

PdW II: Komunikacja polityczna dawniej i dziś - opis przedmiotu

Informacje ogólne	
Nazwa przedmiotu	PdW II: Komunikacja polityczna dawniej i dziś
Kod przedmiotu	15.0-WH-DiksD-KP-S17
Wydział	Wydział Humanistyczny
Kierunek	Dziennikarstwo i komunikacja społeczna
Profil	ogólnoakademicki
Rodzaj studiów	drugiego stopnia z tyt. magistra
Semestr rozpoczęcia	semestr zimowy 2018/2019

Informacje o przedmiocie	
Semestr	1
Liczba punktów ECTS do zdobycia	2
Typ przedmiotu	obieralny
Język nauczania	polski
Sylabus opracował	dr hab. Magdalena Hawrysz, prof. UZ

Formy zajęć					
Forma zajęć	Liczba godzin w semestrze (stacjonarne)	Liczba godzin w tygodniu (stacjonarne)	Liczba godzin w semestrze (niestacjonarne)	Liczba godzin w tygodniu (niestacjonarne)	Forma zaliczenia
Ćwiczenia	30	2	-	-	Zaliczenie na ocenę

Cel przedmiotu

Celem przedmiotu jest zapoznanie z procesami kształtowania się, rozwoju i funkcjonowania komunikacji politycznej rozumianej jako proces kreowania, przekazywania i odbierania treści politycznych. Główny nacisk zostanie położony na diagnozę celów komunikacji politycznej, analizę językowych właściwości tekstów politycznych, identyfikację komunikacyjnych strategii, rekonstrukcję zdeterminowanych ideologicznie wizji świata, dotarcie do politycznej wyobraźni. Obserwacja różnorodnych komunikatów politycznych (debat, polemik, expose, haseł wyborczych, nazwy komitetów wyborczych itd.) pozwoli też scharakteryzować polityczną aksjologię i językowe sposoby jej komunikowania. Wykorzystanie tekstów dawnych i współczesnych pozwoli określić, w jakim stopniu dzisiejsza komunikacja polityczna korzysta z wcześniej wypracowanych wzorców.

Wymagania wstępne

brak

Zakres tematyczny

1. Uczestnicy procesu komunikacji politycznej.
2. Środki komunikowania politycznego i ich komunikacyjna specyfika (wydawnictwa ideowo-polityczne, twórczość artystyczna, media masowe). Wpływ komunikacji masowej na kształtowanie komunikacji politycznej.
3. Rodzaje komunikatów politycznych (np.: exposé, debata, polemika, wywiad, talk-show, hasło wyborcze, nazwy komitetów wyborczych, słowa sztandarowe, reklama, sprostowanie, blog polityczny, konferencja prasowa).
4. Typy i funkcje środków stylistycznych, erystycznych oraz technik marketingu politycznego w komunikacji politycznej (m.in.: metafory, porównania, procesy nominacyjne, ironia, pochwała, krytyka, wykorzystanie stereotypów, etykiety, afirmatywność, sloganowość, tabloidyzacja, audiowizualizacja, *argumentum ad personam*, *ad hominem*, *ad verecundiam*, *ad auditores*, ironiczna niekompetencja).
5. Konciliacyjna i abominacyjna strategia komunikacji politycznej, czyli kreowanie autoportretu oraz wizerunku przeciwnika politycznego.

Metody kształcenia

Wykład konwersatoryjny z wykorzystaniem prezentacji multimedialnej i materiałów audio-wideo, heureka, praca z tekstem.

Efekty uczenia się i metody weryfikacji osiągnięcia efektów uczenia się

Opis efektu	Symbol e efektów	Metody weryfikacji	Forma zajęć
posiada umiejętność wykorzystania zdobytej wiedzy rozszerzoną o krytyczną analizę skuteczności i przydatności jej stosowania w zakresie komunikowania politycznego	• KD2_U05	• obserwacja i ocena aktywności na zajęciach • analiza tekstu	• Ćwiczenia
ma pogłębioną wiedzę na temat znaczenia języka w kształtowaniu przekazów medialnych oraz rozróżnia wyznaczniki interakcji, interaktywności oraz strategii językowych wykorzystywanych w wypowiedziach publicznych	• KD2_W15	• obserwacja i ocena aktywności na zajęciach • analiza tekstu	• Ćwiczenia
rozumie potrzebę uczenia się przez całe życie w celu doskonalenia zdobytych na studiach kompetencji w dziedzinie dziennikarstwa i komunikacji społecznej	• KD2_K01	• wypowiedź na forum grupy	• Ćwiczenia

Opis efektu	Symbole efektów	Metody weryfikacji	Forma zajęć
jest wyczulony na wszelkie przejawy manipulacji odbiorcą, tak w medialnej, jak i okołomedialnej działalności zawodowej, rozumie zagrożenia wynikające z tego zjawiska	• KD2_K02	• wypowiedź na forum grupy	• Ćwiczenia

Warunki zaliczenia

Obecność na zajęciach, aktywny udział w zajęciach, dłuższa wypowiedź na forum grupy, opracowanie tekstu z zakresu komunikacji politycznej w postaci prezentacji multimedialnej i jej prezentacja na forum grupy.

Literatura podstawowa

1. Bralczyk J., *O języku polskiej polityki lat osiemdziesiątych i dziewięćdziesiątych*, Warszawa 2003.
2. Dawidziak-Kładoczna M., „Cherlacy z sercem oziębłym”. *O języku pism i mów Józefa Piłsudskiego*, Łask 2004.
3. Dobek-Ostrowska B., *Komunikowanie polityczne i publiczne*, Warszawa 2007.
4. Figiel A., *Języki IV RP. Podziały społeczno-polityczne w dyskursie polityki*, Poznań 2009.
5. Fras J., *Komunikacja polityczna. Wybrane zagadnienia gatunków i języka wypowiedzi*, Wrocław 2005.
6. Głowiński M., *Nowomowa po polsku*, Warszawa 1991.
7. Hawrysz M., *Strategie polemiczne w twórczości Marcina Czechowica*, [w:] eadem, *Polemiczna twórczość Marcina Czechowica w perspektywie genologii lingwistycznej*, Zielona Góra 2012, s.
8. *Język polityki – historia i współczesność*, pod red. I. Kamińskiej-Szmaj, T. Piekota, M. Poprawy, Wrocław 2014.
9. Kamińska-Szmaj I., *Judzi, zohydza, ze czci odziera. Język propagandy politycznej w prasie 1919-1923*, Wrocław 1994.
10. Kamińska-Szmaj I., *Komunikacja polityczna – język, styl, dyskurs*, [w:] *Style współczesnej polszczyzny. Przewodnik po stylistyce polskiej*, Kraków 2013, s. 407-465.
11. Karwat M., *O złośliwej dyskredytacji. Manipulowanie wizerunkiem przeciwnika*, Warszawa 2006.
12. Kolczyński M., *Strategie komunikowania politycznego*, Katowice 2007.
13. *Media a komunikowanie polityczne*, pod red. M. Sokołowskiego, Toruń 2007.
14. Szkudlarek-Śmiechowicz E., *Tekst w radiowej i telewizyjnej debacie politycznej. Struktura – spójność – funkcjonalność*, Łódź 2010.
15. Zimny R., Nowak P., *Słownik polszczyzny politycznej po 1989 roku*, Warszawa 2009.

Literatura uzupełniająca

1. Banasik A., *Jak uwodzą politycy? Język marketingu politycznego w kampanii wyborczej '97*, Katowice 2002.
2. Bartkowski J., *Nazwy komitetów wyborczych. Semantyka lokalnego apelu politycznego*, [w:] *Oblicza komunikacji 1. Perspektywy badań nad tekstem, dyskursem i komunikacją*, pod red. I. Kamińskiej-Szmaj, T. Piekota, M. Zaśko-Zielińskiej, Kraków 2006, s. 384-398.
3. Bartoszewicz I., *Autoportret partii politycznych na podstawie sloganów wyborczych użytych w kampanii przed wyborami do Sejmu i Senatu RP w 1991 r.*, [w:] *Język a kultura*, t. 11: *Język polityki a współczesna kultura polityczna*, pod red. J. Anusiewicz, B. Sicińskiego, Wrocław 1994, s. 91-96.
4. Dawidziak-Kładoczna M., *Językowe aspekty kultury politycznej Sejmu Wielkiego*, Częstochowa 2012.
5. Dawidziak-Kładoczna M., *Perswazyjność pierwszych tekstów politycznych na przykładzie wypowiedzi posłów sejmu 1548 roku na temat ożenku króla*, „Język a Kultura” 24, s. 23-37.
6. Dąbrowska A., *Językowy obraz przeciwnika politycznego (na podstawie tekstów prasowych z marca 1968)*, [w:] *Język a kultura*, t. 4, *Funkcje języka i wypowiedzi*, pod red. J. Bartmińskiego i R. Grzegorzczkowej, Wrocław 1991, s. 115-147.
7. Frankowska M., *Frazeologia i metaforyka w tekstach politycznych z lat 1989-1993*, [w:] *Język a kultura*, t. 11, pod red. J. Anusiewicz, B. Sicińskiego, Wrocław 1994, s. 21-47.
8. Hess A., *Spółeczni uczestnicy medialnego dyskursu politycznego w Polsce. Mediatyzacja i strategie komunikacyjne*, Kraków 2013.
9. *Ideologie w słowach i obrazach*, pod red. I. Kamińskiej-Szmaj, T. Piekota, M. Poprawy, Wrocław 2007.
10. Kamińska-Szmaj I., *Słowa na wolności*, Wrocław 2001.
11. Kampka A., *Perswazja w języku polityki*, Warszawa 2009.
12. Karwat M., *Sztuka manipulacji politycznej*, Toruń 2001.
13. Kasińska-Metryka A., *Wizerunek kandydata na prezydenta – polityczna poprawność kontra marketingowe wyzwania. Analiza wizerunku D. Tuska i L. Kaczyńskiego na podstawie kampanii prezydenckiej w Polsce w 2005 roku*, „Athenaeum” vol. 14/15 (2006), s. 157-168.
14. Kochan M., *Slogany w reklamie i polityce*, Warszawa 2005.
15. Kołodziej J.H., *Wartości polityczne. Rozpoznanie, rozumienie, komunikowanie*, Kraków 2011.
16. Kudra B., *Kreatywność leksykalna w dyskursie politycznym polskiej prasy lat osiemdziesiątych i dziewięćdziesiątych*, Łódź 2001.
17. Kudra B., Kudra A., *O tzw. apodyktycznych figurach konceptualnych w dyskursie politycznym na przykładzie języka kampanii wyborczej do parlamentu w roku 2011*, „Rozprawy Komisji Językowej ŁTN” 2012, t. 58, s. 169-180.
18. Kudra B., Kukiela E., *Językowe mechanizmy marketingu politycznego w dyskursie politycznym (na podstawie wybranych programów Co z tą Polską? z 2005 roku)*, [w:] *Język w marketingu*, pod red. K. Michalewskiego, Łódź 2008, s. 422-432.
19. Laskowska E., *Dyskurs parlamentarny w ujęciu komunikacyjnym*, Bydgoszcz 2004.
20. Maj E., *Komunikowanie polityczne Narodowej Demokracji 1918-1939*, Lublin 2010.
21. Małycka A., *Rytuały sejmowe w latach 1980-1982 i 1991-1993*, Lublin 2003.
22. *Media a komunikowanie polityczne*, pod red. M. Sokołowskiego, Toruń 2009.
23. Mosiołek-Kłosińska K., *Językowa prezentacja przeciwników politycznych w wypowiedziach kandydatów na prezydenta w kampanii 1995*, „Poradnik Językowy” 1996, nr 1, s. 12-20.
24. *Oblicza przeciwnika: język a rzeczywistość w kategoriach ekspresji, polityki, ideologii*, pod red. A. Charciarka i P. Czerwińskiego, Katowice 2015.
25. Ożóg K., *Język w służbie polityki. Językowy kształt kampanii wyborczych*, Rzeszów 2004.
26. Rittel S. J., *Komunikacja polityczna. Dyskurs polityczny. Język w przestrzeni politycznej*, Kielce 2003.
27. Sierwierska-Chmaj Anna, *Język polskiej polityki. Politologiczno-semantyczna analiza exposé premierów Polski w latach 1919-2004*, Rzeszów 2006.
28. Steciąg M., *Słowa – klucze i ich interpretacja w różnych politycznych orientacjach dyskursywnych (na przykładzie exposés premierów)*, [w:] *Zielonogórskie seminaria językoznawcze 2006-2007*

, pod red. M. Hawrysz, Zielona Góra 2009, s.259-271.

29. Szkudlarek-Śmiechowicz E., *Jak Polacy wyrażają negatywne opinie o politykach – analiza językowa wypowiedzi widzów komentujących aktualne sprawy polityczne w programie „Szkło kontaktowe”*, [w:] *Współczesna polszczyzna. Stan, perspektywy, zagrożenia*, red. Z. Cygał-Krupa, Kraków-Tarnów 2008, s. 169-177.
30. Tyka J.M., *Strategie komunikacyjne w polskim dyskursie parlamentarnym po 1989 roku*, [w:] *Sytuacja komunikacyjna i jej parametry. I monografia z cyklu Sytuacje - komunikacja – konteksty*, pod red. G. Sawickiej, Bydgoszcz 2010, s.209-218.

Uwagi

Jest to przedmiot opcjonalny, wybierany z oferty ~~przedmiotów do wyboru~~ Instytutu Filologii Polskiej; przedmiot zostanie uruchomiony w zależności od potrzeb i zainteresowania w danym semestrze studiów II stopnia (na podstawie deklaracji studentów/elektronicznego wyboru przedmiotów).

Zmodyfikowane przez dr Krystian Saja (ostatnia modyfikacja: 02-05-2018 10:33)

Wygenerowano automatycznie z systemu SylabUZ