

Informacje podstawowe

Nazwa przedmiotu	Przemiany w komunikacji medialnej – wykład do wyboru z zakresu cywilizacji medialnej
Prowadzący	dr hab. Katarzyna Flader-Rzeszowska, prof. ucz.
Wydział	Wydział Nauk o Komunikacji i Dziennikarstwa
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 (obowiązkowy, do wyboru)	obowiązkowy
Odniesienie do kierunkowych efektów uczenia się (symbole)	DK2_W08, DK2_W10, DK2_W14, DK2_U11, DK2_U16
Rodzaj zajęć (wybór z listy*)	wykład
Liczba godzin	30
Liczba ECTS	3
Wymagania wstępne	Podstawowe pojęcia z zakresu komunikacji medialnej
Opis i cele przedmiotu Przemiany w komunikacji medialnej – wykład do wyboru z zakresu cywilizacji medialnej	Celem zajęć jest przybliżenie przemian, jakie zaszły w medialnej komunikacji artystycznej w ostatnich dekadach. Student zapozna się z ogólnymi definicjami dotyczącymi cywilizacji medialnej i komunikowania w mediach, a także komunikacji artystycznej. Na podstawie wykładów, obejrzanych materiałów multimedialnych i zadanych lektur pozna kolejne mediamorfozy związane z pismem i obrazem.

Treści programowe

Temat/blok zajęć:	Liczba godzin
Przemiany w komunikacji medialnej – wykład do wyboru z zakresu cywilizacji medialnej:	
1. Wprowadzenie do tematu	2
2. Cywilizacja medialna – rozwój i przemiany	4
3. Komunikacja artystyczna – cechy, funkcje, promocja w kulturze	2
4. Teatr i performans w kontekście rozwoju mediów	2
5. Teatr telewizji – struktura i przemiany	2
6. Teatr wyobraźni – struktura, słuchowiska, podcasty, teatr immersyjny	2
7. Teatr internetowy - platformy streamingowe i wirtualne sceny.	2
8. Interaktywność w teatrze i performansie	4
9. Sztuka generatywna i AI w teatrze i performansie	2
10. Multimedia i hipermedia w komunikacji artystycznej	2
11. Crowdsourcing i współtworzenie – nowe formy dialogu społecznego	2
12. Transmedialność w storytellingu	2
13. Podsumowanie i zaliczenie zajęć	2
Łącznie godzin:	30

Opis przedmiotowych efektów uczenia się i sposoby ich weryfikacji

Kategoria efektu (W, U, K)	Kierunkowe efekty uczenia się <i>(co ogólnie absolwent po tych studiach będzie wiedział i umiał)</i>	Opis przedmiotowych efektów uczenia się <i>(wyłącznie 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_W08	W pogłębionym stopniu zna pojęcia z zakresu ekonomiki mediów i zarządzania mediami	W1 – student w pogłębionym stopniu zna pojęcia z zakresu cywilizacji medialnej i zarządzania mediami (temat 1, 2)	Wykład
DK2_W10	W pogłębionym stopniu zna pojęcia związane z wykorzystaniem marketingu, reklamy i public relations w rzeczywistości medialnej	W2 – student w pogłębionym stopniu zna pojęcia związane z marketingiem i public relations w przestrzeni komunikowania artystycznego... (temat 3)	Wykład
DK2_W14	W pogłębionym stopniu zna i rozumie różne rodzaje struktur i instytucji medialnych	W3 – student w pogłębionym stopniu zna i rozumie różne rodzaje struktur w przestrzeni kultury i instytucji medialnych związanych z kulturą i sztuką ... (temat 4, 5, 6, 7)	Wykład
DK2_U11	Potrafi samodzielnie rozpoznać, a następnie przeprowadzić krytyczną analizę i interpretację różnych przekazów medialnych i ich oddziaływania społecznego	U1 – student potrafi samodzielnie przeprowadzić krytyczną analizę i interpretację różnych przekazów medialnych związanych ze sztuką i ich oddziaływanie społeczne (temat 8, 9,11,12)	Praca z tekstami
DK2_U16	Potrafi wykorzystywać techniki komunikowania właściwe dla mediów	U2 – student potrafi wykorzystywać techniki komunikowania właściwe dla mediów (temat 10)	Prace zadawane do domu

Metody dydaktyczne

(dostosowane do przedmiotowych efektów uczenia się)

1.	Wykład
2.	Praca z tekstami
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 zajęć (czytanie zadanych tekstów, praca pisemna.)	30	60/2
	przygotowanie do zaliczenia (prezentacja multimedialna)	30	

Kryteria oceny końcowej

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

W1, W2, W3, U1, U2

Na ocenę bardzo dobrą student w pogłębionym stopniu zna pojęcia z zakresu cywilizacji medialnej i zarządzania mediami oraz pojęcia związane z marketingiem i public relations w przestrzeni komunikowania artystycznego, student bardzo dobrze rozumie różne rodzaje struktur w przestrzeni kultury i instytucji medialnych związanych z kulturą i sztuką, potrafi samodzielnie przeprowadzić trafną, krytyczną analizę i interpretację różnych przekazów medialnych związanych ze sztuką i ich oddziaływaniem społecznym, potrafi bardzo sprawnie wykorzystywać techniki komunikowania właściwe dla mediów.

Na ocenę dobrą student dobrze zna pojęcia z zakresu cywilizacji medialnej i zarządzania mediami oraz pojęcia związane z marketingiem i public relations w przestrzeni komunikowania artystycznego, dobrze rozumie różne rodzaje struktur w przestrzeni kultury i instytucji medialnych związanych z kulturą i sztuką, potrafi samodzielnie przeprowadzić dobrą, krytyczną analizę i interpretację różnych przekazów medialnych związanych ze sztuką i ich oddziaływaniem społecznym, potrafi dość sprawnie wykorzystywać techniki komunikowania właściwe dla mediów.

Na ocenę dostateczną student w przeciętnym stopniu zna pojęcia z zakresu cywilizacji medialnej i zarządzania mediami oraz pojęcia związane z marketingiem i public relations w przestrzeni komunikowania artystycznego, student rozumie różne rodzaje struktur w przestrzeni kultury i instytucji medialnych związanych z kulturą i sztuką, potrafi przy wsparciu prowadzącego przeprowadzić krytyczną analizę i interpretację różnych przekazów medialnych związanych ze sztuką i ich oddziaływaniem społecznym, w większości przypadków potrafi wykorzystywać techniki komunikowania właściwe dla mediów.

Można opuścić 2 zajęcia. Jeśli student chce odrobić nieobecność, powinien zgłosić się do prowadzącego podczas jego dyżuru i ustalić z nim formę pracy dodatkowej.

Na końcową ocenę składa się:

30% - obecność na zajęciach

20% - aktywność na zajęciach

50% - prezentacja końcowa

Literatura obowiązkowa

1.	Balme Christopher, Zastępcze sceny: teatr, performans i wyzwania nowych mediów, przeł. E. Partyga, „Dialog” 2007, nr 12.
2.	Goban-Klas Tomasz, Cywilizacja medialna. Geneza, ewolucja, eksplozja, Warszawa 2005.
3.	Miaskowska Marta, Social_net_art : paradygmat sztuki nowych mediów w dobie web 2.0, Poznań 2022.

Literatura uzupełniająca

1.	Amalgamaty sztuki. Intermedialne uwikłania teatru, red. Limon J., Żukowska A., słowo/obraz terytoria, Gdańsk 2011.
2.	Manovich Lev, Język nowych mediów, przeł. Piotr Cypriański, Warszawa 2006.

* 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)