

KARTA PRZEDMIOTU

Cykl kształcenia od roku akademickiego: 2022/2023

I. Dane podstawowe

Nazwa przedmiotu	Sztuka konwergencji
Nazwa przedmiotu w języku angielskim	Art of convergence
Kierunek studiów	filologia polska
Poziom studiów (I, II, jednolite magisterskie)	II stopnia, magisterskie
Forma studiów (stacjonarne, niestacjonarne)	stacjonarne
Dyscyplina	literaturoznawstwo
Język wykładowy	polski

Koordynator przedmiotu	dr Monika Szabłowska-Zaremba
------------------------	------------------------------

Forma zajęć (<i>katalog zamknięty ze słownika</i>)	Liczba godzin	semestr	Punkty ECTS
wykład	15	IV	1

Wymagania wstępne	Ogólna wiedza dotycząca kultury tradycyjnej i współczesnej, pracy mediów tradycyjnych oraz e-mediów.
-------------------	--

II. Cele kształcenia dla przedmiotu

C1. Wdrażanie studentów do aktywności naukowej teoretycznej i przełożenia jej na działania praktyczne, mającej na celu poznawania mechanizmów funkcjonowania współczesnych mediów.
C2. Aktywizowanie studentów, zachęcanie do praktycznego wykorzystywania nowoczesnych technologii informacyjno-komunikacyjnych.
C3. Wskazanie na potrzebę świadomego uczestnictwa we współczesnej kulturze.

Efekty uczenia się dla przedmiotu wraz z odniesieniem do efektów kierunkowych

Symbol	Opis efektu przedmiotowego	Odniesienie do efektu kierunkowego
WIEDZA		
W_01	Student rozumie potrzebę łączenia wiedzy literaturoznawczej z badaniami kulturowymi wraz z wykorzystaniem narzędzi technologii informacyjnej w przygotowaniu się do planowanej pracy zawodowej.	K_W08
W_02	Student porządkuje i opisuje wiedzę dotyczącą przeobrażeń pojmowania roli kultury ze względu na towarzyszące jej w tym procesie aspekty: historyczny, literacki, społeczny czy religijny.	K_W09
W_03	Student rozróżnia różne przyczyny zmian zachodzących w procesach literackich i teoretycznoliterackich mających wpływ na świadome kształtowanie się szeroko pojętej kultury polskiej.	K_W11
UMIEJĘTNOŚCI		
U_01	Student samodzielnie analizuje wybrane zagadnienia związane ze zjawiskiem konwergencji sztuki, a także przygotowuje	K_U09

	rozmowy związane z tym zagadnieniem.	
KOMPETENCJE SPOŁECZNE		
K_01	Student angażuje się, by podejmować zadania naukowe związane z tematyką kultury konwergencji, przekłada zdobytą wiedzę na kompetencje społeczne swobodnie podejmując dyskusje interpretujące czy analizujące wpływ kultury konwergencji na dzisiejsze życie kulturowe.	K_K02

III. Opis przedmiotu/ treści programowe

<ol style="list-style-type: none"> 1. Stare i nowe media – definicje, formy, przemiany 2. Zderzenie – kultura konwergencji 3. Uczestnictwo w kulturze jako problem badawczy 4. Fanfiki i fandomy jako przykład uczestnictwa w kulturze 5. Konwergencja mediów - Nowe media kulturowe: 6. Radio? 7. YouTube i konwergencja 8. Wideoklipy 9. Rola obrazu we współczesnym świecie 10. Kultura popularna a kultura medialna 11. Kultura popularna a nowe media 12. Obraz świata w reklamie 13. Popreligia/religia w kulturze popularnej
--

IV. Metody realizacji i weryfikacji efektów uczenia się

Symbol efektu	Metody dydaktyczne <i>(lista wyboru)</i>	Metody weryfikacji <i>(lista wyboru)</i>	Sposoby dokumentacji <i>(lista wyboru)</i>
WIEDZA			
W_01 W_02 W_03	Wykład konwersatoryjny	obserwacja	zbiorcza karta obserwacji
UMIEJĘTNOŚCI			
U_01	metoda metaplanu	prezentacja	zapisana prezentacja multimedialna
KOMPETENCJE SPOŁECZNE			
K_01	dyskusja	obserwacja	zbiorcza karta obserwacji

V. Kryteria oceny, wagi...

- 60% prezentacja multimedialna (z oceną co najmniej na pozytywną)
- 20% aktywność na zajęciach
- 20% obecność na zajęciach [dopuszczalne dwie nieobecności]

Bezwzględny warunkiem zaliczenia pracy pisemnej/multimedialnej jest jej samodzielne przygotowanie rozumiane jako opracowanie powstałe bez wykorzystania narzędzi, np. sztucznej inteligencji i pomocy osób trzecich.

VI. Obciążenie pracą studenta

Forma aktywności studenta	Liczba godzin
Liczba godzin kontaktowych z nauczycielem	15
Liczba godzin indywidualnej pracy studenta	15

VII. Literatura

Literatura podstawowa
Henry Jenkins, <i>Kultura konwergencji. Zderzenie starych i nowych mediów</i> , przeł. Małgorzata Bernatowicz, Mirosław Filiciak, Warszawa 2007.
Przemysław Kisiel, <i>Współczesne wzory uczestnictwa w kulturze</i> , [w:] <i>Kultura a rozwój</i> , red. Jerzy Hausner, Anna Karwińska, Jacek Purchla, Warszawa 2013, s. 345-360.
Tomasz Goban-Klas, <i>Radiomorfoza w kontekście ewolucji, adaptacji i konwergencji mediów</i> , „Studia Medioznawcze” 2006, nr 3, s. 15-22.
Aneta Wójciszyn-Wasil, <i>Obrazy – nie tylko w wyobraźni. Wizualizacja ewolucji radia</i> , „Zeszyty Naukowe KUL” 2018, nr 1, s. 373-385.
Monika Białek, <i>Fotokasty, czyli radio otrzymuje wzrok</i> , [w:] <i>Konwergencja mediów- orientacje i praktyki badawcze</i> , red. Renata Szczepaniak, Gdynia 2013, s. 2013, s. 181-193.
Andrew Keen, <i>Kult amatora. Jak internet niszczy kulturę</i> , przeł. Małgorzata Bernatowicz, Katarzyna Topolska-Ghariani, Warszawa 2007.
Marta Juza, <i>Perspektywy Rozwoju kultury popularnej w obliczu nowych mediów</i> , [w:] <i>Oblicza nowych mediów</i> , red. A. Ogonowska, Kraków 2011, s. 11-30.
Alicja Leśniak, <i>Użytkownicy, odbiorcy, twórcy i producenci mediów – uczestnikami konwergencji</i> , [w:] <i>Sztuka i wychowanie w kulturze konwergencji – wyzwoleni i zagubieni w sieci</i> , red. Mirosława Zalewska-Pawlak, Piotr Soszyński, Łódź 2015, s. 55-66.
Józef Majewski, Patrycja Cybulska, <i>Narodziny popreligii. Religia w dobie kultury popularnej</i> , „Sensus Historiae” 2017, s. 3, s. 135-149.
Henry Jenkins, Tara McPherson, Jane Shattuc, <i>Kultura bliska ciała. Manifest nowych studiów kulturowych</i> , przeł. Małgorzata Bernatowicz, Mirosław Filiciak, „Kultura Popularna” 2008, nr 1, s. 109-132.
Małgorzata Lisowska-Magdziarz, <i>Fandom dla początkujących, cz. 1 Społeczność i wiedza</i> , Kraków 2017.
Aldona Kobus, <i>Fanowskie praktyki autorskie. Rewolucja autorstwa zbiorowego</i> , „Artes Humanae” 2018, vol. 3, s. 9-26.
Urszula Jarecka, <i>Od teledysku do wideoklipu. Ewolucja idiomu klipowego</i> , [w:] <i>Nowe media w komunikacji społecznej</i> , red. Maryla Hopfinger, Warszawa 2005, s. 293-315.
Małgorzata Łosiewicz, <i>Rola obrazu w komunikacji społecznej</i> , [w:] <i>Komunikacja wizualna w przestrzeni społecznej</i> , red. A. Obrębska, Łódź 2009, s. 205-212.
Jakub Jakubowski, <i>Nowe media – nowa reklama społeczna?</i> , [w:] <i>Kampanie społeczne jako forma socjotechniki</i> , red. Piotr Pawełczyk, Warszawa 2015, s. 146-165.
Literatura uzupełniająca
najnowsze opublikowane artykuły naukowe