

37-w.

37 -wr.

KARTA PRZEDMIOTU

Nazwa przedmiotu/modułu:			Mediatyzacja sfery publicznej				
Nazwa angielska:			Mediatization of the public sphere				
Kierunek studiów:			Dziennikarstwo i komunikacja społeczna o profilu produkcyjnym medialnym z elementami dziennikarstwa radiowo-telewizyjnego				
Poziom studiów:			Stacjonarne, I-go stopnia – licencjackie				
Profil studiów			Praktyczny				
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-Ligieza				
I Formy zajęć, liczba godzin							
Semestr	W	C	L	WR	Inne*	Łącznie	ECTS
III	15			15		30	3
II Cel przedmiotu							
C1 – Poznanie podstawowych koncepcji i terminologii							
C2 – Zrozumienie wpływu mediów na życie publiczne							
C3 – Nabycie umiejętności analizowania zjawisk medialnych							
C4 – Poszerzenie kompetencji w zakresie wykorzystania mediów							
III Wymagania wstępne w kategoriach wiedzy, umiejętności i innych kompetencji:							
Podstawowa wiedza z zakresu komunikacji społecznej i medialnej							
IV Oczekiwane efekty uczenia się							
EU 1 – Student zna podstawowe teorie i terminologię							
EU 2 – Student dostrzega i rozumie wpływ mediów na życie publiczne							
EU 3 – Student posiada umiejętności analizy zjawisk medialnych							
EU 4 – Student potrafi świadomie wykorzystywać media w działaniach komunikacyjnych i promocyjnych							
V Treści programowe:							
Forma zajęć: wykład						Liczba godzin	
W. 1	Koncepcje mediatyzacji						2
W. 2	Pojęcie i koncepcja sfery publicznej						2
W. 3	Internet jako sfera publiczna						2
W. 4	Mediatyzacja życia społecznego						2

W. 5	Mediatyzacja polityki	2
W. 6	Mediatyzacja nauki	2
W. 7	Celebrytyzm i tabloityzacja	2
W. 8	Podsumowanie	1
Forma zajęć: warsztat		Liczba godzin
Wr 1	Mediatyzacja a medializacja	2
Wr 2	Obszar komunikowania publicznego. Rola mediów w komunikowaniu publicznym	2
Wr 3	Rozwój współczesnych społeczeństw a media	2
Wr 4	Komercyjny wymiar życia publicznego	2
Wr 5	Komercyjny wymiar polityki	2
Wr 6	Komercyjny wymiar nauki	2
Wr 7	Skandalizacja w sferze publicznej	2
Wr 8	Podsumowanie	1
Suma godzin		30
VI Narzędzia dydaktyczne		
1.	wykresy, diagramy, podręczniki i teksty przedmiotowo-metodyczne	
2.	prezentacje multimedialne, materiały audio-wizualne	
3.	urządzenia interkomunikacyjne (tablica interaktywna, rzutnik multimedialny) oraz komputery.	
VII Metody dydaktyczne		
Podające – 1) wykład, 2) opis, 3) wyjaśnienie, 4) opowiadanie.		
Problemowe, praktyczne :5) pokaz, 6) ćwiczenie, 7) dyskusja, 8) instruktaż.		
VIII Sposoby oceny (F – formująca, P – podsumowująca)		
W/P1	Egzamin pisemny - pytania otwarte	
Wr/F1	Praca indywidualna - analiza artykułów naukowych, materiałów badawczych (filmów, publikacji, zdjęć).	
Wr/F2	Praca w grupie - analiza przykładów dotyczących poszczególnych zagadnień, projekty ukazujące omawiane zjawiska.	
Wr/P2	Esej na wybrany temat.	
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 15h
Godziny kontaktowe z nauczycielem (w trakcie konsultacji, średnio na studenta)	W 12h i Wr 6h
Przygotowanie się do zajęć	W 3 h i Wr 4h
Przygotowanie indywidualnego projektu wypowiedzi pisemnej przygotowanie do egzaminu	W 30 h i Wr 5 h
SUMA	90 h
SUMARYCZNA LICZBA PUNKTÓW ECTS DLA PRZEDMIOTU	3

X Literatura podstawowa i uzupełniająca

Literatura podstawowa:

M. Szpunar, Imperializm kulturowy internetu, Kraków, IDMiKS, 2017.
 J. Habermas, Strukturalne przeobrażenia sfery publicznej, Warszawa, 2007.
 G. Debord, Społeczeństwo spektaklu, Gdańsk, 1998.
 J. Thompson, Media i nowoczesność. Społeczna teoria mediów, Wrocław, 2001.
 P. Bourdieu, O telewizji. Panowanie dziennikarstwa, Warszawa, 2009.
 M. Szpunar, Medialna widoczność jako emanacja hiperobecności, w: Zeszyty Prasoznawcze, Kraków, WUJ, 2017/3, s.494-504.
 M. Szpunar, Internet - nowa sfera publiczna czy kabina pogłosowa?, w: M. Adamik-Szysia (red.) Media i polityka. Relacje i współzależności, Lublin, Wyd. UMCS, 2014, s. 69-77.

Literatura uzupełniająca:

M. Szpunar, Mediatyzacja nauki. O roli naukowców w epoce paleo- i neo-telewizji, w: Zarządzanie w Kulturze, Kraków, WUJ, 2015/3, s. 293-301.
 A. Adamski, Media w analogowym i cyfrowym świecie. Wpływ cyfrowej rewolucji na rekonfigurację komunikacji społecznej, Warszawa 2012.
 2. S Hjarvard , From Bricks to Bytes: The Mediatization of a Global Toy Industry, w: Bondebjerg I., Golding P. (red.), European Culture and the Media, Intellect Books 2004, s. 43-64.
 3. S. Hjarvard , L. N. Petersen., Mediatization and Cultural Change, "MedieKultur" 2013 nr 54, s. 1-7.

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_W01, K_W04, K_W05, K_W07, K_W08	C1	W 1-3, W8	1-3	1-4	P1
EU 2	K_W01, K_W04, K_W05, K_W07,	C 2	W4-8	1-3	1-4	P1
EU 3	K_U01, K_U02, K_U04, K_U05, K_U07	C 3	Wr 1-3, Wr8	1-3	5-8	P2, F1-2
EU 4	K_U01, K_U02,	C 4	Wr 4-8	1-3	5-8	P2, F1-2

	K_U04, K_U05,				
XII ZASADY WERYFIKACJI OCZEKIWANYCH EFEKTÓW KSZTAŁCENIA					
Brak					
XIII DODATKOWE INFORMACJE O PRZEDMIOCIE					
Brak					