

Informacje podstawowe

Nazwa przedmiotu	Analiza zawartości mediów
Prowadzący	ks. dr hab. Rafał Leśniczak, prof. ucz.
Wydział	Wydział Teologiczny
Kierunek	Dziennikarstwo i komunikacja społeczna
Poziom studiów	II
Profil studiów	ogólnoakademicki
Forma studiów	stacjonarna
Moduł specjalnościowy	
Dyscyplina naukowa, do której odnoszą się efekty uczenia się	Nauki o komunikacji społecznej i mediach
Obowiązuje od roku akademickiego	2024/2025
Rok studiów	1
Semestr	1
Język wykładowy	polski
Status przedmiotu (<i>obowiązkowy, do wyboru</i>)	obowiązkowy
Odniesienie do kierunkowych efektów uczenia się (<i>symbole</i>)	DK2_W01, DK2_W02, DK2_W15, DK2_W16, DK2_W18, DK2_U14, DK2_K02
Rodzaj zajęć (<i>wybór z listy*</i>)	wykład
Liczba godzin	30
Liczba ECTS	2
Wymagania wstępne	Student posiada wiedzę, umiejętności i kompetencje społeczne z zakresu studiów I stopnia na kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna.
Opis i cele przedmiotu Analiza zawartości mediów	Celem przedmiotu jest przekazanie studentom podstawowej wiedzy dotyczącej analizy zawartości mediów. Studenci poznają m.in. siatkę pojęciową, koncepcje ważniejszych przedstawicieli nurtu badań nad AZ, zasady budowy klucza kategoryzacyjnego, dobre praktyki stosowane w procedurze kodowania.

Treści programowe

Temat/blok zajęć:	Liczba godzin
Analiza zawartości mediów:	
1. Analiza zawartości – rys historyczny	2
2. Konceptualizacja analizy zawartości	2
3. Ilościowa vs. jakościowa analiza zawartości	2
4. Zakres użyteczności AZ	2
5. Sformułowanie celu badawczego. Dobór próby badawczej	2
6. Operacjonalizacja podstawowych pojęć	2
7. Model statystyczny, asocjacyjny vs. oparty na analizie dyskursu	2
8. Kodowanie materiału badawczego. Klucz kategorizacyjny	2
9. Jednostka analizy. Jednostka pomiaru	2
10. Przygotowanie do kodowania	2
11. Wiarygodność badania AZ. Badania pilotażowe	2
12. Procedura kodowania	2
13. Materiał ilustracyjny	2
14. Prezentacja wyników	2
15. Egzemplifikacja badań empirycznych opartych o AZ	2
Łącznie godzin:	30

Opis przedmiotowych efektów uczenia się i sposoby ich weryfikacji

Kategoria efektu (W, U, K)	<u>Kierunkowe</u> efekty uczenia się (co ogólnie absolwent po tych studiach będzie wiedział i umiał)	Opis <u>przedmiotowych</u> efektów uczenia się (wyłącznie czasownikami operacyjnymi - czynności, które da się zweryfikować, mierzalne; w nawiasie należy podać numery tematów zajęć, które realizują dany efekt) (co konkretnie student po tym przedmiocie będzie wiedział i umiał)	Sposoby weryfikacji efektów uczenia się (np.: kolokwium pisemne, egzamin ustny, egzamin pisemny, sprawozdanie, prezentacja na zajęciach, raport, projekt indywidualny, grupowy..)
DK2_W01	W pogłębionym stopniu zna i rozumie terminologię z zakresu nauk o mediach, jej źródła oraz wszechstronne zastosowania w obrębie zbliżonych dyscyplin naukowych	W1 – student zna i rozumie znaczenie reprezentatywności prób badawczej oraz znaczenie właściwego doboru jednostki analizy dla wiarygodności analizy zawartości (tematy 4-5)	Egzamin ustny
DK2_W02	W pogłębionym stopniu zna i rozumie wybrane zagadnienia z zakresu medioznawstwa, jego miejsca w systemie nauk i przedmiotowych oraz Metodologicznych powiązaniach z innymi dyscyplinami naukowymi	W2 – student w pogłębionym stopniu zna teorie średniego zasięgu, np. teorię wartości informacji, i we właściwy sposób potrafi je powiązać z wybranymi teoriami stosunków międzynarodowych, m.in. teorią realizmu politycznego (tematy 1-6)	Egzamin ustny
DK2_W15	W pogłębionym stopniu zna i rozumie funkcjonowanie grup i instytucji medialnych oraz zarządzanie nimi	W3 – student zna i rozumie specyfikę funkcjonowania polskich dzienników i tygodników opinii („Rzeczpospolita”, „Gazeta Wyborcza”, „Newsweek Polska”, „Polityka”) (tematy 1-6)	Egzamin ustny
DK2_W16	W pogłębionym stopniu zna i rozumie pojęcia związane z komunikacją, marketingiem i public relations w kontekście wykorzystania ich w rzeczywistości medialnej	W4 – student zna i rozumie pojęcie stronniczości medialnej, które weryfikuje w badaniach empirycznych (tematy 7-15)	Egzamin ustny
DK2_W18	W pogłębionym stopniu zna i rozumie temat komunikacji w grupach oraz małych i średnich instytucjach medialnych, a także działalność public relations i marketingową na rzecz ww. instytucji	W5 – student zna sposoby badań nad skutecznością komunikacji wewnątrzinstytucjonalnej i potrafi je powiązać z badaniami nad wizerunkiem instytucji w mediach społecznościowych (tematy 7-15)	Egzamin ustny

DK2_U14	Ma pogłębione umiejętności w zakresie komunikacji w grupach oraz małych i średnich instytucjach medialnych, a także działalności marketingowej i public relations na rzecz ww. instytucji	U1 – student potrafi wybrać i zakomunikować informacje najbardziej relewantne pod względem marketingowym (tematy 2-11)	Egzamin ustny
DK2_K02	Jest gotów do rozwiązywania problemów poznawczych i praktycznych oraz zasięgania opinii ekspertów w przypadku trudności z samodzielnym rozwiązaniem problemu	K1 – student jest gotowy do oceny materiału źródłowego z zastosowaniem AZ, celem jego wykorzystania w działaniach promocyjnych organizacji trzeciego sektora (tematy 1-15)	Egzamin ustny

Metody dydaktyczne

(dostosowane do przedmiotowych efektów uczenia się)

1.	Wykład
2.	Dyskusja
3.	Praca z tekstami
4.	Prace zadawane do domu

Opis nakładu pracy studenta w ECTS

Kontakt z prowadzącym	Aktywność	Liczba godzin	Razem liczba godzin / ECTS
bezpośredni	udział w zajęciach	30	30/1
	udział w zaliczeniach poza zajęciami		
	udział w konsultacjach		
praca własna	przygotowanie do zajęć	15	30/1
	przygotowanie do zaliczenia	15	

Kryteria oceny końcowej

(Opis składowych oceny końcowej zajęć, rozkład procentowy lub punktowy, informacja o dopuszczalnej liczbie nieobecności, inne kryteria)

W1, W2, W3, W4, W5, U1, K1 weryfikowane oceną z egzaminu końcowego i aktywnością podczas dyskusji w ramach wykładu. Ocena uzyskana na egzaminie będzie oceną końcową z przedmiotu. Podstawową formą egzaminu jest forma ustna. Dozwolone są dwie nieusprawiedliwione nieobecności w ciągu semestru.

Na ocenę 5 – student wykazuje się pełnym opanowaniem materiału. Zna i dogłębnie rozumie znaczenie reprezentatywności próby badawczej oraz potrafi trafnie dobrać jednostkę analizy. Biegle łączy teorie średniego zasięgu z teoriami stosunków międzynarodowych. Swobodnie porusza się w specyfice polskich mediów opiniotwórczych oraz w empirycznym rozpoznawaniu stronniczości medialnej. Umie kompleksowo łączyć metody badań skuteczności komunikacji z analizą wizerunku w mediach społecznościowych.

Na ocenę 4 – student wykazuje się dobrym poziomem wiedzy i umiejętności. Rozumie znaczenie reprezentatywności i poprawnie dobiera jednostki analizy. Potrafi powiązać teorie, choć wymaga to niekiedy doprecyzowania. Zna specyfikę głównych mediów opinii i poprawnie identyfikuje przykłady stronniczości. Zna podstawowe metody badania skuteczności komunikacji, choć integracja z analizą wizerunku może być częściowa. W większości trafnie wybiera i komunikuje relewantne informacje. Potrafi ocenić materiał źródłowy i zaproponować jego praktyczne wykorzystanie w działaniach promocyjnych.

Na ocenę 3 – student wykazuje się podstawowym poziomem opanowania efektów. Ma ogólne pojęcie o znaczeniu reprezentatywności, ale ma trudności z doбором jednostki analizy. Powiązania teorii są powierzchowne. Rozpoznaje tytuły mediów, ale nie dostrzega w pełni ich specyfiki; stronniczość traktuje jako pojęcie ogólne, bez odniesienia do badań. Zna jedynie fragmentaryczne metody badawcze, brak spójnego ich zastosowania. Selekcja informacji bywa przypadkowa lub nie w pełni relewantna marketingowo. Wymaga wsparcia w analizie źródeł i ich zastosowaniu promocyjnym.

Literatura obowiązkowa

1.	Pisarek, W. (1983). Analiza zawartości prasy. Kraków: Ośrodek Badań Prasoznawczych.
2.	Szczepaniak, K. (2012). Zastosowanie analizy treści w badaniach artykułów prasowych-refleksje metodologiczne. Acta Universitatis Lodzensis. Folia Sociologica, (42), 83-112.
3.	Planeta, P. (2024). Analiza zawartości mediów. W: Leksykon terminów medialnych A-L / Wolny-Zmorzyński Kazimierz [i in.] (red.), 2024, Toruń, Wydawnictwo Adam Marszałek, s. 49, ISBN 9788381806503 https://us.edu.pl/wydzial/wns/wp-content/uploads/sites/17/Bez-kategorii/Leksykon-terminow-medialnych-A-L-Tom-1.pdf
4.	Klepka, R. (2016). Analiza zawartości mediów: dlaczego i do czego można ją wykorzystać w nauce o bezpieczeństwie i politologii?, "Annales Universitatis

	Paedagogicae Cracoviensis. Studia de Securitate et Educatione Civili" VI, 32-41.
5.	Lisowska-Magdziarz, M. (2004). Analiza zawartości mediów: przewodnik dla studentów: wersja 1.1. Kraków: Uniwersytet Jagielloński.

Literatura uzupełniająca

1.	Krippendorff, K. (2018). Content analysis: An introduction to its methodology. Sage publications.
----	---

* lista rodzajów zajęć

- ☐ ćwiczenia (audytoryjne, translatoryjne, terenowe, warsztatowe, projektowe)
- ☐ ćwiczenia laboratoryjne, komputerowe
- ☐ lektorat języka obcego nowożytnego/starożytnego
- ☐ wykład kierunkowy
- ☒ wykład monograficzny lub konwersatorium monograficzne
- ☐ seminarium dyplomowe
(sem. magisterskie, licencjackie lub inżynierskie, na którym student pod kierunkiem opiekuna pracy przygotowuje pracę dyplomową, wykorzystując metody adekwatne do realizowanej tematyki badawczej)
- ☐ pracownia dyplomowa (programistyczna, chemiczna, fizyczna, biologiczna, inżynierska)
(zajęcia laboratoryjne, na których student pod kierunkiem opiekuna pracy przygotowuje pracę dyplomową wykorzystując metody adekwatne do realizowanej tematyki badawczej)