Załącznik nr 1.5 do Zarządzenia Rektora UR nr7/2023

SYLABUS

DOTYCZY CYKLU KSZTAŁCENIA *2024- 2027 (skrajne daty)*

Rok akademicki 2025/2026

1. PODSTAWOWE INFORMACJE O PRZEDMIOCIE

Nazwa przedmiotu	**Techniki perswazji z elementami autoprezentacji**
Kod przedmiotu*	IIIB8
Nazwa jednostki prowadzącej kierunek	Kolegium Nauk Humanistycznych
Nazwa jednostki realizującej przedmiot	Instytut Polonistyki i Dziennikarstwa
Kierunek studiów	Dziennikarstwo i komunikacja społeczna
Poziom studiów	Studia pierwszego stopnia
Profil	Ogólnoakademicki
Forma studiów	Stacjonarne
Rok i semestr/y studiów	Rok II rok, sem. 4
Rodzaj przedmiotu	specjalnościowy
Język wykładowy	Polski
Koordynator	dr hab. prof. UR Robert Słabczyński (członek Zespołu Programowego kierunku studiów DiKS)
Imię i nazwisko osoby prowadzącej / osób prowadzących	Pracownicy zakładów językoznawczych w IPiD

***** *-opcjonalnie,zgodnie z ustaleniami w Jednostce*

1.1.Formy zajęć dydaktycznych, wymiar godzin i punktów ECTS

Semestr (nr)	Wykł.	Ćw.warszt.	Konw.	Lab.	Sem.	ZP	Prakt.	Inne (jakie?)	**Liczba pkt. ECTS**
4		30							3

1.2. Sposób realizacji zajęć

x w formie tradycyjnej

zajęcia realizowane z wykorzystaniem metod i technik kształcenia na odległość (zajęcia prowadzone są w formie zdalnej, jeśli wynika to z aktualnie obowiązujących przepisów).

1.3 Forma zaliczenia przedmiotu (z toku) (egzamin, zaliczenie z oceną, zaliczenie bez oceny)

Zaliczenie z oceną

2.WYMAGANIA WSTĘPNE

Znajomość zagadnień z komunikacji językowej, retoryki, stylistyki języka polskiego, kultury języka

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

3.1 Cele przedmiotu

C1	Poznanie typów perswazji zależnych od celu perswazyjnego i omówienie podstawowych mechanizmów perswazji oraz wskazanie różnic między perswazją i manipulacją.
C2	Omówienie językowych środków retorycznych i stylistycznych (wyrazów i połączeń wyrazów) służących przekonaniu kogoś do czegoś.
C3	Kształcenie umiejętności prowadzenia debat i przygotowywania tekstów o funkcji perswazyjnej.

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 ma wiedzę z zakresu języka polskiego, zna typy oraz techniki perswazji zależne od celu perswazyjnego. Rozpoznaje środki językowe i niejęzykowe służące sztuce przekonywania i namawiania – zna środki stylistyczne i retoryczne.	W_K03, W_K07, W_K08
EK_02	Rozwija umiejętność kreatywnego myślenia, tworząc teksty, w których dominuje funkcja perswazyjna (reklama, ulotka wyborcza, przemówienie, grzecznościowe akty mowy: komplement, chwalenie się itp.). Potrafi brać udział w debacie i wygłaszać różne opinie i stanowiska. Poddaje krytyce teksty o funkcji manipulacyjnej. Analizuje mechanizmy manipulacji i metody jej demaskowania.	K_U06
EK_03	Dzięki znajomości technik perswazyjnych i manipulacyjnych wykazuje odpowiedzialność za wypowiedziane sądy. Wypracowuje metody osiągania własnego celu. Poznanie metod perswazyjnych i manipulacyjnych służy obronie przed manipulacją.	K_K03

3.3Treści programowe

A. Problematyka wykładu

Treści merytoryczne
-

B. Problematyka ćwiczeń audytoryjnych, konwersatoryjnych, laboratoryjnych, zajęć praktycznych

Treści merytoryczne

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

1. Pojęcie perswazji. Sześć podstawowych mechanizmów perswazji. Analiza tekstów (wypowiedzeń), w których funkcja perswazyjna jest prymarna.
2. Perswazja a manipulacja i propaganda. Perswazja przekonująca, nakłaniająca, pobudzająca. Manipulacja w języku propagandy politycznej (nowomowa) i w prasie dzisiejszej. Analiza tekstów prasowych – wskazywanie środków perswazyjnych.
3. Systemowe środki perswazji. Środki leksykalne i pozaleksykalne (morfologiczne: fleksyjne i słowotwórcze oraz składniowe – perswazyjna funkcja różnych struktur składniowych)
4. Fonetyczne, fleksyjne, słowotwórcze i składniowe środki perswazji w tytułach prasowych.
5. Językowe wykładniki perswazji w tekście reklamy. Cechy sloganu – perswazyjne gry językowe w sloganach reklamowych.
6. Język kampanii wyborczej. Pojęcie sloganu wyborczego Hasła wyborcze i wartościowanie kandydatów. Przygotowanie 1 ulotki wyborczej.
7. Techniki ingracjacji. Chwalenie i chwalenie się jako perswazyjne akty mowy.
8. Językowe środki perswazji w mowach okolicznościowych i przemówieniach. Językowe środki perswazyjne w debatach publicznych. Przygotowanie mowy stosownie do tematu, miejsca i audytorium oraz odpowiednie jej wygłoszenie.
9. Komplement jako sposób komunikowania się i wywierania wpływu. Pochlebstwo, czyli manipulacyjna odmiana aktu komplementującego. Formuły komplementowania oraz zachowania gestualne.
10. Grzeczność językowa. Grzecznościowe akty mowy (formuły powitań, pożegnań, przedstawianie się, gratulacje).
11. Dowcip językowy jako element pozyskiwania przychylności słuchacza. Analiza językowych środków humoru.
12. Czym jest wizerunek? Sztuka autoprezentacji.
13. Prezentacje prac studentów – mowa okolicznościowa, ulotka wyborcza, autoprezentacja (do wyboru). Ocena przygotowanych prezentacji.

3.4 Metody dydaktyczne

Np.:
Analiza tekstów z dyskusją,elementy wykładu z prezentacją multimedialną, praca w grupach, referaty, dyskusja – omawianie i interpretacja kolejnych zagadnień programowych, zajęcia praktyczne – redagowanie tekstu perswazyjnego (na wybrany temat)

4. METODY I KRYTERIA OCENY

bieżąca – aktywność na zajęciach: znajomość literatury przedmiotu, analiza i interpretacja tekstów, przygotowanie prezentacji

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	SPRAWOZDANIE, OBSERWACJA W TRAKCIE ZAJĘĆ	ĆW
EK_ 02	OBSERWACJA W TRAKCIE ZAJĘĆ, PRACA PISEMNA	ĆW
EK_03	PROJEKT	ĆW

4.2 Warunki zaliczenia przedmiotu (kryteria oceniania)

1. Znajomość literatury przedmiotu – dyskusja na zajęciach.
2. Interpretacja i analiza tekstów ustnych i pisemnych o funkcji perswazyjnej.

3. Przygotowanie projektu i jego ocena.

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

Forma aktywności	Średnia liczba godzinna zrealizowanie aktywności
Godziny kontaktowewynikające z harmonogramustudiów	30
Inne z udziałem nauczyciela akademickiego (udział w konsultacjach, egzaminie)	5
Godziny niekontaktowe – praca własna studenta(przygotowanie do zajęć, egzaminu, napisanie referatu, przygotowanie prezentacji, itp.)	40
SUMA GODZIN	75 godz.
SUMARYCZNA LICZBA PUNKTÓW ECTS	3 punkty

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

6. PRAKTYKI ZAWODOWE W RAMACH PRZEDMIOTU

wymiar godzinowy	-
zasady i formy odbywania praktyk	-

7. LITERATURA

Literatura podstawowa:

- A. Awdiejew, *Systemowe środki perswazji*, w: *Manipulacja w języku*, red. P. Krzyżanowski, P. Nowak, Lublin2004.
- J. Bralczyk, *Język na sprzedaż*, Warszawa 1998.
- R. Cialdini, *Wywieranie wpływu na ludzi. Teoria i praktyka*, Gdańsk 1996; wydanie II rozszerzone i uzupełnione Gdańsk 2011.
- B. Drabik, *Komplement i komplementowanie jako akt mowy i komunikacyjna strategia*, Kraków 2004.
- D. Galasiński, *Chwalenie się jako perswazyjny akt mowy*, Kraków 1992.
Język perswazji publicznej, red. K. Mosiołek-Kłosińska, T. Zgółka, Poznań 2003.
- A. Kampka, *Perswazja w języku polityki*, Warszawa 2009.
- I. Kamińska-Szmaj, *Propaganda, perswazja, manipulacja – próba uporządkowania pojęć*, w: *Manipulacja w języku*, red. P. Krzyżanowski, P. Nowak, Lublin 2004.
- M. Kochan, *Slogany w reklamie i polityce*, Warszawa 2002.
- M. Marcjanik, *Polska grzeczność językowa*, Kielce 2002.
- *Mechanizmy perswazji i manipulacji*, red. G. Habrajska, A. Obrębska, Łódź 2007.
- J. Smól, *Wykorzystanie środków leksykalnych w celach perswazyjnych w prasie*, „Język Polski", 2000, z. 3-4, s. 233 – 244.

- K. Stasiuk, *Modele perswazji*, w: *Pomiędzy wpływem społecznym i manipulacją. Typowe i nietypowe przejawy*, red. G. E. Kwiatkowska, Lublin 2008.

Literatura uzupełniająca:

- G. Białopiotrowicz, *Kreowanie wizerunku w biznesie i polityce*, Warszawa 2009.
- J. Bralczyk, *O języku polskiej propagandy politycznej lat siedemdziesiątych*, Warszawa 2001.
- A. Grybosiowa, *O dystansie, szacunku i tolerancji w mediach*, w: *Język w mediach masowych*, red. J. Bralczyk, K. Mosiołek-Kłosińska, Warszawa 2000.
- E. Jędrzejko, *Urok językowej kurtuazji – czyli o przyjemności komplementowania dawniej i dziś*, „Postscriptum" 2–3 (42–43), s. 70-81.
- M. Korolko, *Sztuka retoryki. Przewodnik encyklopedyczny*, Warszawa 1998
- G. E. Kwiatkowska, *Zasada poprawności politycznej – technika manipulacji czy wpływ społeczny?* w: *Pomiędzy wpływem społecznym i manipulacją. Typowe i nietypowe przejawy*, red. G. E. Kwiatkowska, Lublin 2008.
- M. Leary, *Wywieranie wrażenia na innych. O sztuce autoprezentacji*, Gdańsk1999.
- P. Lewiński, *Retoryka w reklamie*, Warszawa 1999 [rozdział: *Teoretyczne podstawy perswazji*, s. 43-61]
- T. Łysakowski, *Wpływowe osoby. Gramatyka i perswazja*, Warszawa 2005.
- . Nęcki, *Negocjacje w biznesie*, Kraków 1996.
- . Olszewska-Kondratowicz, *Obraz własnej osoby jako mechanizm regulujący rodzaj stosowanych przez człowieka technik ingracjacji*, „Psychologia Wychowawcza" 1, 1975, s. 48–59.
- M. Tokarz, *Argumentacja – perswazja – manipulacja*, Gdańsk 2006.
- M. Karwat, *Głos w dyskusji na temat perswazji w tekstach politycznych*, w: *Język perswazji publicznej*, red. K. Mosiołek-Kłosińska, T. Zgółka, Poznań 2003.
- J. Świątek, *Informacja a perswazja w tekście reklamowym*, w: *Język trzeciego tysiąclecia II*, red. G. Szpila, Kraków 2002.

Akceptacja Kierownika Jednostki lub osoby upoważnionej