

Przedmiot do wyboru: Kreatywna moc języka - opis przedmiotu

Informacje ogólne	
Nazwa przedmiotu	Przedmiot do wyboru: Kreatywna moc języka
Kod przedmiotu	09.3-WH-FiPIP-KMJ-S16
Wydział	Wydział Humanistyczny
Kierunek	Dziennikarstwo i komunikacja społeczna
Profil	ogólnoakademicki
Rodzaj studiów	pierwszego stopnia
Semestr rozpoczęcia	semestr zimowy 2020/2021

Informacje o przedmiocie	
Semestr	6
Liczba punktów ECTS do zdobycia	2
Typ przedmiotu	obieralny
Język nauczania	polski
Sylabus opracował	dr Iwona Żuraszek-Ryś

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

Zasadniczym celem przedmiotu jest uświadomienie studentom możliwości kreatywnych tkwiących w języku i roli tego narzędzia w kształtowaniu rzeczywistości.

Wymagania wstępne

brak

Zakres tematyczny

- Funkcje języka.
- Typy aktów mowy.
- Środki stylistyczne, retoryczne i erystyczne oraz zasady ich użycie w zachowaniach publicznych.
- Przejawy mocy kreatywnej języka w onomastyce, reklamie.

Metody kształcenia

polimetody

Efekty uczenia się i metody weryfikacji osiągnięcia efektów uczenia się

Opis efektu	Symbolika efektów	Metody weryfikacji	Forma zajęć
student uczestniczy w życiu kulturalnym, korzystając z różnych mediów i różnych jego form	KD1_K10	- aktywność w trakcie zajęć - obserwacja i ocena aktywności na zajęciach	Ćwiczenia
student zna i rozumie na poziomie podstawowym rolę języka w kształtowaniu rzeczywistości; zna środki stylistyczne, retoryczne i erystyczne oraz zasady ich użycie w zachowaniach publicznych	KD1_W19	- aktywność w trakcie zajęć - obserwacje i ocena umiejętności praktycznych studenta - praca kontrolna	Ćwiczenia
student potrafi samodzielnie wyszukiwać, analizować, selekcjonować, prezentować przejawy kreatywnej mocy języka	KD1_U01	- aktywność w trakcie zajęć - obserwacja i ocena aktywności na zajęciach - praca kontrolna	Ćwiczenia
student prowadzi na poziomie podstawowym pracę badawczą pod kierunkiem nauczyciela	KD1_U06	- aktywność w trakcie zajęć - obserwacje i ocena umiejętności praktycznych studenta - praca kontrolna	Ćwiczenia

Warunki zaliczenia

obecność na zajęciach i aktywny w nich udział, prezentacja efektów samodzielnej pracy

Literatura podstawowa

1. Austin J., *Jak działać słowami*, [w:] tegoż, *Mówienie i poznawanie. Rozprawy i wykłady filozoficzne*, Warszawa 1993, s. 543-729.
2. Austin J., *Wypowiedzi performatywne*, [w:] *Język, dyskurs, społeczeństwo. Zwrot lingwistyczny w filozofii społecznej*, red. L. Rasiński, Warszawa 2009, s. 188-201.
3. Bralczyk J., *Język na sprzedaż*, Gdańsk 2004.
4. Burska K. i in., *Kreatywność językowa w reklamie. Podręcznik nie tylko dla specjalistów*, Łódź 2016.
5. Grabias S., *Język w zachowaniach społecznych*, wyd. 2 uzup., Lublin 1997.
6. *Język a kultura*, t. 4: *Funkcje języka i wypowiedzi*, red. J. Bartmiński, R. Grzegorzczkova, Wrocław 1991 (tu: R. Grzegorzczkova, *Problem funkcji języka i tekstu w świetle teorii gatunków mowy*, s. 11-28).
7. Kiklewicz A., *Dwanaście funkcji języka*, „LingVaria” 2008, nr 2(6), s. 9-27.
8. Marcjanik M., *Kreatywna funkcja mowy*, „Przegląd Humanistyczny” 1988, nr 11-12, s. 95-104.

Literatura uzupełniająca

1. Bühler K., *Teoria języka – o językowej funkcji przedstawiania*, tłum. J. Kozbiał, Kraków 2004.
2. Handke K., *Polskie nazewnictwo miejskie*, Warszawa 1992.
3. Jakobson R., *Poetyka w świetle językoznawstwa*, „Pamiętnik Literacki” 1960, LI, z. 2, s. 431-473.
4. *Język w marketingu*, red. K. Michalski, Łódź 2008.
5. Lizak J., *Język reklam dla dzieci*, Rzeszów 2006.
6. *Słownik imion współcześnie w Polsce używanych*, wyd. K. Rymut, Kraków 1995.
7. Uździcka M., *Tytuł utworu literackiego. Studium lingwistyczne*, Zielona Góra 2007.
8. *Polskie nazwy własne. Encyklopedia*, pod red. E. Rzetelskiej-Feleszko, Warszawa-Kraków 1998.
9. Spychalska M., Hołota M., *Słownik sloganów reklamowych*, Warszawa 2009.
10. Šmid W., *Język reklamy w komunikacji medialnej*, Warszawa 2008.
11. Schopenhauer A., *Erystyka, czyli sztuka prowadzenia sporów*, Warszawa 1993.
12. Lichański J.Z., *Retoryka. Historia, teoria, praktyka*, t.1-2, Warszawa 2007.

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 I stopnia (na podstawie deklaracji studentów/elektronicznego wyboru przedmiotów).

Zmodyfikowane przez dr Krystian Saja (ostatnia modyfikacja: 02-11-2020 15:49)

Wygenerowano automatycznie z systemu SylabUZ