

1.	<b>Nazwa kierunku</b>	<b>kultury mediów</b> [Media Cultures]
2.	Wydział	Wydział Humanistyczny
3.	Cykl rozpoczęcia	2021/2022 (semestr zimowy)
4.	Poziom kształcenia	studia pierwszego stopnia
5.	Profil kształcenia	ogólnoakademicki
6.	Forma prowadzenia studiów	stacjonarna
7.	Kod ISCED	0314 (Socjologia i kulturoznawstwo)
8.	Związek kierunku studiów ze strategią rozwoju, w tym misją uczelni	<p>Kultury mediów to kierunek promujący te obszary i typy wiedzy o kulturach tradycyjnych i szeroko rozumianej kulturze współczesnej, które wskazują absolwentom drogi do aktywnego uczestnictwa w obecnych i przyszłych formacjach kulturowych, kształtowanych przez społeczeństwa informacyjne. Programy nauczania oferują słuchaczom studiów licencjackich i magisterskich wiedzę ogólnohumanistyczną, połączoną z umiejętnościami technologicznymi i z wiedzą specjalistyczną z zakresu medioznawstwa, zwłaszcza dotyczącego nowych mediów, i komunikowania przede wszystkim uwarunkowanego elektronicznymi środkami przekazu, czyli wiedzę, którą powszechnie uznaje się obecnie za podstawę postępu cywilizacyjnego. Oferta dydaktyczna umożliwia studentom udział w życiu naukowym, kulturalnym i artystycznym Uczelni, uwzględnia indywidualizowanie programów kształcenia i wspiera ich współpracę z krajowymi i zagranicznymi uczelniami oraz ośrodkami naukowo-badawczymi. Ucząc nowoczesnie i atrakcyjnie, kształtując twórcze i innowacyjne postawy, poczucie odpowiedzialności za kulturę regionu i kraju, otwierając edukację wyższą na najbliższe otoczenie, a także na globalizujący się świat, gwarantując jednocześnie wysoką jakość kształcenia, wypełniamy misję Uniwersytetu Śląskiego, zobowiązującą środowisko akademickie do przestrzegania najwyższych wartości, aktywnego udziału w życiu społecznym, powiększania dorobku Uczelni i dbałości o jej dobre imię. Wszystkie zadania realizujemy zgodnie ze strategią rozwoju Uniwersytetu Śląskiego, kładącą szczególny nacisk na wszechstronne przygotowanie absolwentów do podejmowania skutecznych decyzji i działań na coraz dynamiczniejszym, ściśle związanym z multimediami i nowymi kompetencjami komunikacyjnymi, rynku pracy.</p>
9.	Liczba semestrów	6
10.	Tytuł zawodowy	licencjat
11.	Specjalności	nowe media [New Media]
12.	Semestr od którego rozpoczyna się realizacja specjalności	1
13.	Procentowy udział dyscyplin naukowych lub artystycznych w kształceniu (ze wskazaniem dyscypliny wiodącej)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• [dyscyplina wiodąca] nauki o kulturze i religii (dziedzina nauk humanistycznych): 85%</li> <li>• nauki o sztuce (dziedzina nauk humanistycznych): 10%</li> <li>• nauki o komunikacji społecznej i mediach (dziedzina nauk społecznych): 5%</li> </ul>
14.	Procentowy udział liczby punktów ECTS dla każdej z dyscyplin naukowych lub artystycznych do których odnoszą się efekty uczenia się w łącznej liczbie punktów ECTS (ze wskazaniem dyscypliny wiodącej)	<p>nowe media:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• [dyscyplina wiodąca] nauki o kulturze i religii (dziedzina nauk humanistycznych): 85%</li> <li>• nauki o sztuce (dziedzina nauk humanistycznych): 10%</li> <li>• nauki o komunikacji społecznej i mediach (dziedzina nauk społecznych): 5%</li> </ul>
15.	Liczba punktów ECTS konieczna dla uzyskania kwalifikacji odpowiadających poziomowi studiów	180
16.	Procentowy udział liczby punktów	36%

	ECTS uzyskiwanych w ramach wybieranych przez studenta modułów kształcenia w łącznej liczbie punktów ECTS	
17.	Łączna liczba punktów ECTS, którą student musi uzyskać na zajęciach wymagających bezpośredniego udziału nauczycieli akademickich (lub innych osób prowadzących zajęcia) i studentów	180
18.	Liczba punktów ECTS, którą student musi uzyskać w ramach zajęć z dyscyplin w ramach dziedzin nauk humanistycznych lub nauk społecznych, nie mniejszą niż 5 punktów ECTS – w przypadku kierunków studiów przypisanych do dyscyplin w ramach dziedzin innych niż odpowiednio nauki humanistyczne lub nauki społeczne	7
19.	Warunki wymagane do ukończenia studiów z określoną specjalnością	Warunkiem uzyskania dyplomu jest realizacja planu studiów.
20.	Organizacja procesu uzyskania dyplomu	Proces dyplomowania na kierunku kultury mediów jest regulowany Zarządzeniem nr 16 Rektora Uniwersytetu Śląskiego w Katowicach z dnia 28 stycznia 2015 roku w sprawie wprowadzenia procedury składania i archiwizowania pisemnych prac dyplomowych oraz regulaminem dyplomowania na kierunkach kulturoznawstwo i kultury mediów uchwalonym przez Radę Dydaktyczną Kierunku: <a href="https://us.edu.pl/wydzial/wh/kierunki-studiow/kultury-mediow/seminaria-dyplomowe-i-proces-dyplomowania/proces-dyplomowania/">https://us.edu.pl/wydzial/wh/kierunki-studiow/kultury-mediow/seminaria-dyplomowe-i-proces-dyplomowania/proces-dyplomowania/</a> .
21.	Wymiar, zasady i forma odbywania praktyk zawodowych dla kierunku studiów o profilu praktycznym, a w przypadku kierunku studiów o profilu ogólnoakademickim – jeżeli program studiów na tych studiach przewiduje praktyki	Studia obejmują realizację praktyk w wymiarze 100 h. Sposób i wymiar odbywania praktyk określa Regulamin Praktyk Studenckich obowiązujący na Wydziale Filologicznym, wraz z właściwym dla kierunku aneksem: <a href="http://inksi.us.edu.pl/studia/praktyki">http://inksi.us.edu.pl/studia/praktyki</a> .
22.	Łączna liczba punktów ECTS, którą student musi uzyskać w ramach praktyk zawodowych na kierunku studiów o profilu praktycznym, a w przypadku kierunku studiów o profilu ogólnoakademickim – jeżeli program studiów na tych studiach przewiduje praktyki	3

23. Łączna liczba punktów ECTS, większa niż 50% ich ogólnej liczby, którą student musi uzyskać: <ul style="list-style-type: none"> <li>• na kierunku o profilu ogólnoakademickim w ramach modułów zajęć powiązanych z prowadzonymi badaniami naukowymi w dyscyplinach naukowych lub artystycznych związanych z tym kierunkiem studiów;</li> <li>• na kierunku o profilu praktycznym w ramach modułów zajęć kształtujących umiejętności praktyczne</li> </ul>	163
24. Ogólna charakterystyka kierunku	<p>Kultury mediów na Uniwersytecie Śląskim to interdyscyplinarny kierunek studiów, łączący elementy historii, teorię i praktykę kulturową z zakresem nowych mediów i komunikowania się za ich pośrednictwem oraz wiedzę o ścisłych związkach tej problematyki z technologią, tradycyjnymi sztukami i formami komunikowania, z antropologią kultury, estetyką, sztuką słowa i widowiskami masowymi. Podobnie jak nie istnieje jedna kultura albo technika, tak nie istnieje też wyłącznie jedna kultura mediów. Kultura w szerokim rozumieniu wyłania z siebie rozmaite porządki medialne (materiałowo-semiotyczne): piśmienność, audiowizualność tradycyjnego, analogowego typu (kino, telewizja), audiowizualność nowego, cyfrowego typu (tzw. nowe media), rzeczywistość wirtualna. Mamy więc do czynienia z repertuarem różnych kultur medialnych odnoszonych do wielości praktyk kulturowo-medialnych. Te zaś definiują się przez generacje rozmaitych aparatów stanowiących ich bazę technologiczną oraz wytwarzanych przez nie tekstów kulturowych.</p> <p>Kultury mediów obejmują zatem szeroki horyzont funkcjonowania mediów w ich rozlicznych uwikłaniach praktyk kulturowych: artystyczno-estetycznych, informacyjnych, pragmatyczno-użytkowych, edukacyjnych, zespalających w jedno aspekty techniczne z kulturowymi, prowokujących różne style odbioru (uczestnictwa) oraz wywołujących rozmaite skutki antropologiczne (na przykład konwergencja mediów, hybrydyzacja tekstów).</p> <p>Na studiach I stopnia student uczestniczy w zajęciach integrujących wiedzę w następujące bloki programowe:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. historia – obejmuje elementy historii społecznej i politycznej, historii nauk humanistycznych i historii różnych sztuk, które tworzą wiedzę propedeutyczną dla studiów nad multimedialnością i współczesnymi procesami komunikacyjnymi;</li> <li>2. teoria – obejmuje teorię kultury, szeroko pojętych mediów i zjawisk komunikacyjnych oraz teorię różnych sztuk;</li> <li>3. multimedialność – obejmuje wiedzę o formach, rodzajach i typologiach mediów elektronicznych i ich wykorzystywaniu (użytkowaniu) w pracy zawodowej, twórczości artystycznej, spędzaniu czasu wolnego i w życiu codziennym oraz o ich powiązaniach z innymi dziedzinami nauki, techniki, tendencjami kulturowymi i procesami pozakulturowymi;</li> <li>4. nowe kompetencje komunikacyjne – obejmują wiedzę o zachowaniach użytkowników nowych mediów w różnych sytuacjach życiowych i kontekstach kulturowych oraz o praktykach z zakresu tzw. kultury uczestnictwa;</li> <li>5. transformacje technologicznej codzienności (poszerzanie paradygmatów kultury) – obejmują wiedzę i praktyczne umiejętności z zakresu następujących sieci powiązań zjawisk kulturowych: technologia – komunikacja – konsumpcja, cyberkultura – praktyka twórcza – życie społeczne i gra – rytualizacja – nowa językowość.</li> </ol> <p>Dyscypliną wiodącą dla kierunku są nauki o kulturze i religii, a dyscyplinami dodatkowymi: nauki o sztuce oraz nauki o komunikacji społecznej i mediach.</p> <p>Absolwenci otrzymują rzetelne przygotowanie do pracy w instytucjach medialnych, kulturalnych i artystycznych, w przedsiębiorstwach twórczych i usługowych oraz w organizacjach pozarządowych, pracy wymagającej nie tylko wiedzy oraz umiejętności sprawnego i użytecznego wykorzystywania Internetu i innych multimediów, ale również zdolności twórczych i prowadzenia działalności innowacyjnej. Program studiów uwzględnia dostęp do nowych mediów i technologii komunikacyjnych, do najbardziej wartościowych i aktualnych badań naukowych i prac popularnonaukowych poświęconych tej tematyce oraz do warsztatów nowomiedialnych. Atrakcyjne zajęcia prowadzone</p>

		<p>są przez wysoko wyspecjalizowanych pracowników nauki, twórców sztuki i zawodowych użytkowników multimediów, w atmosferze, która sprzyja zarówno indywidualizacji procesu dydaktycznego, jak i kształtowaniu postaw społecznych oraz motywacji i umiejętności zawodowych.</p> <p>Studenci mogą rozwijać i poszerzać własne zainteresowania poprzez aktywną działalność w kołach naukowych. Poza standardowymi formami nauki i działania, takimi jak udział w warsztatach, zebraniach naukowych i konferencjach organizowanych przez inne uczelnie, mogą uczestniczyć w krajowych i zagranicznych studenckich programach badawczych i artystycznych.</p> <p>W czasie studiów obowiązuje odbycie praktyki zawodowej i zaliczenie jej w 6 semestrze.</p>
25.	Ogólna charakterystyka specjalności	<p>Specjalność Nowe Media powstała w odpowiedzi na radykalne zmiany, jakie zachodzą od połowy lat 80. XX wieku w kulturach narodowych i regionalnych, w kulturze globalnej oraz w życiu codziennym współczesnych ludzi, którzy stali się użytkownikami multimediów, będących wytworami wysokiej technologii. Integruje ona wiedzę z różnych obszarów kultury i techniki, oferuje wiedzę pograniczną, interdyscyplinarną i „otwartą”, jest rezultatem badań porównawczych i wielometodowych. Nie ma ona charakteru tradycyjnie encyklopedycznego, uwzględnia permanentną transformację samych mediów i procesów komunikacyjnych oraz zjawisk kulturowych, a także ich wpływ na wszystkie formy ludzkiej aktywności.</p> <p>Absolwent otrzymuje podstawową wiedzę o tradycyjnych mediach i sposobach komunikacji uwarunkowanych określonymi, stabilnymi modelami kultury. Natomiast staje się znawcą technologii cyfrowej, sposobów jej wykorzystywania i form uczestniczenia w procesach tworzenia, gromadzenia, przechowywania i przekazywania informacji. Poznaje również dokładnie procesy tworzenia i użytkowania gier w wykonywaniu pracy, spędzaniu czasu wolnego i wykonywania czynności codziennych i wyjątkowych za pośrednictwem mediów elektronicznych.</p> <p>Poznając najpierw podstawy filozofii techniki, historii współczesnej, teorii komunikowania, nauki o mediach i o sztukach widowiskowych oraz cyberkultury, uczy się później wartościować i stosować w praktyce działania interaktywne, oparte na technikach wirtualizacji, na komunikowaniu perswazyjnym, nowej retoryce i teoriach gier. Jednocześnie dokładnie poznaje przeobrażenia zachodzące pod wpływem wysokiej technologii na gruncie sztuk plastycznych, literatury, teatru, kina i telewizji oraz nowe zjawiska medialne i komunikacyjne, takie jak design, wideoart, nowe mity, rytualności i gatunki, praktyki performatywne, nowoczesny marketing, media społecznościowe i infotainment. Poznając bogaty i w zasadzie nieograniczony repertuar zasad korzystania z multimediów, student świadomie i celowo potrafi wykorzystać kompetencje nowomediacyjne w swoim życiu zawodowym i prywatnym.</p> <p>Nabyta w toku profesjonalnej, nowoczesnej i atrakcyjnej edukacji wiedza, kształtowana i modyfikowana równocześnie ze zmianami zachodzącymi w kulturze globalnej i w kulturach lokalnych, gwarantuje właściwe przygotowanie absolwenta do podejmowania pracy w działach instytucji i przedsiębiorstw zajmujących się współpracą z mediami, w radiu, telewizji i portalach internetowych, w mediach społecznościowych, w agencjach kampanii społecznych, reklamy, public relations i marketingu, w agencjach zajmujących się organizowaniem imprez masowych, w domach kultury, w doradztwie ds. użytkowania mediów i skutecznego komunikowania.</p>