

Rok akademicki:

2014/15

Jednostka prowadząca:

Instytut Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej WNS

Kierunek:

Dziennikarstwo i komunikacja społeczna

Poziom:

studia drugiego stopnia (magisterskie uzupełniające), stacjonarne

Nazwa przedmiotu:

**Teorie komunikowania masowego
(Theories of Mass Communication)**

Język:

PL

Typ przedmiotu:

przedmiot kierunkowy

Przedmiot obieralny:

nie

Rok studiów, semestr:

rok I, semestr zimowy

Wymiar:

wykład: 30 godz.;

Punkty ECTS:

wykład: 3;

Forma zaliczenia:

wykład: egzamin;

Prowadzący:

wykład: o. dr hab. Michał Legan OSPPE;

Koordinator sylabusu:

o. dr hab. Michał Legan OSPPE

Sylabus dostępny w ramach:

- [Teorie komunikowania masowego](#) [na kierunku:] [Dziennikarstwo i komunikacja społeczna](#) (Diks), studia drugiego stopnia (magisterskie uzupełniające), stacjonarne, I rok, semestr zimowy
 - [prowadzący wykład:30h/e/3ECTS]: o. dr hab. Michał Legan OSPPE;
- [Teorie komunikowania masowego](#) [na kierunku:] [Dziennikarstwo i komunikacja społeczna](#) (Diks), studia drugiego stopnia (magisterskie uzupełniające), niestacjonarne, I rok, semestr zimowy
 - [prowadzący wykład:20h/e/3ECTS]: dr Dorota Narewska;

Wymagania wstępne:

Cele:

Kurs obejmie swym zakresem kształcenie przede wszystkim w zakresie szeroko pojętej teorii komunikowania masowego. Na kolejnych wykładach omówiona zostanie problematyka dotycząca podstawowych pojęć związanych z tym typem komunikowania, (środek komunikowania masowego; nadawca masowy; zbiorowości odbiorcze; przekaz masowy; prasa, radio telewizja jako media masowe etc.), problematyka dotycząca historii i rozwoju badań naukowych nad komunikowaniem masowym (od etapów prekursorskich badań nad mediami masowymi aż do dzisiejszej nauki o komunikowaniu masowym; z uwzględnieniem różnych nurtów, orientacji i paradygmatów badawczych oraz z uwzględnieniem różnych tradycji badawczych Europy Wschodniej, Zachodniej oraz USA). W kontekście coraz szybszego rozwoju technologii telekomunikacyjnych i medialnych (tzw. rewolucja informacyjna) omówiona zostanie koncepcja determinizmu technologicznego. Przedstawione zostaną również normatywne doktryny (teorie) mediów masowych, tym cztery historyczne „teorie prasy” (liberalna, autorytarna, komunistyczna, odpowiedzialności społecznej), katolicka doktryna medialna oraz cztery modele współczesnej normatywnej teorii mediów sformułowane przez D. McQuaila. W ramach omawiania teorii komunikowania masowego poruszone będą następnie zagadnienia związane z problemem oddziaływania środków masowego przekazu na odbiorców tj.: zmieniające się w czasie paradygmaty dotyczące wpływu mediów, rodzaje i poziomy oddziaływania, wykorzystanie mediów masowych jako narzędzi propagandy czy reklamy. Ponadto zaprezentowane zostaną modele procesu komunikowania stricte masowego w odróżnieniu od innych typów komunikacji międzyludzkiej. Ważnym zagadnieniem będzie również problematyka organizacji i funkcjonowania nadawców masowych oraz przemian, jakie dokonują się w tym aspekcie w związku z rozwojem nowych mediów cyfrowych. W tym kontekście poruszona zostanie także tematyka związana z odbiorcami w komunikowaniu masowym (widownią, audytorium, publicznością), w szczególności koncepcje dotyczące pojmowania zbiorowości odbiorczych, tradycje badań nad widownią oraz rolę, jaką odgrywa ona w całym procesie komunikowania masowego. W wyniku ukończenia kursu studenci posiadą podstawową wiedzę z zakresu teorii komunikowania masowego. Będą potrafili rozróżnić i opisać poszczególne paradygmaty i szkoły badawcze, co przyczyni się do lepszego rozumienia zjawisk związanych z wpływem mediów, rolą mediów w społeczeństwie i państwie, ich znaczeniem kulturotwórczym. Ponadto studenci zdobędą wiedzę dotyczącą elementów procesu komunikowania masowego (nadawców, odbiorców, przekazów etc.), co w rezultacie umożliwi im samodzielny, krytyczny ogląd funkcjonowania i ewentualnego oddziaływania współczesnych mediów masowych. Studenci zdobędą umiejętności i kompetencje rozumienia i rozróżniania szkół, paradygmatów i teorii naukowych; wskazywania cech teorii obiektywnych i interpretacyjnych; rozpoznawania teorii komunikowania pod względem ich źródeł i pochodzenia; łączenia teorii komunikowania masowego z odpowiednimi tradycjami badawczymi; rozróżniania teorii obiektywnych od teorii interpretacyjnych; oceny przydatności teorii do wyjaśniania problemów komunikowania masowego.

Treści kształcenia:

1. Podstawowe pojęcia komunikowania masowego: Masowość. Komunikowanie masowe. Nadawca masowy. Odbiorca masowy. Przekaz masowy.
2. Rozwój badań nad komunikowaniem masowym: Niemieckie tradycje prasoznawcze. Początki mass media research w USA. Badania nad mediami masowymi w Polsce.
3. Główne paradygmaty badawcze w komunikowaniu masowym: Paradygmat dominujący (orientacja emipryczno-funkcjonalna). Paradygmaty alternatywne (orientacja krytyczna). Paradygmat marksistowski. Porównanie paradygmatów.
4. Teorie mediów masowych a teoria społeczna cz. 1: Komunikowanie masowe jako proces społeczny. Teoria społeczeństwa masowego. Funkcjonalizm. Krytyczna teoria społeczno-ekonomiczna.

Konstruktywizm społeczny.

5. Teorie mediów masowych a teoria społeczna cz. 2: Determinizm technologiczny. 6. Normatywne doktryny medialne: Pojęcie normatywnej doktryny medialnej. Cztery „teorie prasy”: liberalna, autorytarna, komunistyczna, odpowiedzialności społecznej. Katolicka doktryna środków społecznego przekazu. Cztery modele normatywnej teorii mediów McQuail’a: rynkowy, interesu publicznego, profesjonalny, mediów alternatywnych. 7. Modele komunikowania masowego cz.1: Modele transmisji. 8. Modele komunikowania masowego cz. 2: Model rytualny. Model rozgłosu. Model recepcji. 9. Problem oddziaływania mediów masowych cz. 1: Media a jednostka. Fazy badań nad wpływem. Podstawowe hipotezy dotyczące socjalizującej i pozytywnej roli mediów. 10. Problem oddziaływania mediów masowych cz. 2: Media a społeczeństwo. Media i przemoc. Społeczny rozdział wiedzy (hipoteza luki informacyjnej). Teoria edukacji społecznej. Teoria kultury George’a Gerbnera. 11. Problem oddziaływania mediów masowych cz. 3: Media a polityka. Hipoteza spirali milczenia. Badania Katza i Lazarsfelda. Reklama i marketing polityczny. 12. Nadawca masowy: Co to znaczy nadawca masowy? Typy i organizacja instytucji nadawczych. 13. Zbiorowości odbiorcze: Widownia, audytorium czy publiczność? Typologia widowni środków masowego przekazu. Badania „użytkowania i korzyści”. 14. Media masowe jako narzędzie władzy: Oddziaływania propagandowe. Kontrola rynków medialnych. Niezależność mediów publicznych. 15. Nowe media cyfrowe: Właściwości – dlaczego „nowe” media? Masowość a nowe media. Nowe media – zagrożenie dla starych?

Efekty kształcenia:

Metody i narzędzia dydaktyczne:

Sposoby sprawdzania i warunki zaliczenia:

Lektury podstawowe:

Goban-Klas T., Media i komunikowanie masowe. Teorie i analizy prasy, radia, telewizji i Internetu, Warszawa 2005.

McQuail D., Teoria komunikowania masowego, Warszawa 2007.

Nauka o komunikowaniu. Podstawowe orientacje teoretyczne, red. B. Dobek-Ostrowska, Wrocław 2001.

Pisarek W., Wstęp do nauki o komunikowaniu, Warszawa 2008.

Studia z teorii komunikowania masowego, red. B. Dobek-Ostrowska, Wrocław 1999.

Lektury uzupełniające:

Mrozowski M., Media masowe: władza rozrywka i biznes, Warszawa 2001.

Słownik wiedzy o mediach, red. E. Chudziński, Warszawa – Bielsko-Biała 2007.

Uwagi: