

Informacje podstawowe

Nazwa przedmiotu	Analiza zawartości mediów – media audiowizualne
cProwadzący	dr Piotr Łuczuk, dr Dagmara Jaszewska
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	2021/2022
Rok studiów	2
Semestr	2
Język wykładowy	polski
Status przedmiotu (<i>obowiązkowy, do wyboru</i>)	obowiązkowy
Odniesienie do kierunkowych efektów uczenia się (<i>symbole</i>)	DK2_W15, DK2_W18, DK2_U06, DK2_U14, DK2_K02
Rodzaj zajęć (<i>wybór z listy*</i>)	ćwiczenia
Liczba godzin	30
Liczba ECTS	2
Wymagania wstępne	
Opis i cele przedmiotu Analiza zawartości mediów – media audiowizualne	<p>Celem ćwiczeń jest rozwinięcie kompetencji analitycznych studentów w zakresie badania zawartości mediów audiowizualnych. Zajęcia koncentrują się na metodologii analizy treści medialnych, ze szczególnym uwzględnieniem zmian zachodzących w mediach audiowizualnych w dobie konwergencji i transformacji cyfrowej. Studenci zdobędą umiejętność krytycznej oceny programów telewizyjnych, analizy zachowań prezenterów oraz rozpoznawania technik perswazyjnych i dezinformacyjnych. Istotnym elementem kursu jest również omówienie roli mediów w kształtowaniu opinii publicznej oraz wpływu nowych technologii na ich funkcjonowanie.</p> <p>Podczas zajęć uczestnicy poznają różne podejścia do analizy treści audiowizualnych, w tym metody ilościowe i jakościowe, oraz narzędzia wykorzystywane w badaniach medialnych. Szczególna uwaga zostanie poświęcona dynamice zmian</p>

	zachodzących w stacjach telewizyjnych, rosnącej roli platform streamingowych oraz wpływowi algorytmów na kształtowanie treści audiowizualnych. Kurs ma na celu rozwinięcie umiejętności krytycznej oceny przekazu medialnego oraz przygotowanie studentów do samodzielnego prowadzenia analiz w przyszłej pracy zawodowej.
--	--

Treści programowe

Temat/blok zajęć:	Liczba godzin
Analiza zawartości mediów – media audiowizualne	
1. Wprowadzenie do analizy zawartości mediów – definicje, metody i podejścia badawcze	2
2. Konwergencja mediów audiowizualnych – wpływ technologii na rozwój i funkcjonowanie telewizji i platform cyfrowych	2
3. Metodologie analizy mediów – podejścia ilościowe i jakościowe w badaniach treści audiowizualnych	2
4. Ewolucja telewizji i jej rola w dobie cyfryzacji – od tradycyjnych stacji do platform streamingowych	2
5. Analiza programów informacyjnych – struktura, sposób prezentacji treści i manipulacja przekazem	2
6. Perswazja i manipulacja w mediach audiowizualnych – techniki wpływania na odbiorców	2
7. Dezinformacja i fake news w telewizji oraz internecie – sposoby identyfikacji i analiza przypadków	2
8. Zachowania prezenterów i ich wpływ na odbiór treści – język ciała, sposób prowadzenia programów i budowanie autorytetu	2
9. Analiza reklam telewizyjnych i internetowych – strategie marketingowe, przekazy podprogowe i etyka reklamy	2
10. Rola algorytmów w kształtowaniu treści audiowizualnych – wpływ personalizacji na odbiór wiadomości	2
11. Wpływ social media na media audiowizualne – jak platformy społecznościowe zmieniają sposób dystrybucji i odbioru treści	2
12. Analiza medialnych narracji w telewizji i filmie – storytelling jako narzędzie kształtowania rzeczywistości	2
13. Wpływ formatów programów na postrzeganie rzeczywistości – analiza talk-show, reality shows i seriali dokumentalnych	2
14. Bezpieczeństwo informacyjne w mediach audiowizualnych – rola mediów w budowaniu świadomości o zagrożeniach cyfrowych	2
15. Podsumowanie kursu i prezentacja analiz przeprowadzonych przez studentów – omówienie wniosków i refleksji z badań. Zaliczenie semestru	2
Łącznie godzin:	30

Opis przedmiotowych efektów uczenia się i sposoby ich weryfikacji

Kategoria efektu (W, U, K)	<u>Kierunkowe efekty uczenia się</u> <i>(co ogólnie absolwent po tych studiach będzie wiedział i umiał)</i>	<u>Opis przedmiotowych efektów uczenia się</u> <i>(wylącznie czasownikami operacyjnymi - czynności, które da się zweryfikować, mierzalne; w nawiasie należy podać numery tematów zajęć, które realizują dany efekt)</i> <i>(co konkretnie student po tym przedmiocie będzie wiedział i umiał)</i>	Sposoby weryfikacji efektów uczenia się <i>(np.: kolokwium pisemne, egzamin ustny, egzamin pisemny, sprawozdanie, prezentacja na zajęciach, raport, projekt indywidualny, grupowy..)</i>
DK2_W15	W pogłębionym stopniu zna i rozumie funkcjonowanie grup i instytucji medialnych oraz zarządzanie nimi	W1 – student wie, w jaki sposób funkcjonują grupy oraz instytucje medialne oraz rozumie zależność między podmiotami państwowymi i prywatnymi (temat 1, 2, 4, 5)	Prezentacja na zajęciach
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	W1 – student zna zasady komunikacji w poszczególnych instytucjach medialnych (państwowych i prywatnych) rozumie zależności pomiędzy przekazem dziennikarskim, a komunikacją marketingową i PR w tych instytucjach (temat, 6, 7, 8, 9)	Projekt indywidualny, projekt grupowy
DK2_U06	Potrafi dokonywać obserwacji, analizy i interpretacji zjawisk społeczno- ekonomicznych na rynku medialnym	U1 – student umie przeprowadzić medioznawczą analizę i argumentuje własne wnioski na temat przemian obserwowanych na rynku mediów audiowizualnych. Potrafi interpretować przyczyny i skutki zjawisk społeczno-ekonomicznych na rynku medialnym w Polsce i na świecie (temat 9, 11, 12, 13)	Prezentacja na zajęciach
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 analizować, interpretować oraz tworzyć strategie komunikacyjne na potrzeby instytucji medialnych oraz działalności marketingowej i PR. Umie wskazać różnice pomiędzy informacyjnym przekazem medialnym, a komunikacją o charakterze marketingowym (temat 3, 9, 10)	Projekt indywidualny, projekt grupowy
DK2_K02	Jest gotów do rozwiązywania problemów poznawczych i praktycznych oraz zasięgania opinii ekspertów w przypadku	K1 – student poddaje krytycznej analizie zawartość mediów audiowizualnych i opracowuje oryginalne rozwiązania problemów poznawczych i praktycznych w	Projekt indywidualny

	trudności z samodzielnym rozwiązaniem problemu	obszarze mediów audiowizualnych (tematy 6, 7, 8, 14, 15)	
--	--	--	--

Metody dydaktyczne

(dostosowane do przedmiotowych efektów uczenia się)

1.	Dyskusja
2.	Praca z materiałami telewizyjnymi/audiowizualnymi
3.	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 zaliczenia, osobiste lektury	30	30/1

Kryteria oceny końcowej

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

Student ma prawo do 2 nieusprawiedliwionych nieobecności w semestrze. Zaliczenie odbywa się na podstawie prezentacji raportu z prowadzonego w toku semestru projektu indywidualnego (monitoring mediów na podstawie wybranego programu/stacji telewizyjnej połączony z autorską analizą ilościową i jakościową treści audiowizualnych – m.in. określenie grupy docelowej, przyczyny wzrostu/spadku oglądalności, zachowań prezenterów, form perswazji w materiałach telewizyjnych)

Na ocenę 3 – student zna w stopniu podstawowym pojęcia związane z analizą zawartości mediów – ich historią, zróżnicowaniem oraz sposobami realizacji w praktyce

Na ocenę 4 – student rozpoznaje dziennikarskie formy audiowizualne obecne we współczesnych mediach i ocenia ich zgodność z normami gatunkowymi, ale jego oceny i wnioski bywają niekompletne; wybiórcze i niewyczerpujące;

Na ocenę 5 – student właściwie klasyfikuje formy obecne we współczesnych mediach audiowizualnych; potrafi rzetelnie i w kompletny sposób ocenić ich zgodność z normami gatunkowymi, a także samodzielnie tworzyć analizy i raporty medioznawcze.

Literatura obowiązkowa

1.	Jaszewska D., <i>Wojna to tylko część piekła nowoczesności. Roya Anderssona wizualna teoria wojny na podstawie filmu Gołąb przysiadł na gałęzi i</i>
----	--

	<i>rozmyśla o istnieniu</i> , w: <i>Kulturowe konteksty wojny</i> , red. M. Ciesielski, P. Pawlak, S. Szykowna, Poznań 2023.
2.	Łuczuk P., <i>Problem barier informacyjnych</i> , w: <i>Młodzież w infosferze</i> , red. M. Wojtkowiak, Warszawa 2024, s. 45-62.
3.	Idzik J., Klepka R., <i>O analizie zawartości, czyli jak badać medialne obrazy świata</i> , w: <i>Medialne obrazy świata. Tom 2. Polityka i bezpieczeństwo w relacjach medialnych</i> , red. R. Klepka, J. Idzik, Kraków 2019, s. 11-31.
4.	Lisowska-Magdziarz M., <i>Analiza zawartości mediów. Przewodnik dla studentów; wersja 1.1</i> , Kraków 2004.
5.	Łuczuk P., Maj S., <i>Influencer's era – the role of experts in the digital world. Do we still need their forecasts and advice?</i> „Kwartalnik Naukowy Fides et Ratio” 2023, t. 56, nr 4, s. 147-156. DOI:10.34766/fetr.v56i4.1222
6.	Wawer M., <i>Badania nad telewizją. Kilka perspektyw</i> , w: <i>Metody badań medioznawczych i ich zastosowanie</i> , red. A. Szymańska i in., Kraków 2018.

Literatura uzupełniająca

1.	Cymanow-Sosin K., Drożdż, M., <i>Analiza zawartości przekazów telewizyjnych w programach informacyjnych na przykładzie monitoringu TVP Info</i> , „Media-Biznes-Kultura” 2019 nr 1.
2.	Fras J., <i>Podstawy identyfikacji i typologii wypowiedzi w mediach masowych</i> , w: <i>Komunikologia. Teoria i praktyka komunikacji</i> , t. 3, red. W. Godzic i in., Poznań 2012.
3.	Mrozowski M., <i>Telewizyjne programy informacyjne - polskie i zagraniczne (analiza porównawcza)</i> , „Studia Medioznawcze” 2009, nr 3 (38), s. 27-49.
4.	Jaszewska D., <i>Więcej niż obraz – film poszerzony o teologię</i> , w: <i>Więcej niż obraz. Przestrzenie wizualne</i> , red. E. Wilk i in., Gdańsk 2016.
5.	Jaszewska D., <i>Komunikowanie wiary a język filmu. Spojrzenie medio-i-kulturoznawcze</i> , w: <i>Ukazać niewidzialne. Film religijny w perspektywie teologii środków społecznego przekazu i języka mediów</i> , red. G. Łęcicki, M. Butkiewicz, Warszawa 2019.

* 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)