

SYLABUS
DOTYCZY CYKLU KSZTAŁCENIA 2024-2029

Rok akademicki 2028-2029

1. PODSTAWOWE INFORMACJE O PRZEDMIOCIE

Nazwa przedmiotu	Psychologia mediów
Kod przedmiotu*	
Nazwa jednostki prowadzącej kierunek	Kolegium Nauk Społecznych
Nazwa jednostki realizującej przedmiot	Instytut Pedagogiki
Kierunek studiów	Psychologia
Poziom studiów	jednolite studia magisterskie
Profil	Praktyczny
Forma studiów	Stacjonarna
Rok i semestr/y studiów	V rok, semestr 10
Rodzaj przedmiotu	przedmiot kształcenia kierunkowego
Język wykładowy	Polski
Koordynator	dr hab. Janusz Miąso, prof. UR
Imię i nazwisko osoby prowadzącej / osób prowadzących	dr hab. Janusz Miąso, prof. UR

1.1. Formy zajęć dydaktycznych, wymiar godzin i punktów ECTS

Semestr (nr)	Wykł.	Ćw.	Konw.	Lab.	Sem.	ZP	Prakt.	Inne (jakie?)	Liczba pkt. ECTS
10	15								1

1.2. Sposób realizacji zajęć

√ zajęcia w formie tradycyjnej

√ zajęcia realizowane z wykorzystaniem metod i technik kształcenia na odległość

1.3 Forma zaliczenia przedmiotu (z toku):

Zaliczenie bez oceny

2. WYMAGANIA WSTĘPNE

Zaliczone zajęcia z „Wprowadzenia do psychologii”.
--

3. CELE, EFEKTY UCZENIA SIĘ, TREŚCI PROGRAMOWE I STOSOWANE METODY DYDAKTYCZNE**3.1 Cele przedmiotu**

C1	Zapoznanie studentów z podstawowymi zagadnieniami z zakresu psychologii mediów oraz ukształtowanie umiejętności wykorzystywania uzyskanej wiedzy w działalności praktycznej.
C2	Poznanie i zrozumienie przez studentów zachowań człowieka w trakcie kontaktu z mediami, głównie prasą, radiem, telewizją i internetem oraz innymi, nowymi technologiami, podstawowych procesów komunikacyjnych zaangażowanych w te technologie oraz praw i prawidłowości rządzących tymi procesami, a także czynników determinujących ich przebieg.
C3	Poznanie przez studentów wpływu komunikacji masowej na dzieci, młodzież i dorosłych, aby przeciwdziałać zagrożeniom.
C4	Prawidłowe wykorzystywanie przez studentów nabytej wiedzy i umiejętności w codziennej działalności zawodowej.

3.2 Efekty uczenia się dla przedmiotu

EK (efekt uczenia się)	Treść efektu uczenia się zdefiniowanego dla przedmiotu Student:	Odniesienie do efektów kierunkowych
EK_01	w pogłębiony sposób zna i rozumie klasyczne i współczesne teorie naukowe w zakresie psychologii mediów	K_Wo2
EK_02	w stopniu pogłębionym zna i rozumie etyczne i prawne uwarunkowania związane w komunikowaniem masowym i wie, jak przeciwdziałać ich negatywnym konsekwencjom udzielając skutecznej pomocy psychologicznej	K_Wo8
EK_03	potrafi rozpoznawać, analizować i interpretować złożone problemy i trudności w funkcjonowaniu psychicznym człowieka wynikające z korzystania z mediów masowych, a także formułować wątpliwości i sugestie oraz popierać je rozbudowaną argumentacją w kontekście korzyści wynikających z komunikowania masowego	K_Uo2 K_U20
EK_04	umie odpowiednio dobrać i samodzielnie wykorzystać komunikowanie masowe: m.in. prasę, radio, telewizję, internet, programy komputerowe do efektywnej komunikacji i pracy własnej	K_Uo3
EK_05	jest gotów do przestrzegania zasad etyki zawodowej psychologa, szanowania prawa autorskiego podczas korzystania z zasobów informacyjnych internetu i innych nowoczesnych technologii	K_Ko7

3.3 Treści programowe

A. Problematyka wykładu

Treści merytoryczne
Psychologia mediów – geneza i kierunki.
Kluczowe obszary badawcze w psychologii mediów.
Media tradycyjne i nowoczesne. Wpływ mediów na rozwój człowieka.
Patologiczne formy korzystania z mediów masowych.

Zagrożenia medialne. Cyberprzemoc.
Komunikowanie masowe – korzyści i niebezpieczeństwa.
Wykorzystywanie mediów masowych w edukacji, praktyce klinicznej i rozwoju osobistym.

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

Treści merytoryczne -

3.4 Metody dydaktyczne

Wykład: wykład problemowy z debatą, wykład z prezentacją multimedialną, metody kształcenia na odległość (wykład z wykorzystaniem MS Teams).

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	aktywność podczas debaty, obserwacja w trakcie zajęć	w.
EK_02	aktywność podczas debaty, obserwacja w trakcie zajęć	w.
EK_03	aktywność podczas debaty, obserwacja w trakcie zajęć	w.
EK_04	aktywność podczas debaty, obserwacja w trakcie zajęć	w.
EK_05	obserwacja w trakcie zajęć	w.

4.2 Warunki zaliczenia przedmiotu (kryteria oceniania)

Wykład: zaliczenie bez oceny, obecność 80% na wykładach, aktywność podczas debaty przeprowadzonej na wykładzie .
--

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

Forma aktywności	Średnia liczba godzin na zrealizowanie aktywności
Godziny z harmonogramu studiów	15
Inne z udziałem nauczyciela akademickiego: - udział w konsultacjach	2
Godziny niekontaktowe – praca własna studenta: studiowanie zadanej literatury do uczestniczenia w debacie	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	nie dotyczy
zasady i formy odbywania praktyk	nie dotyczy

7. LITERATURA

Literatura podstawowa:

Ogonowska, A. (2018). *Psychologia mediów i komunikowania*. Wprowadzenie. Kraków: Impuls.

Roguski, A. (2020). *Zrozumieć social media*. Gliwice: Onepress-Wydawnictwo Helion.

Rudnicka, P. (2021). *Gotowość wobec technologii: konteksty, definicja i pomiar*. Katowice: Wydawnictwo UŚ.

- wybrany aktualny artykuł naukowy z czasopisma o tematyce omawianej na wykładach

Literatura uzupełniająca:

Flores, S.E. (2017). *Sfejsowani*. Warszawa: Wydawnictwo MUZA.

Ogonowska, A., Ptaszek, G. (2017). *Współczesna psychologia mediów. Nowe problemy i perspektywy badawcze*. Kraków: Impuls.

Winterhoff-Spurk, P. (2007). *Psychologia mediów*. Kraków: WAM.

Akceptacja Kierownika Jednostki lub osoby upoważnionej