

KARTA KURSU
Wykład ogólnouczelniany
Studia I stopnia. Semestr V i VI. Studia niestacjonarne

Nazwa	Media w Polsce jako kontekst dydaktyki literatury
Nazwa w j. ang.	Media in Poland as the Context of Didactic of Literature

Kod		Punktacja ECTS*	1 p.
-----	--	-----------------	------

Koordinator	dr hab. Anna Ślósarz	Zespół dydaktyczny: Katedra Mediów i Badań Kulturowych
-------------	----------------------	---

Opis kursu (cele kształcenia)

Wykład ma za zadanie przybliżyć studentowi współczesny polski system medialny: przekształcenia własnościowe, prawne i ekonomiczne podstawy działalności prasy, radia, telewizji, telefonii mobilnej, Internetu, rolę związanych z nimi instytucji i organizacji: publicznych, społecznych i komercyjnych w celu wykorzystania tej wiedzy do celowego dobierania i sfunkcjonalizowanego analizowania i interpretowania utworów literackich omawianych na lekcjach polskiego w szkole ponadgimnazjalnej i ich kontekstów. Wykład odwołuje się do obserwacji studenta dotyczących przekazów medialnych i jego wiedzy o literaturze. Odwołania do literaturoznawstwa, medioznawstwa i dziennikarstwa stanowią bazę teoretyczną i punkt odniesienia. Wykład w języku polskim, uzupełniające materiały w języku angielskim.

Warunki wstępne

Wiedza	Kandydat zna konieczną terminologię i ma podstawową wiedzę na temat historii Polski, literatury polskiej oraz przekazów medialnych.
Umiejętności	Kandydat potrafi analizować teksty naukowe, dotyczące teorii i historii zjawisk medialnych. Umie analizować i interpretować teksty literackie oraz obserwować cechy przekazów medialnych i różne aspekty działalności związanych z nimi instytucji. Zna język polski i przynajmniej biernie język angielski
Kursy	Technologia informacyjna.

Efekty kształcenia

Numer efektu	Ma wiedzę:
W01	Student potrafi wiązać wiedzę z zakresu historii literatury polskiej oraz o działalności organizacji medialnych w Polsce po 1989 r.
W02	Student wie, jakie są ekonomiczne i społeczne przyczyny oraz konsekwencje formatowania przekazów medialnych.
Numer efektu	Ma umiejętności:
U01	Student potrafi analizować wybrane przekazy medialne, interpretować je i wiązać z tekstami literackimi.
U02	Student potrafi omówić oferty programowe różnych nadawców w Polsce po 1989 r., umie rozpoznawać intencje twórców przekazów medialnych oraz charakteryzować przewidywanych odbiorców.

Numer efektu	Ma kompetencje społeczne:
K01	Student postrzega przekazy medialne jako istotne dla życia kulturalnego narodu.
K02	Student umacnia międzyludzkie więzi, współdziała z innymi.

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

Opis metod prowadzenia zajęć

Wykład odbywa się zdalnie. Składa się z materiałów, ćwiczeń do autoewaluacji oraz quizów sprawdzających wiedzę studenta. Uczestnicy mogą też redagować hasła w wikisłowniku oraz kontaktować się między sobą i z prowadzącą wykład w czasie rzeczywistym (czat), a także przy pośrednictwie forów. Metody i techniki: wykład, dyskusja, praca z tekstem, metoda problemowa, giełda pomysłów, Web Quest.

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	x												
W02	x												
W04	x												
U01	x												
U02	x												
K01								x					
K02								x					

Kryteria oceny	Warunki zaliczenia to: rozwiązanie 7 quizów na co najmniej 70% punktów każdy oraz merytoryczne zabranie głosu w dyskusji, aby głos był oceniony na co najmniej 70% punktów (walory merytoryczne do 40%, dydaktyczna przydatność do 40%, celowe i poprawne wykorzystanie hiperłączy, grafik itp. do 10%, język do 10%).
----------------	--

Uwagi	Hiperłączy według stanu na 28 VIII 2017 r.
-------	--

Treści merytoryczne (wykaz tematów)

1. Rynek mediów drukowanych i elektronicznych w Polsce po 1989 r. i historia jego ukształtowania, wyznaczniki, struktura, elementy składowe (media o zasięgu ponadnarodowym, ogólnopolskie, regionalne i lokalne).
2. Określanie priorytetowych celów działalności współczesnych polskich nadawców publicznych, społecznych i komercyjnych.
3. Kulturotwórcze funkcje prasy, telewizji, radia i Internetu.
4. Przemiany czasopism młodzieżowych.
5. Zadania i kompetencje KRRiT.
6. Edukacja medialna w Polsce.
7. Działalność wybranych koncernów medialnych, zwł. Ringier Axel Springer, Agora, Bauer Media Group, Groupe Edipresse, Eurozet, Grupa Radiowa *Time*, Grupa ITI, Polsat, Fundacja Lux Veritatis.
8. Przejawy globalizacji i tabloidyzacji w medialnych przekazach.
9. Analiza przekazów telewizji publicznej, społecznej i komercyjnej.
10. Rozpoznawanie i charakteryzowanie przewidywanego odbiorcy.

Wykaz literatury podstawowej

- Bernat Katarzyna *Dziennikarstwo radiowe: między misją a komercją*, „Infotezy. Internetowy periodyk naukowy poświęcony mediom i nauce o informacji”,
<http://www.ujk.edu.pl/infotezy/ojs/index.php/infotezy/article/view/35/99>.
- Dąbrowska Anna Justyna i in. *Katalog kompetencji medialnych i informacyjnych*, Fundacja Nowoczesna Polska, <https://nowoczesnapolska.org.pl/dzialania/publikacje/>.
- Kaznowski Dominik *Polscy emigranci w Europie 2007*, ARC Rynek i Opinia",
<http://www.slideshare.net/domino00/polscy-emigranci-w-europie-2007>.
- Piwowarska Anna *Trzy oblicza „Filipinki”* [w:] „Zeszyty Prasoznawcze” 2003 nr 3-4 (175-176), s. 127-146.
- Rodak Małgorzata *Polskie i niemieckie „Bravo” – porównanie* [w:] „Zeszyty Prasoznawcze” 2007 nr 3-4 (191-192), s. 159-175.
- Rokicki Jan *Nie wygracie z partią* [w:] „Biuletyn Instytutu Pamięci Narodowej” 2008 nr 8-9 (91-92), s. 23-35.




Wykaz literatury uzupełniającej

- Braun Juliusz *Potęga czwartej władzy. Media, rynek, społeczeństwo*, Wydawnictwa Szkolne i Pedagogiczne, Warszawa 2005, rozdz. *Skomplikowane dzieje mediów w Polsce*, s. 65-122, *Rok 1989 – polskie media na wolności*, s. 123-164, *Rynek mediów w Polsce* s. 207-218.
- Jakubowicz Karol *Media publiczne. Początek końca czy nowy początek?*, Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Warszawa 2007.
- Kaczmarczyk Michał *The Mass Media in Poland. Between the Mission and the Market*, University of St. Cyril and Methodius in Trnava, Trnava 2012.
- Kossewska Elżbieta, Adamowski Janusz Włodzimierz *Media wyznaniowe w Polsce 1989-2004*, Warszawa 2004.
- Mielczarek Tomasz *Monopol, pluralizm, koncentracja. Środki komunikowania masowego w Polsce 1989-2006*, Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Warszawa 2008.
- Sonczyk Wiesław *Transformacja polskiego systemu prasowego w latach 1989-2005 - próba analizy ilościowej* [w:] *Media dawne i współczesne*, Tom II, red. Bogumiła Kosmanowa, Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Adama Mickiewicza w Poznaniu, Poznań 2006, s. 187-197.
- Świderski Jan *Radio i telewizja w Polsce po 1989 roku* [w:] *Transformacja systemów medialnych w krajach Europy Środkowo-Wschodniej*, red. Bogusława Dobek-Ostrowska, Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego, Wrocław 2002, s. 177-199.
- Załubski Jan *Polskie tabloidy* [w:] tenże *Media i medioznawstwo*, Wydawnictwo Adam Marszałek, Toruń 2006, s. 129-160.

Bilans godzinowy zgodny z CNPS (Całkowity Nakład Pracy Studenta)

Ilość godzin zajęć w kontakcie z prowadzącym	Wykład w formie zdalnej	15
	Konwersatorium (ćwiczenia, laboratorium itd.)	
	Konsultacje indywidualne	1
	Uczestnictwo w egzaminie/zaliczeniu	
Ilość godzin pracy studenta bez kontaktu z prowadzącym	Lektura w ramach przygotowania do zajęć	9
	Przygotowanie krótkiej pracy pisemnej lub referatu po zapoznaniu się z niezbędną literaturą przedmiotu	
	Przygotowanie projektu lub prezentacji na podany temat (praca w grupie)	
	Przygotowanie do egzaminu / kolokwium / testu	
Ogółem bilans czasu pracy		25
Ilość punktów ECTS w zależności od przyjętego przelicznika		1

Treść dokumentu udostępniana jest na licencji Creative Commons.

-  Uznanie autorstwa (Attribution by). Dozwolone kopiowanie, dystrybucja, wyświetlanie i użytkowanie dzieła oraz wszelkich jego pochodnych pod warunkiem umieszczenia informacji o autorze.
-  Na tych samych warunkach. Kopiowanie, dystrybucja, wyświetlanie i użytkowanie pochodnych dzieł, pod warunkiem że będą opublikowane na takiej samej licencji.
-  Użycie niekomercyjne. Kopiowanie, dystrybucja, wyświetlanie i użytkowanie dzieła i wszelkich jego pochodnych tylko w celach niekomercyjnych.

Przystępnie napisany tekst licencji informujący o prawach użytkownika dostępny jest na stronie <http://creativecommons.org/licenses/by-sa/3.0/deed.pl>.