

KARTA PRZEDMIOTU

I. Dane podstawowe

Nazwa przedmiotu	Wprowadzenie do nowych mediów
Nazwa przedmiotu w języku angielskim	Introduction to new media
Kierunek studiów	Dziennikarstwo i komunikacja społeczna
Poziom studiów (I, II, jednolite magisterskie)	I
Forma studiów (stacjonarne, niestacjonarne)	Stacjonarne
Dyscyplina	Nauki o komunikacji społecznej i mediach
Język wykładowy	Język polski

Koordinator przedmiotu/osoba odpowiedzialna	Dr hab. Małgorzata Gruchoła, prof. KUL
---	--

Forma zajęć (<i>katalog zamknięty ze słownika</i>)	Liczba godzin	semestr	Punkty ECTS
wykład	30	III	3
konwersatorium			
ćwiczenia			
laboratorium			
warsztaty			
seminarium			
proseminarium			
lektorat			
praktyki			
zajęcia terenowe			
pracownia dyplomowa			
translatorium			
wizyta studyjna			

Wymagania wstępne	Podstawowa umiejętność analizowania tekstów naukowych.
-------------------	--

II. Cele kształcenia dla przedmiotu

C1: Zapoznanie z wiedzą dotyczącą teoretycznych podstaw i sposobów definiowania pojęcia <i>nowe media</i> .
C2: Nauczenie krytycyzmu wobec przestrzeni medialnej nowych mediów.

Efekty uczenia się dla przedmiotu wraz z odniesieniem do efektów kierunkowych

Symbol	Opis efektu przedmiotowego	Odniesienie do efektu kierunkowego
WIEDZA		
W_01	Absolwent zna i rozumie terminologię, koncepcje teoretyczne oraz metodykę nowych mediów.	K_W13
W_02	Absolwent posiada elementarną wiedzę dotyczącą przestrzeni medialnej nowych mediów, dokonujących się w niej procesów komunikowania interpersonalnego	K_W08

	i społecznego, ich prawidłowości i zakłóceń, dostrzega złożoność i bogactwo nowych mediów, zna specyfikę języka nowych mediów.	
UMIEJĘTNOŚCI		
U_01	Absolwent potrafi dokonać obserwacji i interpretacji zjawisk społecznych związanych z funkcjonowaniem nowych mediów; wykorzystuje je w codziennym życiu oraz w komunikacji masowej, analizuje ich powiązania z różnymi obszarami działalności medioznawczej.	K_U01
U_02	Absolwent wykorzystuje podstawową wiedzę teoretyczną z zakresu nowych mediów oraz powiązanych z nią dyscyplin do analizowania i interpretowania problemów społecznych oraz medioznawczych, a także motywów i wzorów ludzkich zachowań.	K_U02
KOMPETENCJE SPOŁECZNE		
K_01	Absolwent jest gotów do: podejmowania wyzwań zawodowych; ciągłego dokształcania się i rozwoju osobistego w zakresie nowych mediów. Dokonuje samooceny własnych kompetencji i doskonali umiejętności, wyznacza kierunki własnego rozwoju i kształcenia.	K_K01
K_02	Absolwent jest gotów do właściwego wykorzystywania nowych mediów w praktyce.	K_KO4

III. Opis przedmiotu/ treści programowe

1. Wprowadzenie (karta przedmiotu, zarys problematyki wykładu, kryteria uzyskania zaliczenia przedmiotu: egzamin ustny).
2. Operacjonalizacja terminu *nowe media*; koncepcje teoretyczne, typologie.
3. Podstawowe pojęcia nowych mediów: cyfrowość, hipertekstualność, modularność, automatyzacja, interaktywność, wariacyjność.
4. Etapy rozwoju nowych technologii informacyjno-komunikacyjnych (Web. 1.0 – Web. 5.0, Internet Semantyczny, Internet Rzeczy, Internet Wszechrzeczy).
5. Etapy rozwoju sztucznej inteligencji (maszyna i test Turinga, boty komunikacyjne, superinteligencja).
6. Wirtualność, cyberprzestrzeń i cyberkultura.
7. Media społecznościowe.
8. E-mancypacja człowieka w przestrzeni wirtualnej.
9. Badania nad wykorzystaniem języka ludzkiego w obszarze nowych mediów, sztucznej inteligencji i robotyki. Język nowych mediów.
10. Nowe media w życiu codziennym: internetowe serwisy plotkarskie.
11. Kultura wizualna nowych mediów i nowych technologii.

12. Nowe media a kompetencje cyfrowe.

IV. Metody realizacji i weryfikacji efektów uczenia się

Przedmiot będzie prowadzony w formie hybrydowej: stacjonarnej i zdalnej (wykład z prezentacją multimedialną).

Symbol efektu	Metody dydaktyczne (lista wyboru)	Metody weryfikacji (lista wyboru)	Sposoby dokumentacji (lista wyboru)
WIEDZA			
W_01	Wykład z prezentacją multimedialną Wykład konwersatoryjny	Egzamin ustny	Wydruk protokołu z egzaminu
W_02	Wykład z prezentacją multimedialną Wykład konwersatoryjny	Egzamin ustny	Wydruk protokołu z egzaminu
UMIEJĘTNOŚCI			
U_01	Dyskusja Metoda problemowa	Obserwacja	Wydruk protokołu z egzaminu
U_02	Dyskusja Metoda problemowa	Obserwacja	Wydruk protokołu z egzaminu
KOMPETENCJE SPOŁECZNE			
K_01	Wykład z prezentacją multimedialną Wykład konwersatoryjny	Egzamin ustny	Wydruk protokołu z egzaminu
K_02	Wykład z prezentacją multimedialną Wykład konwersatoryjny	Egzamin ustny	Wydruk protokołu z egzaminu

V. Kryteria oceny, wagi...

1. Egzamin ustny (treści wykładu)– 3 pytania
2. Znajomość zalecanych do egzaminu lektur
3. Aktywność Studentów - obserwacje zachowań Studentów na wykładach

Ocena niedostateczna:

(W) Student nie ma podstawowej wiedzy o: nowych mediach (ich sposobach definiowania; koncepcjach teoretycznych, typologiach; podstawowych pojęciach nowych mediów: cyfrowość, hipertekstualność, modularność, automatyzacja, interaktywność, wariacyjność; etapach rozwoju nowych technologii informacyjno-komunikacyjnych; etapach rozwoju sztucznej inteligencji; wyznacznikach wirtualności i cyberprzestrzeni; mediach społecznościowych; badaniach nad wykorzystaniem języka ludzkiego w obszarze nowych mediów; roli nowych mediów w życiu codziennym oraz o kompetencjach cyfrowych. Wynik z egzaminu poniżej 50%.

(U) Student nawet przy pomocy wykładowcy nie potrafi interpretować zjawisk społecznych związanych z funkcjonowaniem nowych mediów; nie potrafi wykorzystać ich w codziennym życiu oraz zastosować w komunikacji masowej, nie potrafi analizować ich powiązania z różnymi obszarami działalności medioznawczej, nie potrafi wykorzystywać podstawowej wiedzy teoretycznej z zakresu nowych mediów oraz powiązanych z nią dyscyplin w celu interpretowania problemów społecznych i medioznawczych, motywów i wzorów ludzkich zachowań.

(K) Student nie ma pozytywnego stosunku do potrzeby ciągłego dokształcania się zawodowego i rozwoju osobistego w zakresie nowych mediów.

Ocena dostateczna:

(W) Student posiada wybiórczą wiedzę o: nowych mediach (ich sposobach definiowania; koncepcjach teoretycznych, typologiach; podstawowych pojęciach nowych mediów: cyfrowość, hipertekstualność, modularność, automatyzacja, interaktywność, wariacyjność; etapach rozwoju nowych technologii informacyjno-komunikacyjnych; etapach rozwoju sztucznej inteligencji; wyznacznikach wirtualności i cyberprzestrzeni; mediach społecznościowych; badaniach nad wykorzystaniem języka ludzkiego w obszarze nowych mediów; roli nowych mediów w życiu codziennym oraz o kompetencjach cyfrowych. Wynik z egzaminu: powyżej 50%.

(U) Student nie bez trudności i z pomocą wykładowcy interpretuje zjawiska społeczne związane z funkcjonowaniem nowych mediów; wykazuje umiejętność wykorzystania ich w codziennym życiu oraz zastosowania w komunikacji masowej, analizuje ich powiązania z różnymi obszarami działalności medioznawczej; potrafi wykorzystywać podstawową wiedzę teoretyczną z zakresu nowych mediów oraz powiązanych z nią dyscyplin w celu analizowania i interpretowania problemów społecznych i medioznawczych.

(K) Student ma sceptyczną postawę wobec potrzeby ciągłego dokształcania się w zakresie nowych mediów, nie bez trudności dokonuje samooceny własnych kompetencji i doskonali umiejętności, wyznacza kierunki własnego rozwoju i kształcenia; w minimalnym stopniu zdaje sobie sprawę z siły jawnego, jak i ukrytego oddziaływania nowych mediów; nie zawsze wykazuje postawą mądrego wykorzystania nowych mediów w praktyce.

Ocena dobra:

(W) Student posiada ugruntowaną wiedzę o: nowych mediach (ich sposobach definiowania; koncepcjach teoretycznych, typologiach; podstawowych pojęciach nowych mediów: cyfrowość, hipertekstualność, modularność, automatyzacja, interaktywność, wariacyjność; etapach rozwoju nowych technologii informacyjno-komunikacyjnych; etapach rozwoju sztucznej inteligencji; wyznacznikach wirtualności i cyberprzestrzeni; mediach społecznościowych; badaniach nad wykorzystaniem języka ludzkiego w obszarze nowych mediów; roli nowych mediów w życiu codziennym oraz o kompetencjach cyfrowych. Wynik z egzaminu w przedziale od 71% do 94%.

(U) Student sprawnie obserwuje, analizuje i interpretuje zjawiska społeczne związane z funkcjonowaniem nowych mediów; wykorzystuje w codziennym życiu oraz w komunikacji masowej, sprawnie analizuje ich powiązania z różnymi obszarami działalności medioznawczej; sprawnie wykorzystuje podstawową wiedzę teoretyczną z zakresu nowych mediów oraz powiązanych z nią dyscyplin w analizowaniu i interpretowaniu problemów społecznych i medioznawczych, motywów i wzorów ludzkich zachowań.

(K) Student ma właściwą postawę wobec potrzeby ciągłego dokształcania się zawodowego i rozwoju osobistego w zakresie nowych mediów, bez trudności dokonuje samooceny własnych kompetencji i doskonali umiejętności, wyznacza kierunki własnego rozwoju i kształcenia. Student zdaje sobie sprawę z siły jawnego, jak i ukrytego oddziaływania nowych mediów. Student wykazuje postawą mądrego wykorzystania nowych mediów w praktyce.

Ocena bardzo dobra:

(W) Student posiada pełną wiedzę o: nowych mediach (ich sposobach definiowania; koncepcjach teoretycznych, typologiach; podstawowych pojęciach nowych mediów: cyfrowość, hipertekstualność,

modularność, automatyzacja, interaktywność, wariacyjność; etapach rozwoju nowych technologii informacyjno-komunikacyjnych; etapach rozwoju sztucznej inteligencji; wyznacznikach wirtualności i cyberprzestrzeni; mediach społecznościowych; badaniach nad wykorzystaniem języka ludzkiego w obszarze nowych mediów; roli nowych mediów w życiu codziennym oraz o kompetencjach cyfrowych. Wynik z egzaminu w przedziale od 95% do 100%.

(U) Student umiejętnie posługuje się terminologią specjalistyczną w odniesieniu do nowych mediów. Znakomicie obserwuje, analizuje i interpretuje zjawiska społeczne związane z funkcjonowaniem nowych mediów; wykorzystuje je w codziennym życiu oraz w komunikacji masowej; znakomicie analizuje ich powiązania z różnymi obszarami działalności medioznawczej. Student wybornie wykorzystuje podstawową wiedzę teoretyczną z zakresu nowych mediów oraz powiązanych z nią dyscyplin w analizowaniu i interpretowaniu problemów społecznych i medioznawczych, motywów i wzorów ludzkich zachowań.

(K) - Student ma znakomitą postawę wobec potrzeby ciągłego dokształcania zawodowego i rozwoju osobistego w zakresie nowych mediów, prawidłowo dokonuje samooceny własnych kompetencji i doskonalenia umiejętności, wybornie wyznacza kierunki własnego rozwoju i kształcenia; znakomicie zdaje sobie sprawę z siły jawnego, jak i ukrytego oddziaływania nowych mediów; trafnie wykazuje postawą mądrego wykorzystania nowych mediów w praktyce.

Obciążenie pracą studenta

Forma aktywności studenta	Liczba godzin
Liczba godzin kontaktowych z nauczycielem	30
Liczba godzin indywidualnej pracy studenta	30

VI. Literatura

Literatura podstawowa

- Gruchoła M., Internet Web 3.0 w społeczeństwie transgresyjnym - Internet wykluczania? „Społeczeństwo i Rodzina” 2015, t. 42, nr 1, s. 113-128.
- Gruchoła M., Media i nowe technologie – czynnik kształtujący czy kształtowany?, [w:] Medioznawstwo personalistyczne, t. 2: Wybrane zagadnienia z kultury mediów, red. J. Jęczeń, P. Guzdek, Wydawnictwo KUL, Lublin 2018, s. 591-619.
- Gruchoła M., *Technological 'Extensions' of the Body and the Value of the Human Body*, „Zeszyty Naukowe KUL”, 62 (2019), nr 3 (247), s. 15-33.
- Gruchoła M., Szulich-Kałuża J., Kompetencje medialne w komunikacji wizualnej, Wydawnictwo KUL, Lublin 2020.
- Jaskuła S., O zagrożeniu e-mancypacją człowieka w przestrzeni wirtualnej, „Roczniki Kulturoznawcze” 2015, t. 6, nr 4, s. 37-52.
- Jenkins H., Kultura konwergencji. Zderzenie starych i nowych mediów, Warszawa 2007.
- Levinson P., Nowe media. Kraków 2010.
- Levinson P., Nowe nowe media, Kraków 2010.
- Lister M., Dovey J., Giddings S. i in., Nowe media. Wprowadzenie, tłum. M. Lorek, A. Sadza, K. Sawicka, Kraków 2009, s. 13-159.
- Manovich L., Język nowych mediów, Warszawa 2006.
- Szpunar M., Czym są nowe media, „Studia Medioznawcze” 2008, nr 4(35), s. 31-41.
- Zawojski P., Cyberkultura. Syntopia sztuki, nauki i technologii, Warszawa-Katowice 2010.

Literatura uzupełniająca

- de Kerckhove D., Powłoka kultury. Odkrywanie nowej elektronicznej rzeczywistości, Warszawa 1996.
- Gruchoła M., Kruczek E., Elementy wizerunku medialnego w internetowych serwisach plotkarskich w świetle badań, „Rozprawy Społeczne” 2013, t. 7, nr 1, s. 137-146.
- Gruchoła M., Kultura wizualna technologii ubieralnej, „Roczniki Kulturoznawcze” 2018, t. 9, nr 3.
- Kluszczyński R., Społeczeństwo informacyjne. Cyberkultura. Sztuka multimedialna, Kraków 2001.

- Lessig L., Wolna kultura. W jaki sposób wielkie media wykorzystują technologię i prawo, aby blokować kulturę i kontrolować kreatywność, Warszawa 2005.
- Levinson P., Miękkie ostrze, czyli historia i przeszłość rewolucji informacyjnej, Warszawa 2006.
- Levinson P., Telefon komórkowy. Jak zmienił świat najbardziej mobilny ze środków komunikacji, Warszawa 2006.
- Lévy P., Drugi potop, tłum. J. Budzyk, „Magazyn Sztuki” 1997, nr 1-2, s. 44-64.
- McLuhan M., Zrozumieć media. Przedłużenia człowieka, Warszawa 2004.
- Rheingold H., Narzędzia ułatwiające myślenie. Historia i przeszłość metod poszerzania możliwości umysłu, Warszawa 2003.
- Sarowski Ł., Robot społeczny - wprowadzenie do zagadnienia, „Roczniki Kulturoznawcze” 2017, t. 8, nr 1, s. 75-89.
- Zawojski P., Cyberkultura jako nowy paradygmat kultury medialnej. Rozważania teoretyczne, w: Nowa audiowizualność – nowy paradygmat kultury?, red. E. Wilk, I. Kolasińska-Pasterczyk, Kraków 2008.