

KARTA KURSU

Nazwa	Socjologia mediów
Nazwa w j. ang.	Media Sociology

Koordinator	Dr hab. Aldona Guzik, prof. UKEN	Zespół dydaktyczny
		Dr hab. Aldona Guzik, prof. UKEN
Punktacja ECTS*	2	

Opis kursu (cele kształcenia):

Kurs ma przybliżyć studentom historię rozwoju mediów oraz związane z tym teorie i modele komunikowania masowego. Koncentruję się w nim na socjologicznym opisie fenomenu masowego komunikowania oraz analizie społecznych i kulturowych skutków procesów "globalnego" komunikowania: upowszechniania wzorów kulturowych, stylów życia, systemów wartości dzięki zwiększającej się wymianie międzynarodowej, sieciom telewizyjnym, produkcji filmowej, Internetowi (sieciom komputerowym). Zwracam uwagę uczestników kursu na tworzenie się nowego typu człowieka, uczestniczącego w świecie nowych mediów, przyzwyczajonego do obcowania z obrazem, zamiast tekstu, odchodzącego o tradycyjnych sposobów uczestnictwa w kulturze: czytelnictwa książek, chodzenia do teatru, filharmonii itp., a koncentrującym się na funkcjonowaniu w mediach społecznościowych. Poruszymy również kwestie związane z wpływem mediów na życie społeczne i formowanie się społeczeństwa postnowoczesnego, informacyjnego, społeczeństw wiedzy.

Warunki wstępne:

Wiedza	Znajomość podstawowych pojęć z zakresu socjologii
Umiejętności	-
Kursy	Zaliczony kurs <i>Wstępu do Socjologii i Współczesnych teorii socjologicznych</i>

Efekty kształcenia:

	Efekt kształcenia dla kursu	Odniesienie do efektów kierunkowych
Wiedza	W01: Student posiada podstawową wiedzę socjologiczną i operuje językiem tej nauki W02: Student posiada wiedzę o instytucjach medialnych i zna terminologię z tego zakresu na poziomie podstawowym W03: Student posiada wiedzę o relacjach, związkach i zależnościach między nadawcą – środkami masowego przekazu a odbiorcami	W01-W03, W05-W07

	W04: Student zna teorie i modele komunikowania masowego wie czym charakteryzuje się społeczeństwo medialne i informacyjne W05: Student posiada pogłębioną wiedzę o procesach komunikacji, w tym o najnowszych teoriach komunikowania oraz wiedzę pogłębioną dotyczącą wpływu mediów na społeczeństwo W06: Student zna i rozumie podstawowe pojęcia i zasady z zakresu prawa autorskiego	
--	--	--

	Efekt kształcenia dla kursu	Odniesienie do efektów kierunkowych
Umiejętności	U01: Student potrafi wyszukiwać, selekcjonować i analizować zdobyte informacje z wykorzystaniem różnych źródeł i na tej podstawie formułować krytyczne sądy z użyciem merytorycznej argumentacji w oparciu o poglądy własne oraz innych autorów, formułować wnioski i dokonywać syntetycznych podsumowań U02: Student rozumie i potrafi analizować i interpretować zjawiska społeczne oraz zachodzące między nimi zależności, w tym zjawiska kulturowe, polityczne, prawne i ekonomiczne związane z działalnością medialną i około medialną U03: Student potrafi wykorzystać wiedzę teoretyczną do opisu i analizy praktycznej rozmaitych procesów komunikacyjnych oraz zjawisk społecznych, związanych z mediami lub/i działalnością promocyjną, analizować ich przyczyny, prognozować przebieg i przewidzieć ich skutki, jak również formułować własne opinie na ten temat U04: Student rozumie potrzebę uczenia się przez całe życie, potrafi inspirować i organizować proces uczenia się innych osób, potrafi samodzielnie wykorzystywać i krytycznie uzupełniać oraz doskonalić nabytą wiedzę i umiejętności	U01, U02, U04-U06

	Efekt kształcenia dla kursu	Odniesienie do efektów kierunkowych
Kompetencje społeczne	K01: Student potrafi dyskutować z zachowaniem zasad poszanowania godności drugiej osoby, ale też obrony własnego zdania K02: Student ma świadomość odpowiedzialności za	K01-K04

	skutki swoich działań, podejmowanych w publicznej sferze społecznej, potrafi wyjaśnić ich konsekwencje innym osobom K03: Student potrafi aktywnie uczestniczyć w przygotowaniu projektów społecznych uwzględniających sferę medialną i jej wpływ na odbiorców K04: Student jest wyczulony na wszelkie przejawy manipulacji odbiorcą, tak w medialnej, jak i około medialnej przestrzeni społecznej, rozumie zagrożenia wynikające z tego zjawiska	
--	--	--

Organizacja – studia stacjonarne											
Forma zajęć	Wykład (W)	Ćwiczenia w grupach									
		A		K		L		S		P	E
Liczba godzin	15	15									

Organizacja – studia niestacjonarne											
Forma zajęć	Wykład (W)	Ćwiczenia w grupach									
		A		K		L		S		P	E
Liczba godzin	15	10									

Opis metod prowadzenia zajęć:

Główną metodą pracy oprócz wykładu jest dyskusja ze studentami, dla której impulsem jest wcześniejsza lektura socjologicznych tekstów źródłowych na temat zaobserwowanych w mediach masowych zjawisk społecznych. W ramach zajęć prezentowane są również materiały wizualne i case studies, które stanowią ilustrację dla omawianych treści merytorycznych i pozwalają na zaprezentowanie praktycznych aplikacji przedstawianych koncepcji. Ponadto, w ramach zajęć studenci realizują zadania ćwiczeniowe w parach i małych grupach, kształtując w ten sposób istotne kompetencje społeczne.

Formy sprawdzania efektów kształcenia:

	E – learning	Gry dydaktyczne	Ćwiczenia w szkole	Zajęcia terenowe	Praca laboratoryjna	Projekt indywidualny	Projekt grupowy	Udział w dyskusji	Referat	Praca pisemna (esej)	Egzamin ustny	Egzamin pisemny	Inne
W01							+	+		+			
W02							+	+		+			
W03							+	+		+			
W04							+	+		+			

W05							+	+		+			
W06							+	+		+			
U01				+			+	+		+			
U02				+			+	+		+			
U03				+			+	+		+			
U04				+			+	+		+			
K01				+			+	+		+			
K02				+			+	+		+			
K03				+			+	+		+			
K04				+			+	+		+			

Kryteria oceny	Na końcową ocenę (zaliczenie z oceną) składają się: 20% - obecność na zajęciach 50% - aktywność na zajęciach 30% - końcowa praca indywidualna/grupowa
----------------	---

Uwagi	Dopuszczalne są dwie nieobecności w ciągu całego semestru, każda powyżej powinna być odrobiona na dyżurze. Osoby, które mają poniżej 60% obecności nie będą dopuszczone do zaliczenia przedmiotu.
-------	--

Treści merytoryczne (wykaz tematów):

- Definicja i rozwój komunikowania
- Komunikowanie masowe i medialne – definicja i cechy (funkcje mediów, determinizm technologiczny)
- Historia mediów masowych
- Teorie i modele komunikacji masowej i medialnej
- Media a społeczeństwo (kultura, kultura popularna, edukacja, polityka)
- Mediatyzacja i jej cechy: głęboka mediatyzacja, konwergencja jako zjawisko w świecie mediów
- Nowe media (nowe media a rozwój kultury uczestnictwa)
- Manipulacja, cenzura i władza w mediach
- Dezinformacja, fake newsy, infodemia
- Widownia mediów – definicje, cechy, typy widowni: współczesne koncepcje widowni
- Zwrot postmodernistyczny i wizualność komunikacji i mediów
- Przyszłość mediów: algorytmizacja przestrzeni medialnej, sztuczna inteligencja, wirtualna rzeczywistość, rozszerzona rzeczywistość
- Podsumowanie zajęć

Tematy konwersatoryjne: będą uzupełniały i rozszerzały treści przekazane na wykładach.

Tematy konwersatoryjne: obrazy: graffiti i murale; obrazy do noszenia: t-shirty, tatuaże, skaryfikacje; obrazy muzyczne: funkcje muzyki i klipów muzycznych; reprezentacje społeczne: seriale, reklama; wolność w sieci: memy jako komentarz rzeczywistości, webkomiksy, portale społecznościowe, blogi, vlogi, fandomy, sztuczna inteligencja, czat GPT, algorytmy itp.

Wykaz literatury podstawowej:

Dziennikarstwo i świat mediów. Nowa edycja, pod red. Z. Bauera, E. Chudzińskiego, Kraków 2010

Wykaz literatury uzupełniającej:

Goban-Klas, T. *Media i komunikowanie masowe. Teorie i analizy prasy, radia, telewizji i Internetu*, Warszawa 2009

Goban-Klas, T., *Wartki nurt mediów. Ku nowym formom społecznego życia informacji*, Universitas, Kraków 2011

Goban-Klas, T., *Cywilizacja medialna. Geneza, ewolucja, eksplozja*, WSiP, Warszawa 2005

Golka, M., *Socjologia kultury*, Warszawa 2013

Gorman, L., McLean, D., *Media i społeczeństwo*, Wydawnictwo UJ, Kraków 2010

Krzysztofek, K., *Zmiana permanentna? Refleksje o zmianie w epoce technologii cyfrowych*. [w:] *Studia Socjologiczne* nr 4 (207), 2012, s. 7-39.

McQuail D., *Teorie komunikowania masowego*, Warszawa 2007

Mrozowski M., *Media masowe. Władza, rozrywka, biznes*, Warszawa 2001

Pisarek W., *Wstęp do nauki o komunikowaniu*, Kraków 2008

Słownik terminologii medialnej, pod red. W. Pisarka, Kraków 2006

Thompson J. B., *Media i nowoczesność. Społeczna teoria mediów*, Wrocław 2001

Van Dijk, J., *Społeczne aspekty nowych mediów*. Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2019

Włoch R., *Socjologia cyfrowa. O uspołecznieniu technologii i technologiach uspołecznienia*, Warszawa 2025

Literatura uzupełniająca będzie przesyłana studentom na bieżąco w trakcie całego semestru w postaci linków do artykułów i case study.

Guzik A, Stolińska A., *Nie-słyszalni eksperci* (w) „Zarządzanie Mediami”, Tom 9 (3)2021, Uniwersytet Jagielloński, Kraków 2021.

Guzik A., *Eksperti naszych czasów. Socjologiczna analiza instytucji eksperta w opiniotwórczych serwisach informacyjnych*, Scholar, Warszawa 2021.

Bilans godzinowy zgodny z CNPS (Całkowity Nakład Pracy Studenta) - **studia stacjonarne**:

liczba godzin w kontakcie z prowadzącymi	Wykład	15
	Konwersatorium (ćwiczenia, laboratorium itd.)	15
	Pozostałe godziny kontaktu studenta z prowadzącym	5
liczba godzin pracy studenta bez kontaktu z prowadzącymi	Lektura w ramach przygotowania do zajęć	5
	Przygotowanie krótkiej pracy pisemnej lub referatu po zapoznaniu się z niezbędną literaturą przedmiotu	-
	Przygotowanie projektu lub prezentacji na podany temat (praca w grupie)	5
	Przygotowanie do egzaminu/zaliczenia	5
Ogółem bilans czasu pracy		50
Liczba punktów ECTS w zależności od przyjętego przelicznika		2

Bilans godzinowy zgodny z CNPS (Całkowity Nakład Pracy Studenta) - **studia niestacjonarne**:

	Wykład	15
	Konwersatorium (ćwiczenia, laboratorium itd.)	10

liczba godzin w kontakcie z prowadzącymi	Pozostałe godziny kontaktu studenta z prowadzącym	5
liczba godzin pracy studenta bez kontaktu z prowadzącymi	Lektura w ramach przygotowania do zajęć	5
	Przygotowanie krótkiej pracy pisemnej lub referatu po zapoznaniu się z niezbędną literaturą przedmiotu	-
	Przygotowanie projektu lub prezentacji na podany temat (praca w grupie)	5
	Przygotowanie do egzaminu/zaliczenia	10
Ogółem bilans czasu pracy		50
Liczba punktów ECTS w zależności od przyjętego przelicznika		2