Załącznik nr 4 do Zarządzenia Nr RD/Z.0201-……..…………..

# KARTA KURSU

|  |  |
| --- | --- |
| Nazwa | Współczesny język mediów |
| Nazwa w j. ang. | Contemporary media language |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Koordynator | prof. dr hab. Grażyna Wrona | Zespół dydaktyczny |
| Katedra Wiedzy o Mediach |
| Punktacja ECTS\* | 1 |

## Opis kursu (cele kształcenia)

|  |
| --- |
| Podstawowym celem kursu jest szukanie odpowiedzi na pytania: 1 - w jakim zakresie rozwój mediów i nowych sfer komunikowania się wpłynął na zmiany w zasobie leksykalnym polszczyzny ostatnich lat?2 - jakie obszary leksykalne są obecnie właściwe dla określonej grupy mediów (prasa, radio, telewizja, Internet, reklama)?3 - jakie, w związku z tym możemy zaobserwować zmiany językowych zachowań? 4 - czy w związku z owymi przeobrażeniami możemy mówić o powstaniu nowego języka, a szczególnie języka w Internecie? Celem kursu jest również kształtowanie umiejętności interpretowania i oceny badanych w przekazie medialnym zjawisk językowych, student potrafi je porównać oraz krytycznie ocenić. |

## Warunki wstępne

|  |  |
| --- | --- |
| Wiedza | Ogólna wiedza z zakresu komunikacji społecznej i medialnej, współczesnego rynku mediów. |
| Umiejętności | Krytyczna analiza tekstu, umiejętność rozumienia procesów komunikacyjnych. |
| Kursy |  |

## Efekty uczenia się

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Wiedza | Efekt kształcenia dla kursu | Odniesienie do efektów kierunkowych |
| W01. Posiada podstawową wiedzę na temat komunikacji w wymiarze językowym jako istotnego elementu procesów kulturowym, zarówno w skali globalnej, jak i narodowej. | K2\_W01 |
| W02. Zna istotę i główne źródła zachodzących przeobrażeń w sferze języka mediów pod wpływem postępu technologicznego | K2\_W01 |
| W03. |  |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Umiejętności | Efekt kształcenia dla kursu | Odniesienie do efektów kierunkowych |
| U01. Potrafi zastosować w działalności zawodowej zasady prawne zgodne z Ustawą o języku polskim | K2\_U01 |
| U02. Zdobywa kompetencje komunikacyjne poprzez umiejętność rozróżniania języka charakterystycznego dla określonej grupy mediów. | K2\_U02, K2\_U05 |
| U03. |  |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Kompetencje społeczne | Efekt kształcenia dla kursu | Odniesienie do efektów kierunkowych |
| K01. Jest otwarty na nowości technologiczne i przeobrażenia w sferze języka, a także świadomy zagrożeń wynikających z tych zmian | K2\_K03 |
| K02. Wykazuje aktywność w rozwiązywaniu zadań, potrafi współpracować w grupie | K2\_K01 |
| K03. |  |

|  |
| --- |
| Organizacja |
| Forma zajęć | Wykład(W) | Ćwiczenia w grupach |
| A | K | L | S | P | E |
| Liczba godzin |  | 15 |  |  |  |  |  |

## Opis metod prowadzenia zajęć

|  |
| --- |
| Studenci zobowiązani są nie tylko do zapoznania się ze wskazaną lekturą, ale też przygotować prezentację multimedialną na wybrany przez siebie temat. Dodatkową formą prowadzenia zajęć będą inscenizowane debaty dotyczące specyfiki polszczyzny medialnej i manipulacji w komunikacji językowej. |

## Formy sprawdzania efektów uczenia się

|  |  |
| --- | --- |
| Efekt kierunkowy | Formy sprawdzania |
| W01 | Projekt grupowy, Inne |
| W02 | Projekt grupowy |
| W03 |  |
| U01 | Projekt grupowy |
| U02 | Projekt grupowy |
| U03 |  |
| K01 | Projekt grupowy |
| K02 | Projekt grupowy |
| K03 |  |

|  |  |
| --- | --- |
| Sposób zaliczenia | Zaliczenie |

|  |  |
| --- | --- |
| Kryteria oceny | 1. Przygotowanie projektu grupowego. |

## Treści merytoryczne (wykaz tematów)

|  |
| --- |
| **Wykład**nd. |

|  |
| --- |
| **Ćwiczenia**1. Język jako narzędzie komunikacji oraz narzędzie poznania świata. Komunikacja językowa w mediach. Specyfika polszczyzny medialnej z uwzględnieniem rodzaju mediów. Podstawy prawne funkcjonowania języka polskiego w mediach.2. Współczesna polszczyzna w przekazie prasowym. Język podstawowych gatunków prasowych. Stylistyka tytułów, nadtytułów, poetyka pierwszych stron. Słowa sztandarowe. 3. Język programów radiowych i telewizyjnych. Tekst w radiowej i telewizyjnej debacie politycznej. Dialog – konieczność czy medialna moda?4. Język w komunikacji sieciowej. Wpływ Internetu na zmianę w zasobie leksykalnym polszczyzny. Językowa charakterystyka wybranych tekstów w portalach i dyskusjach internetowych.5. Język reklamy, analiza budowy i słownictwa sloganów reklamowych. Gry językowe w reklamie. 6. Etyka komunikatu i etyka języka. Manipulacje w komunikacji językowej. Etykieta językowa w tekstach medialnych. |

## Wykaz literatury podstawowej

|  |
| --- |
| • Boniecka B., Panasiuk J.: O języku audycji radiowych. Lublin 2001, • Boniecka B. Językowe świadectwa zażyłości i familiarności na antenie radiowej i telewizyjne. W: Język w mediach. Antologia, red. M. Kita, I. Loewe. Katowice 2012,• Bralczyk J.: Język na sprzedaż. Warszawa 1999, • Data K.: Wpływ komunikacji sieciowej na współczesną polszczyznę. W: Tekst (w) sieci: tekst, język, gatunki, pod red. D. Unickiej. Warszawa 2009,• Dybalska R., Kępa-Figura D., Nowak P.: Przemoc w języku mediów? Analiza semantyczna i pragmatyczna. Lublin 2004, • Gajda S. Media - stylowy tygiel współczesnej polszczyzny. W: Język w mediach. Antologia, red. M.Kita, I. Loewe. Katowice 2012,• Grzenia J.: Komunikacja językowa w Internecie. Warszawa 2007, • Język a kultura. T.6.Polska etykieta językowa, red. J. Anusiewicz, M. Marcjanik. Wrocław 1991,• Język a media. Perspektywy i zagrożenia języka we współczesnych mediach, red. E. Horyń, B. Skowronek, A. Walecka-Rynduch. Kraków 2020, • Język w mediach. Antologia, red. M. Kita, I. Loewe. Katowice 2012,• Język w mediach masowych, red. J. Bralczyk, K. Mosiołek – Kłosińska. Warszawa 2012, • Kajtoch W.: Językowe obrazy świata i człowieka w prasie młodzieżowej i alternatywnej. Kraków 2008,• Kamińska-Szmaj I.: Słownictwo charakterystyczne dla tekstów reklamy. „Poradnik Językowy” 1998, nr 6, • Kita M.: Czy istnieje medialna odmiana językowa. W: Transdyscyplinarność badań nad komunikacją medialną. T.1 Stań badań i postulaty badawcze, pod red. M. Kity, M. Sławskiej. Katowice 2012,• Kita M.: Medialna moda na dialog. W: Dialog a nowe media, red. M. Kita. Katowice 2004,• Kołodziej J.: Reklama gra słowem. „Zeszyty Prasoznawcze” 1993, z.3/4, • Loewe I.: Gatunki pratekstowe w komunikacji medialnej. Katowice 2007,• Pisarek W.: O mediach i języku. Kraków 2007.• Śmid Wacław.: Język reklamy w komunikacji medialnej. Warszawa 2010. |

## Wykaz literatury uzupełniającej

|  |
| --- |
| -- |

## Bilans godzinowy zgodny z CNPS (Całkowity Nakład Pracy Studenta)

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Liczba godzin w kontakcie z prowadzącymi | Wykład | 0 |
| Konwersatorium (ćwiczenia, laboratorium itd.) | 15 |
| Pozostałe godziny kontaktu studenta z prowadzącym | 5 |
| Liczba godzin pracy studenta bez kontaktu z prowadzącymi | Lektura w ramach przygotowania do zajęć | 0 |
| Przygotowanie krótkiej pracy pisemnej lub referatu po zapoznaniu się z niezbędną literaturą przedmiotu | 0 |
| Przygotowanie projektu lub prezentacji na podany temat (praca w grupie) | 10 |
| Przygotowanie do egzaminu/zaliczenia | 0 |
| Ogółem bilans czasu pracy | 30 |
| Liczba punktów ECTS w zależności od przyjętego przelicznika | 1 |