

SYLABUS

DOTYCZY CYKLU KSZTAŁCENIA 2021/2022 – 2023/2024

Rok akademicki 2023/2024

1. PODSTAWOWE INFORMACJE O PRZEDMIOCIE

| | |
|---|---|
| Nazwa przedmiotu | Media społecznościowe (social media). Ćwiczenia do wyboru 1 |
| Kod przedmiotu* | IC1/19 |
| Nazwa jednostki prowadzącej kierunek | Kolegium Nauk Humanistycznych |
| Nazwa jednostki realizującej przedmiot | Instytut Polonistyki i Dziennikarstwa |
| Kierunek studiów | Dziennikarstwo i komunikacja społeczna |
| Poziom studiów | Studia pierwszego stopnia |
| Profil | ogólnoakademicki |
| Forma studiów | stacjonarne |
| Rok i semestr/y studiów | Rok 3, semestr 5 |
| Rodzaj przedmiotu | Przedmiot kierunkowy/przedmiot z zakresu mediów (do wyboru) |
| Język wykładowy | polski |
| Koordinator | dr Jakub Czopek (członek Zespołu Programowego kierunku studiów DiKS) |
| Imię i nazwisko osoby prowadzącej / osób prowadzących | dr Wojciech Maryjka (autor programu) oraz Pracownicy Zakładu Literatury i Kultury XIX Wieku oraz Badań Mitoznawczych |

* -opcjonalnie, zgodnie z ustaleniami w Jednostce

1.1. Formy zajęć dydaktycznych, wymiar godzin i punktów ECTS

| Semestr (nr) | Wykł. | Ćw. | Konw. | Lab. | Sem. | ZP | Prakt. | Inne (jakie?) | Liczba pkt. ECTS |
|--------------|-------|-----|-------|------|------|----|--------|---------------|------------------|
| 5 | | 15 | | | | | | | 1 |

1.2. Sposób realizacji zajęć

x w formie tradycyjnej

x zajęcia realizowane z wykorzystaniem metod i technik kształcenia na odległość (zajęcia prowadzone są w formie zdalnej, jeśli wynika to z aktualnie obowiązujących przepisów)**1.3 Forma zaliczenia przedmiotu (z toku) (egzamin, zaliczenie z oceną, zaliczenie bez oceny)****Zaliczenie z oceną****2. WYMAGANIA WSTĘPNE**

Podstawowa wiedza dotycząca funkcjonowania współczesnych mediów.

3. CELE, EFEKTY UCZENIA SIĘ, TREŚCI PROGRAMOWE I STOSOWANE METODY DYDAKTYCZNE

3.1 Cele przedmiotu

| | |
|----|--|
| C1 | Zapoznanie studenta z charakterystyką rynku mediów społecznościowych. |
| C2 | Poszerzenie i ugruntowanie wiedzy studenta na temat oddziaływania i roli mediów społecznościowych. |
| C3 | Budowanie warsztatu dziennikarskiego studenta poprzez dyskusję na temat mediów społecznościowych i analizę ich praktycznego wykorzystywania. |

3.2 Efekty uczenia się dla przedmiotu

| EK (efekt uczenia się) | Treść efektu uczenia się zdefiniowanego dla przedmiotu | Odniesienie do efektów kierunkowych ¹ |
|------------------------|---|--|
| EK_01 | Ma szczegółową wiedzę związaną z wybranymi zagadnieniami dotyczącymi obszaru mediów społecznościowych. Charakteryzuje i objaśnia cechy mediów społecznościowych. Rozpoznaje rolę mediów społecznościowych w pracy dziennikarza. Analizuje i prezentuje wyniki przeprowadzonych badań. | K_Wo1 K_Wo2 K_Wo4 |
| EK_02 | Umie dokonać selekcji zdobywanych informacji, dotyczących mediów społecznościowych, zauważyć i wskazać na zależności między nimi i zinterpretować ich wpływ na procesy społeczne oraz postawy indywidualne odbiorców. Potrafi wykorzystać obszar mediów społecznościowych jako źródła informacji dziennikarskiej. | K_Uo1 |
| EK_03 | Potrafi wykorzystać zdobytą wiedzę do rozwoju własnej działalności dziennikarskiej w mediach społecznościowych. | K_Ko3 |

3.3 Treści programowe

A. Problematyka wykładu

| |
|---------------------|
| Treści merytoryczne |
| - |

B. Problematyka ćwiczeń audytoryjnych, konwersatoryjnych, laboratoryjnych, zajęć praktycznych

| |
|--|
| Treści merytoryczne |
| 1. Media społecznościowe – powstanie i ewolucja. |
| 2. Formy mediów społecznościowych. |
| 3. Emocje i uwaga w mediach społecznościowych. |
| 4. Osobowość w mediach społecznościowych. |
| 5. Jak rządzą nami media społecznościowe? |
| 6. Każdy z nas jest dziennikarzem? Dziennikarstwo a media społecznościowe. |
| 7. Rola influencerów. |

¹ W przypadku ścieżki kształcenia prowadzącej do uzyskania kwalifikacji nauczycielskich uwzględnić również efekty uczenia się ze standardów kształcenia przygotowującego do wykonywania zawodu nauczyciela.

| |
|---|
| 8. Zagrożenia mediów społecznościowych. |
| 9. Media społecznościowe w pracy dziennikarza – ćwiczenia |

3.4 Metody dydaktyczne

Analiza tekstów z dyskusją problemową, elementy wykładu z prezentacją multimedialną, praca w grupach (rozwiązywanie zadań, dyskusja),

4. METODY I KRYTERIA OCENY

4.1 Sposoby weryfikacji efektów uczenia się

| Symbol efektu | Metody oceny efektów uczenia się (np.: kolokwium, egzamin ustny, egzamin pisemny, projekt, sprawozdanie, obserwacja w trakcie zajęć) | Forma zajęć dydaktycznych (w, ćw, ...) |
|---------------|--|--|
| EK_01 | Kolokwium zaliczeniowe. | ćwiczenia, Konsultacje |
| EK_02 | Obserwacja w trakcie zajęć (analiza i interpretacja przykładów związanych z funkcjonowaniem i oddziaływaniem mediów społecznościowych) | ćwiczenia |
| EK_03 | Obserwacja dyskusji w trakcie zajęć i rozmowa podczas konsultacji. | ćwiczenia, Konsultacje |

4.2 Warunki zaliczenia przedmiotu (kryteria oceniania)

| |
|--|
| <p>Osiągnięcie przez student-a/-kę wszystkich zdefiniowanych efektów uczenia.</p> <p>Pozytywna ocena z kolokwium zaliczeniowego na koniec semestru (50% oceny), pozytywna ocena z ćwiczeń wykonywanych podczas zajęć (według kryteriów oceny ustalonych na zajęciach) i aktywny udział w dyskusji (50% oceny)</p> <p>Ocena kolokwium: do 50% - niedostateczny, 51% - 60% - dostateczny, 61% - 70% - dostateczny plus, 71% - 80% - dobry, 81% - 90% - dobry plus, 91% - 100% - bardzo dobry</p> |
|--|

5. CAŁKOWITY NAKŁAD PRACY STUDENTA POTRZEBNY DO OSIĄGNIĘCIA ZAŁOŻONYCH EFEKTÓW W GODZINACH ORAZ PUNKTACH ECTS

| Forma aktywności | Średnia liczba godzinna zrealizowanie aktywności |
|---|--|
| Godziny kontaktowe wynikające z harmonogramu studiów | 15 ćwiczenia konwersatoryjne |
| Inne z udziałem nauczyciela akademickiego (udział w konsultacjach, egzaminie) | 2 |
| Godziny niekontaktowe – praca własna studenta (przygotowanie do zajęć, egzaminu, napisanie referatu itp.) | 8 |
| SUMA GODZIN | 25 |

| | |
|---------------------------------------|---|
| SUMARYCZNA LICZBA PUNKTÓW ECTS | 1 |
|---------------------------------------|---|

* Należy uwzględnić, że 1 pkt ECTS odpowiada 25-30 godzin całkowitego nakładu pracy studenta.

6. PRAKTYKI ZAWODOWE W RAMACH PRZEDMIOTU

| | |
|----------------------------------|---|
| wymiar godzinowy | - |
| zasady i formy odbywania praktyk | - |

7. LITERATURA

| |
|--|
| <p>Literatura podstawowa:</p> <p>Flores S., <i>Sfejsowani</i>, Warszawa 2017 [rozdziały: <i>Zameldować się bez wymeldowania lub Wszystko, co umieszczam na mojej ścianie, jest prywatne</i>].</p> <p>Kreft J., <i>Władza algorytmów. U źródeł potęgi Google i Facebook</i>, Kraków 2019, s.227-263.</p> <p>Popiołek M., <i>Czy można żyć bez Facebooka? Rola serwisów społecznościowych w sieciowym społeczeństwie informacyjnym</i>, Kraków 2018 [tu rozdziały: <i>Klasyfikacja mediów społecznościowych, Serwisy społecznościowe w rozwoju historycznym, Władza w sieciowym społeczeństwie informacyjnym, Osoby niekorzystające z Facebooka – różne podejścia teoretyczne i wyniki badań empirycznych</i>].</p> <p>Roguski Artur, <i>Zrozumieć social media</i>, Gliwice 2020 [rozdziały: <i>Dlaczego i jak używamy mediów społecznościowych?, Emocje w mediach społecznościowych, Nowi idole w mediach społecznościowych</i>].</p> <p>Walewski Łukasz, <i>Władza w sieci. Jak rządzą nami social media</i>, Kraków 2020 [tu rozdział <i>Machina uwagi</i>].</p> <p>Wybrane/aktualne publikacje naukowe, prasowe podejmujące problematykę mediów społecznościowych.</p> |
| <p>Literatura uzupełniająca(prowadzący w porozumieniu ze studentami dokonuje wyboru 2-3 tekstów):</p> <p>Babecki M., <i>Problematyka analiz zawartości i funkcji instant mediów na przykładzie serwisów społecznościowych Instagram, Pinterest, Snapchat</i>, [w:] <i>Nauki o mediach i komunikacji społecznej. Krystalizacja dyscypliny w Polsce: tradycje, nurty, problemy, rezultaty</i>, red. A. Adamski, S. Gawroński, M. Szewczyk, Warszawa 2017, s. 162-173.</p> <p>Cheney T., <i>The development of journalism in the face of social media A study on social media's impact on a journalist's role, method and relationship to the audience</i>, University of Gothenburg 2013 - https://core.ac.uk/download/pdf/16668883.pdf.</p> <p>Dąbrowska I., <i>Media społecznościowe (w trzecim sektorze)</i>, Lublin 2019 [rozdział: <i>Media społecznościowe w świetle badań naukowych</i>].</p> <p>Gallagher B., <i>Snapchat Story. Sukces twórcy Snapchata i rewolucja w social</i></p> |

mediach, Kraków 2019 [rozdział: *Snapchat i Jak odrzucić 3 miliardy dolarów*].

Lupa-Wójcik I., *Social media strategicznie wprowadzenie*, Katowice 2018 [rozdział *Media społecznościowe w strategii organizacji*].

Mazurek K., *Facebook: od portalu społecznościowego do narzędzi polityki*, Lublin 2018 [rozdział: *Thefacebook*].

Miotk A., *Skuteczne social media. Prowadź działania, osiągnij zamierzone efekty*, Gliwice [wydanie najnowsze], [tu rozdziały: *Organizacja w social media, Nowe trendy w mediach społecznościowych, Efekt komunikacji nie jest natychmiastowy?*].

Mistewicz E., *Twitter: sukces komunikacji w 140 znakach: tajemnice narracji dla firm, instytucji i liderów opinii*, Gliwice 2015 [rozdziały: s. 15-49].

Singer P.W., Brooking E. T., *Nowy rodzaj wojny. Media społecznościowe jako broń*, Kraków 2019 [tu: *Sherlock Holmes pracuje w domu, Emocje. Porusz czułą strunę, podsyć złość, Memy i wojna memów*].

Akceptacja Kierownika Jednostki lub osoby upoważnionej