

Kierunek i poziom studiów: teologia, jednolite magisterskie

Sylabus modułu: Moduł monograficzny (11-TS-13-MF)

Tytuł wykładu: MORALNA OCENA REKLAM MEDIALNYCH

1. Informacje ogólne

koordynator modułu	ks. prof. dr hab. Alojzy Drożdż
rok akademicki	2014/2015
semestr	letni
forma studiów	stacjonarne
sposób ustalania oceny końcowej modułu	Zaliczenie ustne
informacje dodatkowe	

2. Opis zajęć dydaktycznych i pracy studenta

nazwa	kod
wykład	
MF_fs_1	
prowadzący	Ks. prof. Alojzy Drożdż
treści zajęć	<p>W ramach zagadnień wprowadzających znajdują się sprawy metodologiczne związane z „moralnością medialną” (zarówno twórców, jak i odbiorców). Wykład ma dwie części.</p> <p>Pierwsza część obejmuje sprawy związane z dzisiejszymi „teoriami mediów” i ich funkcjonowania. Różne są funkcje mediów. Nie od dziś też wiadomo, że media nie są niczym innym, jak „środkami”. Ze swej natury niejako mogą pełnić albo funkcje powiększające wielorakie dobro, albo mogą być „czynnikami” destrukcyjnymi. Patrząc od strony pozytywnej trzeba powiedzieć, że skoro media pełnią – jak wszelkie ludzkie wynalazki – funkcje poszerzające dobro, promujące wartości, to tym samym mogą też pełnić wielorakie „wydobywanie” dobra spod wszelkich nawarstwień zła. Innymi słowy mówiąc to wydobywanie dobra może być nazwane procesem <i>communio et progressio</i>. Instrukcja <i>Aetatis novae</i> z 22. 02. 1992 roku, a więc dokładnie sprzed ponad dwudziestu lat, mówi, że „u podstaw instrukcji <i>Communio et progressio</i> leży wizja społecznego przekazu jako drogi do wspólnoty. W dokumencie tym czytamy mianowicie, że „komunikowanie, to coś więcej niż samo tylko przekazywanie idei czy wyrażanie uczuć, to przede wszystkim dawanie siebie z miłości. W tym sensie społeczny przekaz stanowi odzwierciedlenie kościelnej wspólnoty i może się przyczyniać do jej kształtowania. Przekazywanie prawdy może istotnie mieć moc odkupieńczą, pochodzącą od osoby Chrystusa”. Taki jest fundament teologiczny wydobywania dobra spod wszelkich nawarstwień zła.</p> <p>Druga część wykładu obejmuje charakterystykę „funkcji współczesnych” reklam medialnych. Należy też w wykładzie ukazać różnorodność moralnych wyzwań płynących z mediów (np. „seks w reklamie”, „pieniądze w reklamie”, „budzenie sztucznych potrzeb” itp.).</p> <p>Media są jak ludzie. Chociaż pełnią dziś wielorakie funkcje „pośredniczące”, to jednak ich oddziaływanie obejmuje różne odłogi człowieczeństwa. To człowiek – jako podmiot wielorako uczestniczący w polach oddziaływania mediów - jest tym</p>

	„żywym miejscem”, gdzie z całą mocą i wyrazistością uwidacznia się zasięg decyzji i czynów zarówno dobrych, jak i złych. Wydobywanie dobra spod nawarstwień zła odnosi nas w stronę poszanowania wolności i właściwego poznania rzeczywistości.
liczba godzin dydaktycznych (kontaktowych)	30
liczba godzin pracy własnej studenta	20
opis pracy własnej studenta	Konieczne jest dobre zapoznanie się: 1). Papieska Komisja do Spraw Środków Społecznego Przekazu Instrukcja <i>Communio et progressio</i> , (21.03.1971). 2). Papieska Rada ds. Środków Społecznego Przekazu, <i>Etyka w internecie</i> (22.02.2002)
literatura obowiązkowa	1. Benedykt XVI, Rola Internetu w formacji seminarystycznej. Przemówienie z okazji zgromadzenia plenarnego Kongregacji Edukacji Katolickiej, w: J. Kloch (red.), Internet i Kościół, Warszawa 2011, s. 95-98. 2. Benedykt XVI, Serwisy społecznościowe: portale prawdy i wiary; nowe przestrzenie dla ewangelizacji. Orędzie na 47. Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu, „L'Osservatore Romano” nr 3-4 (2013), s. 10-12. 3. Benedykt XVI, Szukanie prawdy, by się nią dzielić. Orędzie na 42. Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu, w: J. Kloch (red.), Internet i Kościół, Warszawa 2011, s.135-136. 4. Jan Paweł II, „Rozgłaszajcie to na dachach”: Ewangelia w epoce globalnej komunikacji. Orędzie na 35. Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu, w: J. Kloch (red.), Internet i Kościół, Warszawa 2011, s. 127-128. 5. Jan Paweł II, Dobra Nowina w świecie mediów. Przemówienie do uczestników zgromadzenia Plenarnego Papieskiej Rady ds. Środków Społecznego Przekazu, w: J. Kloch (red.), Internet i Kościół, Warszawa 2011, s. 65-68. 6. Jan Paweł II, Internet - nowe forum głoszenia Ewangelii. Orędzie na 36. Światowy Dzień Środków Społecznego, w: J. Kloch (red.), Internet i Kościół, Warszawa 2011, s.23-27. 7. Jan Paweł II, Kościół a kultura medialna. Przemówienie do uczestników zgromadzenia plenarnego Papieskiej Rady ds. Środków Społecznego Przekazu, w: J. Kloch (red.), Internet i Kościół, Warszawa 2011, s. 129-130. 8. Jan Paweł II, Misja Kościoła w erze komputerów. Orędzie na 24. Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu, w: J. Kloch (red.), Internet i Kościół, Warszawa 2011, s.17-21. 9. M. Drożdż, Osoba i media. Personalistyczny paradygmat etyki mediów, Biblos, Tranów 2005.
literatura uzupełniająca	1. S. Adrich, Uzależnienie od Internetu, „Pastores” nr 42 (1) 2009, s. 138-142. 2. A. Andrzejewska-Cioch, Portal „Opoka” o małżeństwie i rodzinie, w: Internet światem człowieka, M. Drożdż, J. Smoleń (red.), Kraków-Lublin-Kielce 2009, s. 69-72. 3. H.-F Angel, Computer im Pfarrbiuro, „Theologisch-praktische Quartalschrift” nr 143/3 (1995), s. 270-278.

	4. D. Arasa, Church Communications through Diocesan Websites. A Model of Analysis, Roma 2008.
adres strony www zajęć	
informacje dodatkowe	

3. Opis sposobów weryfikacji efektów kształcenia modułu

nazwa		kod
Zaliczenie ustne		MF_w_1
wymagania merytoryczne		
kryteria oceny	Obecność na wykładzie	
przebieg procesu weryfikacji	Rozmowa ustna na temat funkcjonowania „opinii publicznej”	
informacje dodatkowe		