

## Karta przedmiotu

|                                          |                                                                                                                                                                              |                                                           |                                        |                        |                                                                                                                                                        |                       |       |
|------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------|----------------------------------------|------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|-------|
| Nazwa i kod przedmiotu                   | Kultura mediów społecznościowych (Konwersatorium), PG_00211207                                                                                                               |                                                           |                                        |                        |                                                                                                                                                        |                       |       |
| Kierunek studiów                         | Filologia polska (O)                                                                                                                                                         |                                                           |                                        |                        |                                                                                                                                                        |                       |       |
| Data rozpoczęcia studiów                 | październik 2026 r.                                                                                                                                                          |                                                           | Rok akademicki realizacji przedmiotu   |                        | 2026/2027                                                                                                                                              |                       |       |
| Poziom kształcenia                       | II stopnia                                                                                                                                                                   |                                                           | Grupa zajęć                            |                        | Grupa zajęć obowiązkowych z zakresu kierunku studiów<br>Grupa zajęć fakultatywnych<br>Grupa zajęć z obszarów nauk humanistycznych lub nauk społecznych |                       |       |
| Forma studiów                            | stacjonarne                                                                                                                                                                  |                                                           | Sposób realizacji                      |                        | na uczelni                                                                                                                                             |                       |       |
| Rok studiów                              | 1                                                                                                                                                                            |                                                           | Język wykładowy                        |                        | polski                                                                                                                                                 |                       |       |
| Semestr studiów                          | 1                                                                                                                                                                            |                                                           | Liczba punktów ECTS                    |                        | 2.0                                                                                                                                                    |                       |       |
| Profil kształcenia                       | ogólnoakademicki                                                                                                                                                             |                                                           | Forma zaliczenia                       |                        | zaliczenie                                                                                                                                             |                       |       |
| Jednostka prowadząca                     | Rektor -> Wydział Filologiczny -> Instytut Filologii Polskiej -> Zakład Teorii Literatury i Krytyki Artystycznej                                                             |                                                           |                                        |                        |                                                                                                                                                        |                       |       |
| Imię i nazwisko wykładowcy (wykładowców) | Odpowiedzialny za przedmiot                                                                                                                                                  |                                                           | dr hab. Małgorzata Łosiewicz, prof. UG |                        |                                                                                                                                                        |                       |       |
|                                          | Prowadzący zajęcia z przedmiotu                                                                                                                                              |                                                           |                                        |                        |                                                                                                                                                        |                       |       |
| Formy zajęć                              | Forma zajęć                                                                                                                                                                  | Wykład                                                    | Ćwiczenia                              | Laboratorium           | Projekt                                                                                                                                                | Seminarium            | RAZEM |
|                                          | Liczba godzin zajęć                                                                                                                                                          | 30.0                                                      | 0.0                                    | 0.0                    | 0.0                                                                                                                                                    | 0.0                   | 30    |
|                                          | W tym liczba godzin zajęć na odległość: 0.0                                                                                                                                  |                                                           |                                        |                        |                                                                                                                                                        |                       |       |
| Aktywność studenta i liczba godzin pracy | Aktywność studenta                                                                                                                                                           | Udział w zajęciach dydaktycznych, objętych planem studiów |                                        | Udział w konsultacjach |                                                                                                                                                        | Praca własna studenta | RAZEM |
|                                          | Liczba godzin pracy studenta                                                                                                                                                 | 30                                                        |                                        | 2.0                    |                                                                                                                                                        | 18.0                  | 50    |
| Cel przedmiotu                           | Celem przedmiotu jest wprowadzenie studentów w problematykę kultury mediów społecznościowych i nauka korzystania z nich jako narzędzi pracy w sektorze kultury, mediów i PR. |                                                           |                                        |                        |                                                                                                                                                        |                       |       |

|                                                             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                                                                                                                                                   |                                                                                                                                                      |
|-------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Efekty uczenia się przedmiotu                               | Efekt kierunkowy                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | Efekt z przedmiotu                                                                                                                                | Sposób weryfikacji i oceny efektu                                                                                                                    |
|                                                             | [FPMU2_K06] Świadomie rozwija własne kompetencje zawodowe w zakresie literaturoznawstwa oraz językoznawstwa, stając się gotowym do zmieniającej się rzeczywistości.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | Student świadomie rozwija swoje kompetencje zawodowe w obszarze humanistyki oraz jest przygotowany do aktywnego współtworzenia kultury medialnej. | [SK5] realizacja zadania problemowego<br>[SK6] demonstracja umiejętności praktycznych<br>[SK8] obserwacja samodzielnej lub zespołowej pracy studenta |
|                                                             | [FPMU2_U08] Posiada umiejętności literackie, językoznawcze oraz kompetencję językową umożliwiającą podjęcie pracy związanej z wybraną specjalnością.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | Student potrafi analizować media społecznościowe.                                                                                                 | [SU1] wypowiedź ustna/rozmowa/dyskusja<br>[SU2] prezentacja/projekt/referat/raport<br>[SU5] realizacja zadania problemowego                          |
|                                                             | [FPMU2_W10] Ma pogłębioną wiedzę literaturoznawczą oraz językoznawczą z zakresu wybranej specjalności w kontekście przemian kulturowo-cywilizacyjnych.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | Student ma uporządkowaną i pogłębioną wiedzę humanistyczną z zakresu wybranej specjalności.                                                       | [SW1] wypowiedź ustna/rozmowa/dyskusja<br>[SW2] prezentacja/projekt/referat/raport<br>[SW5] realizacja zadania problemowego                          |
|                                                             | [FPMU2_W08] Rozpoznaje w tekstach kultury odbicie dylematów współczesnej cywilizacji a także reguł ekonomicznych, prawnych i gospodarczych, rządzących współczesnym światem wpływających na rozwój różnych form przedsiębiorczości.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | Student potrafi analizować wpływ uwarunkowań ekonomicznych, prawnych i gospodarczych na funkcjonowanie mediów społecznościowych.                  | [SW1] wypowiedź ustna/rozmowa/dyskusja<br>[SW2] prezentacja/projekt/referat/raport<br>[SW5] realizacja zadania problemowego                          |
| Treści przedmiotu                                           | <p>Nowe media definicje, podziały, historia.</p> <p>Media tradycyjne a media społecznościowe.</p> <p>Media społecznościowe i przemiany w kulturze (popularnej, audiowizualnej).</p> <p>Media społecznościowe jako nowe wzorce kulturowe.</p> <p>Narracja mediów społecznościowych (profil a konstrukcja tożsamości, archiwizacja życia prywatnego, kultura cyfrowego narcyzmu).</p> <p>Podmioty mediów społecznościowych (influencer, szafiarka, videobloger, vlogger, petfluencer, youtuber).</p> <p>Problematyka wspólnot wirtualnych.</p> <p>Fenomeny kultury mediów społecznościowych (gif, emotikon, selfie).</p> <p>Strategie kultury mediów społecznościowych (remix, uczesnictwo, gamifikacja, mobilność).</p> <p>Formy gatunkowe mediów społecznościowych (post, twitt, mem)</p> <p>Sztuka w mediach społecznościowych.</p> <p>Humanistyka a zwrot cyfrowy.</p> <p>Media społecznościowe jako narzędzie marketingowe i PR-owskie.</p> <p>Analiza przypadków (Facebook, Twitter, Instagram, YouTube, Tik Tok, Snapchat).</p> |                                                                                                                                                   |                                                                                                                                                      |
| Wymagania wstępne i dodatkowe                               |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                                                                                                                                                   |                                                                                                                                                      |
| Sposoby i kryteria oceniania osiąganych efektów uczenia się | Sposób oceniania (składowe)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | Próg zaliczeniowy                                                                                                                                 | Składowa oceny końcowej                                                                                                                              |
|                                                             | obecność i systematyczne przygotowywanie się do zajęć oraz dyskusji na zajęciach                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | 51.0%                                                                                                                                             | 30.0%                                                                                                                                                |
|                                                             | przygotowanie projektu zaliczeniowego                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | 51.0%                                                                                                                                             | 50.0%                                                                                                                                                |
|                                                             | przygotowanie w formie ustnej wybranych zagadnień spośród wskazanych przez prowadzącego zajęcia                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | 51.0%                                                                                                                                             | 20.0%                                                                                                                                                |

| Zalecana lista lektur | Podstawowa lista lektur | <p>Hansen, A. et al. (2025). Zresetuj się: jak zadbać o swój mózg w świecie ekranów/ Andreas Hansen, Mats Wanblad: przekład Emilia Fabisiak. Wydanie I. Kraków: Wydawnictwo Znak.</p> <p>Kurpias, A.&amp;Wydawnictwo Uniwersytetu Gdańskiego Wydawca (2025) Krytyka literacka w mediach społecznościowych/Agnieszka Kurpias. Gdańsk; Wydawnictwo Uniwersytetu Gdańskiego</p> <p>Bielak T., <i>Antropologia obrazów usieciowionych elementy komunikacji wspólnot interpretacyjnych</i>, [w:] <i>Badanie i projektowanie komunikacji</i>, t. III, red. M. Wszolek, Kraków 2014.</p> <p>Bodzioch-Bryła B. et al., <i>Literatura nowe media: homo irretitus w kulturze literackiej XX i XXI wieku</i>, Toruń 2015.</p> <p>Bomba R., <i>Jak uczyć cyfrowych humanistów</i>, [w:] <i>Edukacja a nowe media</i>, red. M. Latoch-Zielińska, I. Morawska, M. Potent-Ambroziewicz, Lublin 2015.</p> <p>Briggs A., Burke P., <i>Spółeczna historia mediów. Od Gutenberga do Internetu</i>, przeł. J. Jedliński, Warszawa 2015.</p> <p>Filiciak M., <i>Media wersja beta. Film i telewizja w czasach gier komputerowych i Internetu</i>, Gdańsk 2013.</p> <p>Kamińska M., <i>Memosfera: wprowadzenie do cyberkulturoznawstwa</i>, Poznań 2017.</p> <p>Levinson P., <i>Nowe nowe media</i>, przeł. M. Zawadzka, Kraków 2010.</p> <p>Maciejak K., <i>YouTube w edukacji. Strategie nadawcze wideoblogerów</i>, Kraków 2018.</p> <p>Markiewicz M., <i>Obrazy, których nie widać. Kilka uwag o moderowaniu treści w internecie</i>, Widok. Teorie i Praktyki Kultury Wizualnej 2018, nr 21.</p> <p>Nowak J., <i>Memowe wojny, artykulacja i Stuart Hall. O strukturalnych uwarunkowania sieciowej popkultury</i>, Przegląd Kulturoznawczy 2017, nr 2 (32).</p> <p>Pietrzyk B., <i>Obraz w sieci kreowanie wirtualnego wizerunku za pomocą wideoblogów</i>, [w:] <i>Czy obrazy rządzą ludźmi?</i>, red. A. Kampka, A. Kiryrow, K. Sobczak, Warszawa 2017.</p> <p>Szpunar M., <i>Czym są nowe media próba konceptualizacji</i>, Studia Medioznawcze 2008, nr 4(35).</p> |
|-----------------------|-------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|-----------------------|-------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

|                                                                         |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
|-------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                         | Uzupełniająca lista lektur                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | <p>Kopiecka-Piech K., <i>Mediatyzacja w ruchu, czyli kształtowanie się kultury medialnej mobilności</i>, Kultura i Historia 2013, nr 24.</p> <p>Kosińska O., <i>Algorytm nigdy nie mruga. Wpływ algorytmu zarządzającego YouTube na rzeczywistość społeczną</i>, Kultura Współczesna 2019, nr 1.</p> <p>Szpunar M., <i>Kultura cyfrowego narcyzmu</i>, Kraków 2016.</p> <p>Szpunar M., <i>Narcystyczna kultura. O kondycji człowieka ponowoczesnego w kulturze zdominowanej przez narcyzm</i>, Zarządzanie Mediami 2020, nr 3.</p> <p>Wądołowski W., <i>Instagramowy wizerunek białostockich instytucji kultury</i>, [w:] <i>Kultura w Polsce w XXI wieku: konteksty społeczne, kulturowe i medialne</i>, red. E. Dąbrowska-Prokopowska, P. Goryń, M.F. Zaniewieska, Białystok 2020.</p> <p>Wróblewski Ł., <i>Rola i znaczenie aktywności online użytkowników mediów społecznościowych w kształtowaniu wizerunku instytucji kultury</i>, Zarządzanie w Kulturze 2019, Vol. 20, nr 2.</p> |
|                                                                         | Adresy eZasobów                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| Przykładowe zagadnienia/<br>przykładowe pytania/<br>realizowane zadania | <p>Narracja mediów społecznościowych (profil a konstrukcja tożsamości, archiwizacja życia prywatnego, kultura cyfrowego narcyzmu) - analiza przypadku.</p> <p>Podmioty mediów społecznościowych (influencer, szafiarka, videoblogger, vlogger, petfluencer, youtuber) - analiza przypadku.</p> <p>Media społecznościowe jako narzędzie marketingowe i PR-owskie - analiza przypadku.</p> <p>Analiza przypadków (Facebook, Twitter, Instagram, YouTube, Tik Tok, Snapchat).</p> |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| Praktyki zawodowe<br>w ramach przedmiotu                                | Nie dotyczy                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |

Dokument wygenerowany elektronicznie. Nie wymaga pieczęci ani podpisu.