

**KARTA PRZEDMIOTU**

Cykl kształcenia od roku akademickiego 2025/26

**I. Dane podstawowe**

Nazwa przedmiotu	System medialny w Polsce
Nazwa przedmiotu w języku angielskim	Media system in Poland
Kierunek studiów	Dziennikarstwo i komunikacja społeczna
Poziom studiów (I, II, jednolite magisterskie)	Studia I stopnia
Forma studiów (stacjonarne, niestacjonarne)	stacjonarne
Dyscyplina	Nauki o komunikacji społecznej i mediach
Język wykładowy	Język polski

Koordinator przedmiotu/osoba odpowiedzialna	Dr Olga Białek-Szwed
---	----------------------

Forma zajęć ( <i>katalog zamknięty ze słownika</i> )	Liczba godzin	semestr	Punkty ECTS
wykład	30	II	3

Wymagania wstępne	Brak
-------------------	------

**II. Cele kształcenia dla przedmiotu**

C.1 Zdobyć i uporządkować wiedzę o funkcjonowaniu systemu medialnego w Polsce.
C.2 Nabycie wiedzy przez studenta o specyfice polskiego systemu mediów.
C.3 Nabycie wiedzy przez studenta o genezie, ewolucji i perspektywach polskiego systemu medialnego.

**III. Efekty uczenia się dla przedmiotu wraz z odniesieniem do efektów kierunkowych**

Symbol	Opis efektu przedmiotowego	Odniesienie do efektu kierunkowego
<b>WIEDZA</b>		
W_03	W zaawansowanym stopniu funkcjonowanie współczesnych mediów, systemów medialnych i instytucji medialnych, ich historię, zmiany w nich zachodzące oraz przyczyny i konsekwencje tych zmian dla życia społecznego, gospodarki i kultury	K_W03
<b>UMIEJĘTNOŚCI</b>		
U_04	Wykorzystywać posiadaną wiedzę teoretyczną do opisu wybranych zjawisk i procesów społecznych, politycznych, gospodarczych, kulturowych, prawnych będących w zainteresowaniu dziennikarstwa i komunikowania społecznego	K_U04
<b>KOMPETENCJE SPOŁECZNE</b>		
K_02	Wykorzystywania mediów jako źródła informacji o życiu społecznym i	K_K02

	kulturze oraz jako narzędzia oddziaływania na procesy społeczne i kulturowe służącemu dobru wspólnemu i interesom publicznym	
--	--	--

#### IV. Opis przedmiotu/ treści programowe

<p>1. Wprowadzenie do systemu medialnego w Polsce. Podstawowe informacje. Definicje. Organizacje medialne. Rodzaje rynków medialnych (pierwotny i wtórny). Media publiczne a media komercyjne.</p> <p>2. Charakterystyka systemu medialnego w Polsce. Systemy: prasowy, radiowy, telewizyjny, nowych mediów i telematyki. Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji a Rada Mediów Narodowych.</p> <p>3. Miejsce prasy w polskim systemie medialnym.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- prasa do 1944 roku</li> <li>- prasa w PRL</li> <li>- prasa współczesna po 1989 roku (czasopisma - tygodniki, miesięczniki, kwartalniki itp., dzienniki)</li> </ul> <p>4. Miejsce telewizji w polskim systemie medialnym</p> <p>5. Miejsce radiofonii w polskim systemie medialnym.</p> <p>6. Nowe Media</p>
--

#### V. 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>
<b>WIEDZA</b>			
K_W03	Wykład konwencjonalny, wykład problemowy	Egzamin ustny	Zestaw pytań egzaminacyjnych
<b>UMIEJĘTNOŚCI</b>			
K_U04	Wykład konwencjonalny, wykład problemowy	Egzamin ustny	Zestaw pytań egzaminacyjnych
<b>KOMPETENCJE SPOŁECZNE</b>			
K_K02	Wykład konwencjonalny, wykład problemowy	Egzamin ustny	Zestaw pytań egzaminacyjnych

#### VI. Kryteria oceny, wagi...

Sposób weryfikacji zakładanych efektów kształcenia: egzamin ustny

0 – 50% ocena niedostateczna

51-60% ocena dostateczna

61-70% ocena dostateczna+

71-80% ocena dobra

81-90% ocena dobra+

Powyżej 91% ocena bardzo dobra

#### VII. Obciążenie pracą studenta

Forma aktywności studenta	Liczba godzin
Liczba godzin kontaktowych z nauczycielem	30 godz.
Liczba godzin indywidualnej pracy studenta	45 godz.

#### VIII. Literatura

<p>Literatura podstawowa</p> <p>Gędek M., Rynek medialny w Polsce. Zarys ewolucji ostatnich czterdziestu lat, Wyd. Norbertinum, Lublin 2015.</p> <p>Inwestycje koncernów na polskim rynku medialnym, Wybrane zagadnienia, red. L. Pokrzycka, Wyd. UMCS, Lublin 2012.</p> <p>Płonkowski T., Media elektroniczne w Polsce – model politycznych zależności - w latach 2015 – 2023, [w:] Współczesne media 15. Nadawca – Odbiorca - Użytkownik, red. I. Hofman, D. Kępa-Figura, M. Pataj, Wyd. UMCS, Lublin 2025, s. 239-256.</p>
<p>Literatura uzupełniająca</p> <p>Polaczek-Bigaj M., Polityczno - prawne aspekty przeobrażeń w polskim systemie medialnym, Wyd. Księgarnia Akademicka, Kraków 2013.</p> <p>Polskie media u progu XXI wieku, red. J. Adamowski, M. Jabłonowski, Wyd. Aspra-Jr, Warszawa 2001.</p> <p>Transformacja systemów medialnych w krajach Europy Środkowo - Wschodniej po 1989 roku, red. B. Dobek-Ostrowska, Wyd. Uniwersytetu Wrocławskiego, Wrocław 2002.</p>