

SYLABUS

DOTYCZY CYKLU KSZTAŁCENIA 2024-2027

(skrajne daty)

Rok akademicki 2024/2025

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.	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).

UMIĘTNOŚĆ 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_W02
EK_02	STUDENT /KA ZNA I WSKAZUJE ZALEŻNOŚCI, PODOBIENSTWA, RÓŻNICE MIĘDZY KOMUNIKACJĄ MÓWIONĄ I PISANĄ – W PRZETWORZENIU MEDIALNYM.	K_W06
EK_03	STUDENT/KA ROZPOZNAJE UCHYBIENIA NATURY JĘZYKOWEJ W ŚRODKACH MASOWEJ KOMUNIKACJI, TROSCZY SIĘ O ETYKĘ I KULTURĘ JĘZYKA WYPOWIEDZI.	K_U04, K_U08
EK_04	STUDENT/KA PODDAJE KRYTYCE RZETELNOŚĆ I POPRAWNOŚĆ INFORMACJI MEDIALNEJ.	K_K01
EK_05	STUDENT/KA ZACHOWUJE OTWARTOŚĆ I TOLERANCJĘ W WYRAŻANIU OPINII.	K_K03

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">• Intencjonalność komunikowania• Skuteczność komunikowania• Perswazja i manipulacja• Komunikowanie niewerbalne.

¹ 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 (<u>udział w konsultacjach</u> , egzaminie)	5
Godziny niekontaktowe – praca własna studenta	10

(przygotowanie do zajęć, egzaminu, napisanie referatu itp.)	
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

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-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