**Nazwa przedmiotu:**

Perswazja i manipulacja w mediach

**Koordynator przedmiotu:**

dr O. Yaskorska-Shah

**Status przedmiotu:**

Obowiązkowy

**Poziom kształcenia:**

Studia I stopnia

**Program:**

Administracja

**Grupa przedmiotów:**

Obieralne

**Kod przedmiotu:**

A13\_PMM

**Semestr nominalny:**

5 / rok ak. 2018/2019

**Liczba punktów ECTS:**

3

**Liczba godzin pracy studenta związanych z osiągnięciem efektów uczenia się:**

30 h udział w ćwiczeniach, 20h praca własna przygotowanie do zajeć, 25h czytanie wskazanej literatury

**Liczba punktów ECTS na zajęciach wymagających bezpośredniego udziału nauczycieli akademickich:**

1,2. p. ECTS

**Język prowadzenia zajęć:**

polski

**Liczba punktów ECTS, którą student uzyskuje w ramach zajęć o charakterze praktycznym:**

1,2 p. ECTS

**Formy zajęć i ich wymiar w semestrze:**

|  |  |
| --- | --- |
| Wykład: | 0h |
| Ćwiczenia: | 30h |
| Laboratorium: | 0h |
| Projekt: | 0h |
| Lekcje komputerowe: | 0h |

**Wymagania wstępne:**

Przedmiot jest prowadzony na poziomie podstawowym. Wiedza i umiejętności wstene nie są wymagane.

**Limit liczby studentów:**

30

**Cel przedmiotu:**

Celem przedmiotu jest zapoznanie studentów z technikami analitycznymi przydatnymi do głębszego zrozumienia współczesnych mediów. Obecnie w przekazie medialnym panuje tzw. epoka Post Prawdy (ang. Post Truth), kiedy to ważnym staje się nie samo wydarzenie (stan faktyczny), ale emocje, jakie to wydarzenie wywołuje w społeczeństwie. Wywołane emocje, z kolei, są bardzo często wykorzystywane do budowania opinii publicznej, co bezpośrednio wpływa już na decyzje które podejmujemy. Przekaz medialny, jednak, możemy przeanalizować za pomocą narzędzi, proponowanych w dziedzinie filozofii. Narzędzia te pozwalają zrozumieć nie tylko treść komunikatu medialnego, ale również mechanizmy kierowania opinią, perswazją oraz elementami manipulacji.

**Treści kształcenia:**

1. Wstępne informacje: komunikat medialny vs komunikat medialny w kontekście.
2. Media: rodzaje mediów, przekaz medialny, multimodalność współczesnego przekazu.
3. Komunikacja i jej kontekst: rodzaje komunikacji, dziedzina i schemat komunikacji.
4. Odbiorca komunikatu: co powinniśmy wiedzieć o naszym audytorium aby przekonywać.
5. Dedukcja, czyli co by powiedział Sherlock Holmes o współczesnych mediach.
6. Sofistyka, czyli jak możemy znaleźć nielogiczne argumenty.
7. Manipulacja: znane metody manipulowania informacją.
8. Analiza tekstu: techniki analizy przekazów tekstowych.
9. Analiza obrazu: techniki analizy przekazów wizualnych.
10. Analiza social media: procesy tworzenia opinii publicznej.

**Metody oceny:**

Efekty uczenia się będą oceniane na podstawie pracy pisemnej.

**Egzamin:**

nie

**Literatura:**

1. J. B. Thomson, Media i nowoczesność. Społeczna teoria mediów, Astrum, 2006.
2. T. Goban-Klas, Media i komunikowanie masowe. Teorie i analizy prasy, radia, telewizji i Internetu, PWN, 2020.
3. M. Tokarz, Argumentacja, perswazja, manipulacja: wykłady z teorii komunikacji. Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne GWP, 2010.
4. D. Walton, C. Reed, and F. Macagno, Argumentation schemes. Cambridge University Press, 2008.
5. Kisielewicz, A., Logika i argumentacja. Praktyczny kurs krytycznego myślenia, PWN, Warszawa 2017.

**Witryna www przedmiotu:**

-

**Uwagi:**

## Charakterystyki przedmiotowe