

**SYLABUS**

DOTYCZY CYKLU KSZTAŁCENIA 2023-2026

(skrajne daty)

Rok akademicki 2023/2024

**1. PODSTAWOWE INFORMACJE O PRZEDMIOCIE**

Nazwa przedmiotu	Komunikacja językowa a media
Kod przedmiotu*	IC4/30/D
nazwa jednostki prowadzącej kierunek	Kolegium Nauk Humanistycznych/ Instytut Polonistyki i Dziennikarstwa
Nazwa jednostki realizującej przedmiot	Zakład Lingwistyki Kulturowej i Komunikacji Społecznej
Kierunek studiów	Filologia polska
Poziom studiów	studia pierwszego stopnia
Profil	ogólnoakademicki
Forma studiów	studia stacjonarne
Rok i semestr/y studiów	rok pierwszy, semestr pierwszy
Rodzaj przedmiotu	przedmiot do wyboru/fakultatywny
Język wykładowy	język polski
Koordinator	dr Grażyna Ewa Błachowicz-Wolny
Imię i nazwisko osoby prowadzącej / osób prowadzących	dr Grażyna Ewa Błachowicz-Wolny (autorka programu) dr hab. prof. UR Bożena Taras, dr hab. prof. UR Urszula Gajewska, dr hab. prof. UR Wioletta Kochmańska, dr hab. prof. UR Maria Krauz

\* -opcjonalnie, zgodnie z ustaleniami w Jednostce

**1.1. Formy zajęć dydaktycznych, wymiar godzin i punktów ECTS**

Semestr (nr)	Wykt.	Ćw.	Konw.	Lab.	Sem.	ZP	Prakt.	ZW – zaj. warszt.	Liczba pkt. ECTS
1			15						1

**1.2. Sposób realizacji zajęć**

Zajęcia realizowane w formie tradycyjnej

**1.3 Forma zaliczenia przedmiotu (z toku) (egzamin, zaliczenie z oceną, zaliczenie bez oceny)****2. WYMAGANIA WSTĘPNE**

Wiedza, umiejętności i kompetencje w zakresie kształcenia językowo-kulturowego i komunikacyjnego zgodne z wymogami obejmującymi program dotychczasowej edukacji studenta (program obowiązujący w szkole średniej).

UMIEJĘTNOŚĆ PRZEKAZYWANIA SWOJEJ WIEDZY, ZAINTERESOWANIE WSPÓŁCZESNYMI MEDIAMI.

**3. CELE, EFEKTY UCZENIA SIĘ, TREŚCI PROGRAMOWE I STOSOWANE METODY DYDAKTYCZNE**

### 3.1 Cele przedmiotu

C1	Kształcenie umiejętności posługiwania się językiem w komunikacji medialnej.
C2	Omówienie reguł, zasad redagowania wypowiedzi dziennikarskiej (język, kompozycja, rzetelność, etyka).
C3	Wskazanie na interakcyjność współczesnych środków komunikacji.

### 3.2 Efekty uczenia się dla przedmiotu

EK (efekt uczenia się)	Treść efektu uczenia się zdefiniowanego dla przedmiotu	Odniesienie do efektów kierunkowych <sup>1</sup>
EK_01	STUDENT/KA DEFINIUJE PODSTAWOWE POJĘCIA Z ZAKRESU KOMUNIKACJI JĘZYKOWEJ, KULTUROWEJ, MEDIALNEJ.	K_Wo2
EK_02	STUDENT /KA ZNA I WSKAZUJE ZALEŻNOŚCI, PODOBIENSTWA, RÓŻNICE MIĘDZY KOMUNIKACJĄ MÓWIONĄ I PISANĄ – W PRZETWORZENIU MEDIALNYM.	K_Wo6
EK_03	STUDENT/KA ROZPOZNAJE UCHYBIENIA NATURY JĘZYKOWEJ W ŚRODKACH MASOWEJ KOMUNIKACJI, TROSCZY SIĘ O ETYKĘ I KULTURĘ JĘZYKA WYPOWIEDZI.	K_Uo4, K_Uo8
EK_04	STUDENT/KA PODDAJE KRYTYCE RZETELNOŚĆ I POPRAWNOŚĆ INFORMACJI MEDIALNEJ.	K_Ko1
EK_05	STUDENT/KA ZACHOWUJE OTWARTOŚĆ I TOLERANCJĘ W WYRAŻANIU OPINII.	K_Ko3

### 3.3 Treści programowe

#### A. Problematyka wykładu

Treści merytoryczne
Nie dotyczy

#### B. Problematyka konwersatoriów

Treści merytoryczne
Język, tekst, kultura – o komunikacji międzyludzkiej, jej podstawach, środkach, rodzajach, składnikach i zewnętrznych uwarunkowaniach. Media – cechy i funkcje komunikowania. Środki i formy komunikowania
<ul style="list-style-type: none"><li>• Intencjonalność komunikowania</li><li>• Skuteczność komunikowania</li><li>• Perswazja i manipulacja</li><li>• Komunikowanie niewerbalne.</li></ul>

<sup>1</sup> W przypadku ścieżki kształcenia prowadzącej do uzyskania kwalifikacji nauczycielskich uwzględnić również efekty uczenia się ze standardów kształcenia przygotowującego do wykonywania zawodu nauczyciela.

Kultura języka i etyka komunikacji w mediach.  
 Zasady etyki dziennikarskiej – Kodeks Etyki dziennikarskiej.  
 Wybrane aspekty organizacji tekstu dziennikarskiego.  
 Zagadnienia i problemy komunikacji językowej w Internecie:  
 tekst w Internecie, agresja językowa, netykieta - zasady ogólne i szczegółowe.  
 Gatunki paratekstowe w komunikacji medialnej ( parateksty w prasie, radiu i telewizji).  
 Komunikacja w systemach e-learningowych.  
 Multimedialne sposoby wzbogacania publikacji.

### 3.4 Metody dydaktyczne

Np.:

*Wykład: wykład problemowy, wykład z prezentacją multimedialną, metody kształcenia na odległość*

*Ćwiczenia: analiza tekstów z dyskusją, metoda projektów(projekt badawczy, wdrożeniowy, praktyczny), praca w grupach (rozwiązywanie zadań, dyskusja), gry dydaktyczne, metody kształcenia na odległość*

*Laboratorium: wykonywanie doświadczeń, projektowanie doświadczeń*

Konwersatorium: analiza i interpretacja tekstów źródłowych, zebranych materiałów, praca w grupach, dyskusja, prezentacja multimedialna.

## 4. METODY I KRYTERIA OCENY

### 4.1 Sposoby weryfikacji efektów uczenia się

Symbol efektu	Metody oceny efektów uczenia się (np.: kolokwium, egzamin ustny, egzamin pisemny, projekt, sprawozdanie, obserwacja w trakcie zajęć)	Forma zajęć dydaktycznych (w, ćw, ...)
EK_01	BIEŻĄCA OCENA PRACY STUDENTA, OBSERWACJA W TRAKCIE ZAJĘĆ, OBECNOŚĆ I AKTYWNOŚĆ NA ZAJĘCIACH.	KONWERSATORIUM
EK_02-05	SAMODZIELNA PREZENTACJA (ZEBRANY I OPRACOWANY MATERIAŁ DO WYBORU PRZEZ STUDENTA, OBEJMUJĄCY ZAKRES MATERIAŁU NA ĆWICZENIACH).	KONWERSATORIUM

### 4.2 Warunki zaliczenia przedmiotu (kryteria oceniania)

OCENA ZALICZENIOWA TO OCENA ŁĄCZNA Z PRACY PISEMNEJ (50%)  
 ORAZ AKTYWNOŚCI I PRACY NA ZAJĘCIACH (50 %)

## 5. CAŁKOWITY NAKŁAD PRACY STUDENTA POTRZEBNY DO OSIĄGNIĘCIA ZAŁOŻONYCH EFEKTÓW W GODZINACH ORAZ PUNKTACH ECTS

Forma aktywności	Średnia liczba godzinna zrealizowanie aktywności
Godziny z harmonogramu studiów	15
Inne z udziałem nauczyciela akademickiego (udział w konsultacjach, egzaminie)	5
Godziny niekontaktowe – praca własna studenta	10

(przygotowanie do zajęć, egzaminu, napisanie referatu itp.)	
SUMA GODZIN	30
<b>SUMARYCZNA LICZBA PUNKTÓW ECTS</b>	<b>1</b>

\* Należy uwzględnić, że 1 pkt ECTS odpowiada 25-30 godzin całkowitego nakładu pracy studenta.

## 6. PRAKTYKI ZAWODOWE W RAMACH PRZEDMIOTU

wymiar godzinowy	nie dotyczy
zasady i formy odbywania praktyk	nie dotyczy

## 7. LITERATURA

### Literatura podstawowa:

Błachowicz E., *Plotka w modelu komunikacji językowej*, W: *Plotka w świetle teorii aktów mowy i zasad etyki komunikacji międzyludzkiej*, Wydawnictwo Uniwersytetu Rzeszowskiego, Rzeszów 2010.

Bralczyk J., Mosiołek-Kłosińska K. (red.), *Język w mediach masowych*, Upowszechnianie Nauki – Oświata „UN-O”, Warszawa 2000.

Horyń E., Skowronek B., Walecka-Rynduch A. (red.), *Język a media. Zjawiska komunikacyjne we współczesnych mediach*, Cllegium Columbinum, Kraków 2015.

Horyń E., Skowronek B., Walecka-Rynduch A. (red.), *Język a media. Zjawiska językowe we współczesnych mediach*, Cllegium Columbinum, Kraków 2016.

Kita. M., Loeve J.(red.), *Język w mediach. Antologia*, Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego, Katowice 2012.

Kita M., *Sprzedawanie prywatności w mediach*, Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego, Katowice 20016.

Loeve I., *Gatunki paratekstowe w komunikacji medialnej*, Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego, Katowice 2007.

Loeve I., *Dyskurs telewizyjny w świetle lingwistyki mediów*, Katowice 2018.

Pisarek W., *Język mediów czy język w mediach?* „Język Polski” 2016/2, s. 5-10.

Pisarek W.(red), *Słownik terminologii medialnej*, Kraków 2006.

Podracki J., *Potoczne elementy językowe w polszczyźnie radia i telewizji*, Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego, Katowice 2016.

Puzynina J.(red.), *Etyka komunikacji międzyludzkiej*, Wydawnictwo Naukowe Semper, Warszawa 1993.

### Literatura uzupełniająca:

Błachowicz E., *Plotka albo „poczta pantoflowa” jako ulubiona forma komunikacji międzyludzkiej*, „Poradnik Językowy”, 1995, z. 2, s.36-41.

Błachowicz E., *Wirtualny doradca zdrowotny, suplement diety, reklama i odbiorca, czyli język portali promujących zdrowie w Internecie* [w:] „Słowo”. *Studia językoznawcze*, red. K. Ożóg, Rzeszów 2019, s.7-24.

Bralczyk J., *Język na sprzedaż*, Business Press, Warszawa 1999.

Garpiel R., Leszczyńska K., *Sztuka perswazji. Socjologiczne, psychologiczne i lingwistyczne aspekty komunikowania perswazyjnego*, Zakład Wydawniczy „Nomos”, Kraków 2004.

Gustowski W., *Komunikacja w mediach społecznościowych*, Novae Res, Warszawa 2012.

Kaszewski K., *Język dyskusji radiowej*, Semper, Warszawa 2006.

Lisowska-Magdżiarz M., *Media powszednie. Środki komunikowania masowego i szerokie paradygmaty medialne w życiu codziennym Polaków u progu XXI wieku*, Wydawnictwo UJ, Kraków 2008.

Maciejak K., *YouTube w edukacji. Strategie nadawcze wideoblogerów*, PWN, Kraków 2018.

Michalewski K. (red.), *Tekst w mediach*, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź 2002.

Podracki J., Wolańska E. (red.), *Język w mediach elektronicznych*, Warszawa 2008.

Skarżyńska M., *Język reportażu telewizyjnego*, Semper, Warszawa 2011.

Wrycza-Bekier J., *Webwriting. Profesjonalne tworzenie tekstów dla Internetu*, Helion, Gliwice 2000.

Akceptacja Kierownika Jednostki lub osoby upoważnionej