

Informacje podstawowe

Nazwa przedmiotu	Psychologia mediów
Prowadzący	dr Aleksandra Gralczyk
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	2
Semestr	
Język wykładowy	polski
Status przedmiotu (obowiązkowy, do wyboru)	obowiązkowy
Odniesienie do kierunkowych efektów uczenia się (symbole)	DK2_W04, DK2_W06, DK2_W07, DK2_U14, DK2_K03
Rodzaj zajęć (wybór z listy*)	wykład kierunkowy
Liczba godzin	30
Liczba ECTS	3
Wymagania wstępne	Brak wymagań
Opis i cele przedmiotu	Celem zajęć jest zapoznanie studentów z różnorodnością ludzkich zachowań, myśli i przeżyć powstających w kontakcie z mediami oraz nowymi technologiami w kontekstach indywidualnym, grupowym, społecznym i kulturowym. Studenci nabywają umiejętności analizy zagadnień z historii dziedziny wraz z odniesieniami do studiów przypadku. Główny obszar wnioskowania podczas zajęć dotyczy komunikacji między ludźmi oraz komunikacji zapośredniczonej przez technikę.

Treści programowe

Temat/blok zajęć:	Liczba godzin
1. Komunikacja - informacja - psychologia.	2
2. Perspektywa psychologiczna życia codziennego.	2

3. Medialny obraz rzeczywistości.	2
4. Przeciążenie informacyjne - przyczyny i skutki zjawiska.	2
5. Media a emocje.	2
6. Media a poznanie.	2
7. Media a stres.	2
8. Edukacyjny i rozwojowy kontekst psychologii mediów.	4
9. Media w promocji zdrowia psychicznego.	2
10. Kryzys psychiczny w nowoczesnym świecie.	2
11. Kryzys suicydalny a media.	4
12. Uzależnienia behawioralne.	2
13. Media i osobowość.	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)	<u>Opis 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 <i>student po tym przedmiocie</i> będzie wiedział i umiał)	<u>Sposoby</u> weryfikacji efektów uczenia się (np.: kolokwium pisemne, egzamin ustny, egzamin pisemny, sprawozdanie, prezentacja na zajęciach, raport, projekt indywidualny, grupowy)
DK2_W04	Zna dogłębnie fakty, procesy społeczne i reguły nimi rządzące w zakresie komunikowania	W1 – student definiuje podstawowe pojęcia z zakresu psychologii mediów (1, 2)	Kolokwium pisemne
DK2_W06	Ma pogłębioną wiedzę dotyczącą procesów komunikowania interpersonalnego i społecznego w różnych aspektach (m.in. psychologicznym i socjologicznym), ich prawidłowości i zakłóceń	W2 – student tłumaczy podstawowe mechanizmy funkcjonowania percepcji (zwłaszcza uwagi), procesów afektywnych oraz kognitywnych związanych z odbiorem mediów (3, 7)	Kolokwium pisemne
DK2_W07	Zna rozmaite struktury, instytucje i systemy społeczne oraz ma poszerzoną wiedzę o relacjach i zależnościach między nimi, a także o narzędziach badania procesów społecznych, badań opinii publicznej i czynników, które jej kształtują	W3 – student potrafi scharakteryzować rodzaj manipulacji stosowany w mediach, wyjaśnia mechanizmy badań działań społecznych, opinii publicznej i czynników mających wpływ na ich kształt (4, 6, 10, 12)	Kolokwium pisemne
DK2_U14	Posiada rozszerzone 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 analizuje wpływ sytuacji społecznej na jednostkę, wybiera odpowiedni sposób komunikacji w grupie, instytucjach medialnych. Weryfikuje działalność marketingową i public relations w danej instytucji. (5, 13)	Prezentacja na zajęciach
DK2_K03	Docenia znaczenie nauk o komunikacji społecznej i mediach dla utrzymania i rozwoju prawidłowych więzi w środowiskach społecznych i odnosi zdobytą wiedzę do	K1 – student posługuje się terminami z zakresu psychologii mediów w rozmowie z innymi lub w wystąpieniu publicznym w środowiskach społecznych i zawodowych (8, 9, 11)	Prezentacja na zajęciach

	projektowania działań zawodowych, przewidując wielokierunkowe skutki społeczne swojej działalności		
--	--	--	--

Metody dydaktyczne

(dostosowane do przedmiotowych efektów uczenia się)

1.	Wykład z prezentacją multimedialną
2.	Dyskusja
3.	Burza mózgów

Opis nakładu pracy studenta w ECTS

Kontakt z prowadzącym	Aktywność	Liczba godzin	Razem liczba godzin / ECTS
bezpośredni	Uczestnictwo w zajęciach	30	30/1
	Udział w konsultacjach		
praca własna	Przygotowanie pracy śródsesemestralnej	30	60/2
	Lektura, przygotowanie prezentacji	30	

Kryteria oceny końcowej

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

Efekty: W1, W2, W3, U1, K1

Na ocenę bardzo dobrą:

Student bardzo dobrze zna podstawowe zagadnienia z zakresu psychologii mediów oraz biegle posługuje się nimi w dłuższej wypowiedzi opisującej rzeczywistość społeczną. Samodzielnie wyjaśnia mechanizmy badań działań społecznych, opinii publicznej. Bardzo dobrze rozpoznaje manipulacje w mediach oraz działalność marketingową i public relations w danej instytucji.

Na ocenę dobrą:

Student w stopniu dobrym zna podstawowe zagadnienia z zakresu psychologii mediów oraz potrafi wykorzystać je w dłuższej wypowiedzi opisującej rzeczywistość społeczną. Przy niewielkiej pomocy wyjaśnia mechanizmy badań działań społecznych, opinii publicznej. Dobrze rozpoznaje manipulacje w mediach oraz działalność marketingową i public relations w danej instytucji.

Na ocenę dostateczną;
Student pobieżnie zna podstawowe zagadnienia z zakresu psychologii mediów oraz podejmuje próbę wykorzystania ich w swobodnej wypowiedzi na temat obserwowanej rzeczywistości społecznej. Niesamodzielnie wyjaśnia mechanizmy badań działań społecznych, opinii publicznej. Dostatecznie rozpoznaje manipulacje w mediach oraz działalność marketingową i public relations w danej instytucji.

Warunkiem przystąpienia do przedstawienia prezentacji jest przygotowanie pracy śródsesemestralnej.

Literatura obowiązkowa

1.	Ogonowska A., <i>Psychologia mediów i komunikowania</i> , Warszawa 2018.
2.	Gralczyk A., <i>Przeciążenie informacyjne wśród młodych dorosłych w dobie niepokojów społecznych</i> , w: <i>Spór o człowieka w mediach</i> , Gralczyk A., Łęcicki G., Sobkowiak J. A. (red.), Warszawa 2022, Wydawnictwo Naukowe UKSW, s. 191-218.
3.	Gralczyk A., <i>Emocje w filmie jako narzędzie wspierające rozwój kompetencji emocjonalnych dzieci w młodszym wieku szkolnym</i> , w: <i>Film jako przekaz emocjonalny</i> , Butkiewicz M. (red.), Warszawa 2021, Wydawnictwo Naukowe UKSW, s. 171-188.
4.	Gralczyk A., <i>Duchowni wobec osób w kryzysie suicydalnym. Analiza przypadku – perspektywa medioznawcza</i> , „Studia Pelplińskie” 2024, vol. 58, s. 177-194.

Literatura uzupełniająca

1.	Ogonowska A., Ptaszek G. (red.), <i>Współczesna psychologia mediów. Nowe problemy i perspektywy badawcze</i> , Kraków 2017.
2.	Ogonowska A., <i>Cyberpsychologia. Media – użytkownicy – zastosowania</i> , Warszawa 2002.
3.	Cialdini R., <i>Wywieranie wpływu na ludzi. Teoria i praktyka</i> , Gdańsk 2004.
4.	Winterhoff-Spurk P., <i>Psychologia mediów</i> , Kraków 2007.

* 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)

Informacje podstawowe

Nazwa przedmiotu	Psychologia mediów
Prowadzący	dr Aleksandra Gralczyk
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	
Język wykładowy	polski
Status przedmiotu (obowiązkowy, do wyboru)	obowiązkowy
Odniesienie do kierunkowych efektów uczenia się (symbole)	DK2_W04, DK2_W06, DK2_W07, DK2_U14, DK2_K03
Rodzaj zajęć (wybór z listy*)	wykład
Liczba godzin	30
Liczba ECTS	3
Wymagania wstępne	Brak wymagań.
Opis i cele przedmiotu Psychologia mediów	Celem zajęć jest zapoznanie studentów z różnorodnością ludzkich zachowań, myśli i przeżyć powstających w kontakcie z mediami oraz nowymi technologiami w kontekstach indywidualnym, grupowym, społecznym i kulturowym. Studenci nabywają umiejętności analizy zagadnień z historii dziedziny wraz z odniesieniami do studiów przypadku. Główny obszar wnioskowania podczas zajęć dotyczy komunikacji między ludźmi oraz komunikacji zapośredniczonej przez technikę.

Treści programowe

Temat/blok zajęć:	Liczba godzin
Psychologia mediów:	
1. Komunikacja – informacja – psychologia	2

2. Perspektywa psychologiczna życia codziennego	2
3. Medialny obraz rzeczywistości	2
4. Przeciążenie informacyjne - przyczyny i skutki zjawiska	2
5. Media a emocje	2
6. Media a poznanie	2
7. Media a stres	2
8. Edukacyjny i rozwojowy kontekst psychologii mediów	4
9. Media w promocji zdrowia psychicznego	2
10. Kryzys psychiczny w nowoczesnym świecie	2
11. Kryzys suicydalny a media	4
12. Uzależnienia behawioralne	2
13. Media i osobowość	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)	<u>Opis 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_W04	Zna dogłębnie fakty, procesy społeczne i reguły nimi rządzące w zakresie komunikowania	W1 – student definiuje podstawowe pojęcia z zakresu psychologii mediów (tematy 1, 2)	Kolokwium pisemne
DK2_W06	Ma pogłębioną wiedzę dotyczącą procesów komunikowania interpersonalnego i społecznego w różnych aspektach (m.in. psychologicznym i socjologicznym), ich prawidłowości i zakłóceń	W2 – student tłumaczy podstawowe mechanizmy funkcjonowania percepcji (zwłaszcza uwagi), procesów afektywnych oraz kognitywnych związanych z odbiorem mediów (tematy 3, 7)	Kolokwium pisemne
DK2_W07	Zna rozmaite struktury, instytucje i systemy społeczne oraz ma poszerzoną wiedzę o relacjach i zależnościach między nimi, a także o narzędziach badania procesów społecznych, badań opinii publicznej i czynników, które jej kształtują	W3 – student potrafi scharakteryzować rodzaj manipulacji stosowany w mediach, wyjaśnia mechanizmy badań działań społecznych, opinii publicznej i czynników mających wpływ na ich kształt (tematy 4, 6, 10, 12)	Kolokwium pisemne
DK2_U14	Posiada rozszerzone 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 analizuje wpływ sytuacji społecznej na jednostkę, wybiera odpowiedni sposób komunikacji w grupie, instytucjach medialnych. Weryfikuje działalność marketingową i public relations w danej instytucji. (tematy 5, 13)	Prezentacja na zajęciach
DK2_K03	Docenia znaczenie nauk o komunikacji społecznej i mediach dla utrzymania i rozwoju prawidłowych więzi w środowiskach społecznych i odnosi zdobytą wiedzę do	K1 – student posługuje się terminami z zakresu psychologii mediów w rozmowie z innymi lub w wystąpieniu publicznym w środowiskach społecznych i zawodowych (tematy 8, 9, 11)	Prezentacja na zajęciach

	projektowania działań zawodowych, przewidując wielokierunkowe skutki społeczne swojej działalności		
--	--	--	--

Metody dydaktyczne

(dostosowane do przedmiotowych efektów uczenia się)

1.	Wykład z prezentacją multimedialną
2.	Dyskusja
3.	Burza mózgów

Opis nakładu pracy studenta w ECTS

Kontakt z prowadzącym	Aktywność	Liczba godzin	Razem liczba godzin / ECTS
bezpośredni	Uczestnictwo w zajęciach	30	30/1
	Udział w konsultacjach		
praca własna	Przygotowanie prezentacji	30	60/2
	Lektura, przygotowanie do kolokwium	30	

Kryteria oceny końcowej

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

Efekty uczenia się: W1, W2, W3, U1, K1

Na ocenę 5:

Student bardzo dobrze zna podstawowe zagadnienia z zakresu psychologii mediów oraz biegle posługuje się nimi w dłuższej wypowiedzi opisującej rzeczywistość społeczną. Samodzielnie wyjaśnia mechanizmy badań działań społecznych, opinii publicznej. Bardzo dobrze rozpoznaje manipulacje w mediach oraz działalność marketingową i public relations w danej instytucji.

Na ocenę 4:

Student w stopniu dobrym zna podstawowe zagadnienia z zakresu psychologii mediów oraz potrafi wykorzystać je w dłuższej wypowiedzi opisującej rzeczywistość społeczną. Przy niewielkiej pomocy wyjaśnia mechanizmy badań działań społecznych, opinii publicznej. Dobrze rozpoznaje manipulacje w mediach oraz działalność marketingową i public relations w danej instytucji.

Na ocenę 3:

Student pobieżnie zna podstawowe zagadnienia z zakresu psychologii mediów oraz podejmuje próbę wykorzystania ich w swobodnej wypowiedzi na temat obserwowanej rzeczywistości społecznej. Niesamodzielnie wyjaśnia mechanizmy badań działań społecznych, opinii publicznej. Dostatecznie rozpoznaje manipulacje w mediach oraz działalność marketingową i public relations w danej instytucji.

Warunkiem przystąpienia do kolokwium pisemnego jest przygotowanie i przedstawienie prezentacji.

Literatura obowiązkowa

1.	Ogonowska A., <i>Psychologia mediów i komunikowania</i> , Warszawa 2018.
2.	Gralczyk A., <i>Przeciążenie informacyjne wśród młodych dorosłych w dobie niepokojów społecznych</i> , w: <i>Spór o człowieka w mediach</i> , Gralczyk A., Łęcki G., Sobkowiak J. A. (red.), Warszawa 2022, Wydawnictwo Naukowe UKSW, s. 191-218.
3.	Gralczyk A., <i>Emocje w filmie jako narzędzie wspierające rozwój kompetencji emocjonalnych dzieci w młodszym wieku szkolnym</i> , w: <i>Film jako przekaz emocjonalny</i> , Butkiewicz M. (red.), Warszawa 2021, Wydawnictwo Naukowe UKSW, s. 171-188.
4.	Gralczyk A., <i>Duchowni wobec osób w kryzysie suicydalnym. Analiza przypadku – perspektywa medioznawcza</i> , „Studia Pelplińskie” 2024, vol. 58, s. 177-194.

Literatura uzupełniająca

1.	Ogonowska A., Ptaszek G. (red.), <i>Współczesna psychologia mediów. Nowe problemy i perspektywy badawcze</i> , Kraków 2017.
2.	Ogonowska A., <i>Cyberpsychologia. Media – użytkownicy – zastosowania</i> , Warszawa 2002.
3.	Cialdini R., <i>Wywieranie wpływu na ludzi. Teoria i praktyka</i> , Gdańsk 2004.
4.	Winterhoff-Spurk P., <i>Psychologia mediów</i> , Kraków 2007.

* 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)