

SYLABUS

DOTYCZY CYKLU KSZTAŁCENIA 2022-2025

(skrajne daty)

Rok akademicki 2022/2023

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) | Wykł. | Ćw. | Konw. | Lab. | Sem. | ZP | Prakt. | Inne (jakie?) | Liczba pkt. ECTS |
|--------------|-------|-----|-------|------|------|----|--------|---------------|------------------|
| 1 | | | 15 | | | | | | 1 |

1.2. Sposób realizacji zajęć

X zajęcia w formie tradycyjnej

X zajęcia realizowane z wykorzystaniem metod i technik kształcenia na odległość

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).

UMIĘJĘTNOŚĆ 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 ¹ |
|------------------------|---|--|
| 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, TROSZCZY 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 ćwiczeń audytoryjnych, konwersatoryjnych, laboratoryjnych, zajęć praktycznych

| |
|--|
| 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 • Intencjonalność komunikowania • Skuteczność komunikowania |

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

- Perswazja i manipulacja
 - Komunikowanie niewerbalne.
- 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 kontaktowe wynikające z harmonogramu studiów | 15 |
| Inne z udziałem nauczyciela akademickiego (udział w konsultacjach, egzaminie) | 5 |

| | |
|--|----------|
| Godziny niekontaktowe – praca własna studenta (przygotowanie do zajęć, egzaminu, napisanie referatu itp.) | 10 |
| SUMA GODZIN | 30 |
| SUMARYCZNA LICZBA PUNKTÓW ECTS | 1 |

* 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

| |
|--|
| <p>Literatura podstawowa:</p> <p>Błachowicz E., <i>Plotka w modelu komunikacji językowej</i>, W: <i>Plotka w świetle teorii aktów mowy i zasad etyki komunikacji międzyludzkiej</i>, Wydawnictwo Uniwersytetu Rzeszowskiego, Rzeszów 2010.</p> <p>Bralczyk J., Mosiołek-Kłosińska K. (red.), <i>Język w mediach masowych</i>, Upowszechnianie Nauki – Oświata „UN-O”, Warszawa 2000.</p> <p>Horyń E., Skowronek B., Walecka-Rynduch A. (red.), <i>Język a media. Zjawiska komunikacyjne we współczesnych mediach</i>, Cllegium Columbinum, Kraków 2015.</p> <p>Horyń E., Skowronek B., Walecka-Rynduch A. (red.), <i>Język a media. Zjawiska językowe we współczesnych mediach</i>, Cllegium Columbinum, Kraków 2016.</p> <p>Kita. M., Loeve J.(red.), <i>Język w mediach. Antologia</i>, Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego, Katowice 2012.</p> <p>Kita M., <i>Sprzedawanie prywatności w mediach</i>, Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego, Katowice 20016.</p> <p>Loeve I., <i>Gatunki paratekstowe w komunikacji medialnej</i>, Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego, Katowice 2007.</p> <p>Loeve I., <i>Dyskurs telewizyjny w świetle lingwistyki mediów</i>, Katowice 2018.</p> <p>Pisarek W., <i>Język mediów czy język w mediach?</i> „Język Polski” 2016/2, s. 5-10.</p> <p>Pisarek W.(red.), <i>Słownik terminologii medialnej</i>, Kraków 2006.</p> <p>Podracki J., <i>Potoczne elementy językowe w polszczyźnie radia i telewizji</i>, Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego, Katowice 2016.</p> <p>Puzynina J.(red.), <i>Etyka komunikacji międzyludzkiej</i>, Wydawnictwo Naukowe Semper, Warszawa 1993.</p> |
|--|

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-Magdziarz 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