



UNIwersYTET
IM. ADAMA MICKIEWICZA
W POZNANIU

Media w kulturze regionów Słowiańszczyzny

Sylabus zajęć

Informacje podstawowe

Kierunek studiów Bałkanistyka		Cykl dydaktyczny 2024/25	
Specjalność MEDIA-KULTURA-DYPLOMACJA		Kod zajęć 03BAKMKDS.21S.04235.24	
Jednostka organizacyjna Wydział Filologii Polskiej i Klasycznej		Języki wykładowe polski	
Poziom studiów studia drugiego stopnia		Obligatoryjność Obowiązkowy specjalnościowy	
Forma studiów studia stacjonarne		Blok zajęciowy Przedmioty specjalnościowe	
Profil studiów profil ogólnoakademicki			
Koordynator zajęć	Urszula Kowalska-Nadolna		
Prowadzący zajęcia	Roman Sliwka, Patryk Borowiak		
Okres Semestr 1	Forma zajęć / liczba godzin / forma zaliczenia • Konwersatorium: 20, Zaliczenie z oceną		Liczba punktów ECTS 3

Cele kształcenia dla zajęć

Kod	Cel
C1	Zaznajomienie studentów z różnymi formami komunikowania się mediów z odbiorcami oraz sposobami i zasadami funkcjonowania mediów.
C2	Omówienie możliwości uczestnictwa mediów w kulturze wybranego regionu Słowiańszczyzny: generowane treści, sposoby komunikowania się z odbiorcami oraz wykorzystanie wybranych treści w celach opiniotwórczych.
C3	Zapoznanie studenta/ki z implementacją teoretycznych i praktycznych zasad public relations jako środka wpływającego na odbiorców.
C4	Za pośrednictwem fragmentarycznie przedstawionej historii mediów wybranego regionu oraz charakterystyki wskazanych przez prowadzącego programów telewizyjnych/druków zaprezentowanie związków pomiędzy władzą polityczną i mediami.

Wymagania wstępne

Ogólna orientacja w europejskim obszarze historyczno-politycznym i kulturowym, z uwzględnieniem specyfiki wybranego regionu Słowiańszczyzny. Znajomość języka kierunkowego co najmniej na poziomie A2.

Efekty uczenia się dla zajęć

Kod	Efekty uczenia się dla zajęć w zakresie	Efekty uczenia się dla kierunku	Metody weryfikacji osiągnięcia efektów uczenia się dla zajęć
Wiedzy - Student/ka:			
W1	orientuje się w terminologii fachowej i problematyce mediów w kontekście ogólnoslawistycznym.	BAK_K2_W01, BAK_K2_W03	Prezentacja multimedialna
W2	wymienia różne formy mediów, podaje ich podstawowe cechy charakterystyczne i deferencjacyjne w odniesieniu do wybranego regionu.	BAK_K2_W03, BAK_K2_W07	Prezentacja multimedialna
W3	wskazuje wady i zalety wymienionych mediów (ze szczególnym uwzględnieniem mediów telewizyjnych) w odniesieniu do wybranego regionu.	BAK_K2_W03, BAK_K2_W07	Prezentacja multimedialna
W4	wskazuje najważniejsze elementy konstytutywne w rozwoju mediów wybranego regionu (również z punktu widzenia historycznego).	BAK_K2_W03, BAK_K2_W07	Prezentacja multimedialna
W5	rozumie wzajemne relacje mediów i obszarów kultury wybranego regionu.	BAK_K2_W03, BAK_K2_W07	Prezentacja multimedialna
Umiejętności - Student/ka:			
U1	dokonuje analizy treściowej i gatunkowej obejrzanego programu lub przeczytanego tekstu.	BAK_K2_U02, BAK_K2_U04	Prezentacja multimedialna
U2	samodzielnie interpretuje i analizuje przekaz medialny w ramach kultury wybranego regionu.	BAK_K2_U01, BAK_K2_U04	Prezentacja multimedialna
U3	na bazie uzyskanych podstaw teoretycznych, samodzielnie tworzy proste komunikaty dla mediów społecznościowych, dbając o wizerunek i specyfikę kulturową wybranego regionu.	BAK_K2_U01, BAK_K2_U04	Prezentacja multimedialna

Treści programowe dla zajęć

Lp.	Treści programowe dla zajęć	Efekty uczenia się dla zajęć	Formy zajęć
1.	Zdefiniowanie pojęcia mediów, podział mediów, ustalenie podstawowych cech charakterystycznych mediów.	W1, W2, U1	Konwersatorium
2.	Media we współczesnym świecie, ich rola oraz potencjał opiniotwórczy.	W2, W3, W4, W5, U2	Konwersatorium
3.	Definicja <i>public relations</i> , wpływ <i>public relations</i> i sposoby jego wykorzystywania, grupy docelowe <i>public relations</i> .	W1, W2, W3, W4, U1, U2, U3	Konwersatorium
4.	Krótką historię mediów wybranych regionów Słowiańszczyzny ze wskazaniem ich znaczenia jako elementu kultury masowej.	W1, W3, W4, W5, U2, U3	Konwersatorium
5.	Powiązania mediów i władzy (zwłaszcza w okresie komunizmu), wpływ mediów na sytuację społeczno-polityczną.	W3, W4, W5, U2, U3	Konwersatorium
6.	Współczesny system medialny wybranych regionów Słowiańszczyzny: media audiowizualne, media drukowane, media cyfrowe.	W1, W2, W3, W4, W5, U1, U2, U3	Konwersatorium
7.	Największe stacje telewizyjne wybranych regionów Słowiańszczyzny.	W3, W4, W5, U2, U3	Konwersatorium
8.	Najbardziej znane media informacyjne (telewizyjne, drukowane i cyfrowe) wybranych regionów Słowiańszczyzny.	W2, W3, W4, W5, U3	Konwersatorium
9.	Najpopularniejsze programy telewizyjne (reality show, talk show itp.) jako elementy kultury wybranych regionów Słowiańszczyzny.	W2, W3, W5, U3	Konwersatorium
10.	Media społecznościowe wybranych regionów Słowiańszczyzny i ich przedstawiciele jako reprezentanci określonych grup społecznych.	W2, W3, W5, U2, U3	Konwersatorium
11.	Komunikacja w mediach i z mediami w ujęciu teoretycznym (vlog, TikTok; język, parajęzyk i język ciała okiem kamery).	W1, W2, W3, W4, W5, U3	Konwersatorium

Informacje dodatkowe

Forma zajęć	Metody i formy prowadzenia zajęć
Konwersatorium	Wykład z prezentacją multimedialną wybranych zagadnień, Wykład konwersatoryjny, Wykład problemowy, Dyskusja, Metoda ćwiczeniowa, Demonstracje dźwiękowe i/lub video

Forma zajęć	Warunki zaliczenia zajęć
Konwersatorium	Warunkiem zaliczenia przedmiotu jest stworzenie prezentacji multimedialnej na wybrany temat i jej zaprezentowanie na zajęciach końcowych. Prezentacja musi zawierać treści teoretyczne na dany temat, jak również analizę przedstawionego problemu uzupełnioną materiałem audio-video, będącym ilustracją zagadnienia. Częścią prezentacji powinno być również nagranie video, przedstawiające własną propozycję studenta rozwiązania wybranego zagadnienia.

Literatura

Obowiązkowa

1. Bednarska, M.; TikTok od A do Z. Podręcznik. Warszawa: E-bookowo, 2021 (fragmenty).
2. Mrozowski, M.; Przenikanie mediów. Ewolucja mediów a przemiany ładu społecznego. Warszawa: PWN, 2019 (fragmenty).
3. Nowosad, A.; Władza i media w Bułgarii, Kraków 2008 (fragmenty).
4. Roguski, A.; Zrozumieć social media. Gliwice: Onepress, 2020 (fragmenty).
5. Van Dijk, J.; Społeczne aspekty nowych mediów. Warszawa: PWN, 2010 (fragmenty).
6. Zawada, P.; Wpływ antyserbskiej kampanii medialnej podczas rozbięcia Jugosławii na obecny wizerunek Serbii i Chorwacji, Społeczeństwo a wojna. Wojna – kryzys – bunty mas. Wrocław 2014 (fragmenty).

Dodatkowa

1. Žantovský, P.; Česká politika a média po roce 1989. Praha: Centrum pro ekonomiku a politiku, 2013 (fragmenty).
2. Žantovský, P.; Média a politika v digitálním světě. Vendryně: Beskydy, 2018 (fragmenty).
3. Trampota, T.; Zpravodajství. Praha: Portál, 2006 (fragmenty).
4. Štroblova, S.; Film a televize jako audiovizuální zprostředkování světa. Praha: Univerzita J. A. Komenského, 2009 (fragmenty).
5. Růžička, V.; Politika a média v konzumní společnosti. Praha: Grada, 2011 (fragmenty).
6. Brett, J.; Jak točit skvělá videa pro YouTube. Brno: CPress, 2017 (fragmenty).
7. Burton, G.; Jiráček, J. Úvod do studia médií. Brno: Portál, 2001 (fragmenty).
8. Charvát, M.; O nových médiích, modularitě a simulaci. Praha: Metropolitní univerzita, 2017 (fragmenty).
9. Čmejrková, S.; Hoffmannová, J.; Jazyk, média, politika. Praha: Academia, 2003 (fragmenty).
10. Vořák, T.; Epistemologie (nových) médií. Praha: Akademie múzických umění, 2019 (fragmenty).
11. Jiráček, J.; Kopplová, M. Média a společnost. Praha: Portál, 2003 (fragmenty).
12. Jiráček, J.; Kopplová, M.; Bednařík, P.; Dějiny českých médií od počátků do současnosti, Praha: Grada, 2019 (fragmenty).
13. Kohout, J.; Veřejné mínění, image a metody public relations. Praha: Management, Press, 1999 (fragmenty).
14. Pavlíček, A.; Nová média a sociální sítě. Praha: Oeconomica, 2011 (fragmenty).
15. Macek, J.; Poznámky ke studiím nových médií. Brno: Muni Press, 2013 (fragmenty).
16. Macek, J.; Média v pohybu: K proměně současných českých publik. Brno: Muni Press, 2015 (fragmenty).
17. Miller, M.; Internetový marketing s YouTube. Brno: CPress, 2012 (fragmenty).
18. Pospíšil, J.; Jak na média. Prostějov: Computer Media, 2011 (fragmenty).
19. Roth, J.; Mediální výchova v Čechách. Praha (fragmenty).

Nakład pracy studenta i punkty ECTS

Rodzaje zajęć studenta	Średnia liczba godzin* przeznaczonych na zrealizowane rodzaje zajęć
Konwersatorium	20
Przygotowanie do zajęć	15
Czytanie wskazanej literatury	30
Przygotowanie prezentacji multimedialnej	10
Inne	2
Łączny nakład pracy studenta	Liczba godzin 77
Liczba punktów ECTS	ECTS 3

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Efekty uczenia się dla kierunku

Kod	Treść
BAK_K2_U01	Absolwent/ka potrafi samodzielnie wyszukiwać, ewaluować, selekcjonować i integrować wiadomości dotyczące języków, literatury, kultury oraz życia społecznego Bałkanów ze szczególnym uwzględnieniem literaturoznawczych, historycznych, kulturowo-religijnych i językoznawczych narzędzi metodologicznych w celu analizowania i interpretowania zachowań językowych, społecznych oraz tekstów literackich i kulturowych
BAK_K2_U02	Absolwent/ka potrafi samodzielnie i ustawicznie zdobywać wiedzę i poszerzać umiejętności badawcze oraz podejmować autonomiczne, indywidualne i zespołowe, działania zmierzające do rozwijania zdolności i kompetencji oraz do skutecznego kierowania własną karierą zawodową, jak i zachęcania innych osób do uczenia się przez całe życie
BAK_K2_U04	Absolwent/ka potrafi podczas prezentacji swych poglądów i ustaleń badawczych dotyczących zagadnień bałkanistycznych posługiwać się różnymi mediami i kanałami informacji
BAK_K2_W01	Absolwent/ka zna i rozumie w zakresie pogłębionym terminologię i zagadnienia bałkanistyczne oraz metodologiczne uwarunkowania i osiągnięcia głównych bałkanistycznych szkół badawczych z uwzględnieniem ich interdyscyplinarnego charakteru
BAK_K2_W03	Absolwent/ka zna i rozumie w stopniu pogłębionym specyfikę krajów słowiańskich i niesłowiańskich Półwyspu Bałkańskiego, ich zróżnicowaną strukturę etniczną, historię, współczesność, a także wzajemne stosunki polityczne i społeczne oraz ich odzwierciedlenie w reprezentacjach literackich i kulturowych
BAK_K2_W07	Absolwent/ka zna i rozumie w zakresie zaawansowanym pojęcia i zasady z zakresu ochrony własności intelektualnej, etyki i prawa autorskiego oraz konieczność zarządzania zasobami własności intelektualnej