznym; oraz charakterystyka ważnych postaci medialnych – tendencje rozwojowe	2
Wr. 3	Analiza wybranych mediów tradycyjnych i nowych mediów w Wielkiej Brytanii w tym również w kontekście polityczno-ekonomicznym; oraz charakterystyka ważnych postaci medialnych – tendencje rozwojowe	2
Wr. 4	Analiza wybranych mediów tradycyjnych i nowych mediów w RFN w tym również w kontekście polityczno-ekonomicznym; oraz charakterystyka ważnych postaci medialnych – tendencje rozwojowe	2
Wr. 5	Analiza wybranych mediów tradycyjnych i nowych mediów we Francji w tym również w kontekście polityczno-ekonomicznym; oraz charakterystyka ważnych postaci medialnych – tendencje rozwojowe	2
Wr. 6	Porównanie rozwoju systemów medialnych w wybranych krajach Europy Wschodniej po 89 r. w tym również w kontekście polityczno-ekonomicznym;	2
Wr. 7	Porównanie wybranych norm prawnych i wybranych instytucji medialnych w poszczególnych krajach	2
Wr. 8	Likwidacja RSW i rozwój rynku prasowego w Polsce. Analiza procesu i jego skutków.	2
Wr. 9	Organizacje dziennikarskie – rola samoregulacji w systemie medialnym, profesjonalizacja. Warunki funkcjonowania dziennikarzy i wydawców. Sprostowania, odpowiedzi, autoryzacje. Rzetelność, odpowiedzialność, misja dziennikarzy a komunikowanie publiczne. Rola mediów publicznych, społecznych i komercyjnych. Zasadność funkcjonowania, misja, zadania, rola i miejsce we współczesnym systemie medialnym.	2
Wr. 10	Media w regionie. Charakterystyka sektorów. Ocena oddziaływania społecznego na podstawie analizy zawartości. Kapitał zagraniczny w polskich mediach. Największe koncerny, najważniejsze tytuły.	2

Wr. 11	Prasa - rynek tygodników opinii i czasopism opiniotwórczych. Czasopisma life-stylowe, wersje, kopie, kalki. Medialny łańcuch wartości. Kolportaż prasy. Komerccjalizacja i tabloidyżacja współczesnych mediów Polsce. „Super Ekspres”, „Fakt”. Analiza na przykładach aktualnych zdarzeń medialnych i pseudomedialnych. Wolność wypowiedzi, jakość wypowiedzi, odpowiedzialność. <i>Infotainment i politainment</i> w polskich mediach. Analiza zjawiska na podstawie analizy zawartości.	2
Wr. 12	Konwergencja mediów w Polsce. Upodabnianie przekazu w mediach tradycyjnych do przekazu w mediach nowoczesnych - na przykładzie analizy zawartości wybranych mediów. Media a opinia publiczna i kontrola społeczna. Wpływ nowych technologii na media tradycyjne. Mediatyzacja polityki.	2
Wr. 13	Instytucje analizujące rynek medialny i ich znaczenie dla funkcjonowania systemu medialnego. Ośrodki badania i rankingi czytelnictwa, oglądalności, słuchalności, klikalności, opinii publicznej.	2
Wr. 14	Największe portale internetowe - charakterystyka i analiza zawartości. Opinie i emocje społeczne w sieci. Dziennikarstwo społeczne, trolling, działania PR i marketingowe w nowych warunkach medialnych. Problem partycypacji społecznej i nowomediałna aktywność dziennikarzy w polskim systemie medialnym - blogosfera, Twitter, Facebook.	2
Wr 15	Podsumowanie	2
Suma godzin		45
VI Narzędzia dydaktyczne		
1.	Podręczniki, teksty, źródłowe, prasa.	
2.	Urządzenia interkomunikacyjne (komputer, rzutnik multimedialny, Internet, tablica interaktywna)	
3.	Nagrania radiowe i telewizyjne.	
VII Metody dydaktyczne		
	1. wykład, 2. pokaz , 3 dyskusja, 4 ćwiczenia, 5 instruktaż, 6 pokaz	
VIII Sposoby oceny (F – formująca, P – podsumowująca)		
F1	Analiza indywidualna i grupowa artykułów naukowych. Wykonywanie ćwiczeń	
P 1	Wykonanie projektu – prezentacja	
P 2	Egzamin pisemny - test (pytania otwarte i zamknięte)	
IX Obciążenie pracą studenta		
Forma aktywności		Łączna i średnia liczba godzin na zrealizowanie aktywności
Godziny kontaktowe z nauczycielem (w trakcie zajęć)		W 15 h i Wr 30h
Godziny kontaktowe z nauczycielem (w trakcie konsultacji, średnio na studenta)		W 12h i Wr 12 h
Przygotowanie się do zajęć		W 3 h i Wr 9h

Przygotowanie indywidualnego projektu wypowiedzi pisemnej	W 30 h i Wr 9h
SUMA	120
SUMARYCZNA LICZBA PUNKTÓW ECTS DLA PRZEDMIOTU	4

X Literatura podstawowa i uzupełniająca

Literatura podstawowa:

1. Adamowski J., Jaskiernia A. (red.), Komunikowanie masowe i polityka medialna w epoce globalizacji i cyfryzacji – aspekty międzynarodowe, Warszawa 2013
2. Adamowski J., (red.), Wybrane zagraniczne systemy medialne, Warszawa 2008.
3. Bauer Z., Dziennikarstwo wobec nowych mediów: historia, teoria, praktyka, Kraków 2009
4. Dobek-Ostrowska B., Polski system medialny na rozdrożu. Media w polityce, polityka w mediach, Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego, Wrocław 2011.
5. Hallin D.C., Mancini P., Systemy medialne. Trzy modele mediów i polityki w ujęciu porównawczym, Kraków 2007.
6. K. Jakubowicz, Media publiczne. Początek końca czy nowy początek?, Warszawa 2007
7. T. Kowalski, B. Jung, Media na rynku. Wprowadzenie do ekonomiki mediów, Warszawa 2006
8. S. Nowicki, Zainteresowanie prasą codzienną w Polsce. Tendencje i zróżnicowanie korzystania z prasy codziennej i co z tego wynika dla przyszłości czytelnictwa prasy, „Zeszyty Prasoznawcze” 2008, nr 1-2
9. T. Mielczarek, Monopol, pluralizm, koncentracja. Warszawa 2007
10. W. Pisarek, Słownik terminologii medialnej, Kraków, 2006
11. K. Pokorna-Ignatowicz (red.), Polski system medialny 1989-2011, Kraków 2013
12. M. Sokołowski (red.), Transformacja polskiego systemu medialnego, Toruń 2011

Literatura uzupełniająca:

1. P. J. Anderson, G. Ward (red.), Przyszłość dziennikarstwa w dojrzałych demokracjach, Warszawa 2009.
3. W. Sonczyk, Kolportaż prasy w Polsce do roku 1989. „Studia medioznawcze” 2010, nr 2
4. S. Mordarski, Media w działaniu. Funkcjonowanie środków masowego przekazu w świetle nauki Kościoła, Sandomierz, 2008
- J. Grzybczak, Społeczny klimat wokół polskich mediów w latach 1989-1999, „Zeszyty Prasoznawcze” 2000, nr 3-4
- A. Szynol, Piętnaście lat obecności Prassauer Neue Presse (Polskapresse) i Orkla Media na polskim regionalnym rynku prasowym, „Studia medioznawcze” 2008, nr 2
5. A. Przybylska, Komu potrzebne są media lokalne? Rola lokalnych środków przekazu w opinii władz, dziennikarzy i mieszkańców, „Studia medioznawcze” 2005, nr 4
7. W. Sonczyk, Dylematy transformacji polskiego systemu medialnego (na przykładzie czasopism), „Studia medioznawcze” 2008, nr 2
8. S. Jędrzejewski, Radio w komunikacji społecznej. Rola i tendencje rozwojowe, „Zeszyty Prasoznawcze” 2003

XI TABLICA POWIĄZAŃ EFEKTÓW PRZEDMIOTOWYCH I KIERUNKOWYCH Z CELAMI PRZEDMIOTU W ODNIESIENIU DO METOD ICH WERYFIKACJI

Efekty kształcenia	Odniesienie danego efektu do efektów zdefiniowanych dla całego programu (PEK)	Cele przedmiotu	Treści programowe	Narzędzia dydaktyczne	Metody dydaktyczne	Sposób oceny
EU 1	K_W05, K_W 01,	C1	W3,W5,W6, W7,W8,	1,2,3	1, 2	F1-2,P1-2

	K_K 05		W10,W11; Wr.3-6			
EU 2	K_W05 K_K06, K_K05	C2	W1,W2, Wr. 1, 2	1,2,3	1, 2	F1-2, P1-2
EU 3	K_W04,K_W05,K_W0 6	C3	W4,W13, Wr.3-7	2,3	1, 2	F1-2, P1-2
EU 4	K_W05,K_W04 K_K05,K_K11	C4	W15,W 14; Wr.6-14	2,3	1, 2	F1-2, P1-2

XII ZASADY WERYFIKACJI OCZEKIWANYCH EFEKTÓW KSZTAŁCENIA

W celu pełnej orientacji studenta, co do stawianych mu wymagań oraz zakresu sprawdzania opanowanych przez niego wiadomości i umiejętności **można** umieścić dodatkową informację precyzującą, jaką notę można otrzymać w zależności od stopnia opanowania danego efektu

XIII DODATKOWE INFORMACJE O PRZEDMIOCIE

Informacja, gdzie można zapoznać się z materiałami do zajęć, np. prezentacjami, instrukcjami do laboratorium itp.*