

**Karta przedmiotu**

Nazwa i kod przedmiotu	Etyka słowa II (Konwersatorium), PG_00133621						
Kierunek studiów	Filologia polska (O)						
Data rozpoczęcia studiów	październik 2024 r.	Rok akademicki realizacji przedmiotu			2025/2026		
Poziom kształcenia	II stopnia	Grupa zajęć			Grupa zajęć obowiązkowych z zakresu kierunku studiów Grupa zajęć fakultatywnych Grupa zajęć specjalnościowych		
Forma studiów	stacjonarne	Sposób realizacji			na uczelni		
Rok studiów	2	Język wykładowy			polski		
Semestr studiów	3	Liczba punktów ECTS			2.0		
Profil kształcenia	ogólnoakademicki	Forma zaliczenia			zaliczenie		
Jednostka prowadząca	Rektor -> Wydział Filologiczny -> Instytut Filologii Polskiej -> Zakład Teorii Literatury i Krytyki Artystycznej						
Imię i nazwisko wykładowcy (wykładowców)	Odpowiedzialny za przedmiot	dr hab. Anna Filipowicz					
	Prowadzący zajęcia z przedmiotu	Szymon Kamiński					
Formy zajęć	Forma zajęć	Wykład	Ćwiczenia	Laboratorium	Projekt	Seminarium	RAZEM
	Liczba godzin zajęć	15.0	0.0	0.0	0.0	0.0	15
	W tym liczba godzin zajęć na odległość: 0.0						
	Dodatkowe informacje: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Analiza zdarzeń krytycznych (przypadków)</li> <li>• Dyskusja</li> <li>• Praca w grupach</li> </ul>						
Aktywność studenta i liczba godzin pracy	Aktywność studenta	Udział w zajęciach dydaktycznych, objętych planem studiów	Udział w konsultacjach	Praca własna studenta	RAZEM		
	Liczba godzin pracy studenta	15	11.0	24.0	50		
Cel przedmiotu	Przedmiot jest poświęcony podstawowym zagadnieniom etyki w pracy rzecznika prasowego. Celem zajęć będzie przygotowanie studenta do świadomego i odpowiedzialnego diagnozowania zjawisk kulturowych, politycznych i społecznych oraz do rozwiązywania problemów etycznych, jakie wiążą się ze współpracą z mediami.						

Efekty uczenia się przedmiotu	Efekt kierunkowy	Efekt z przedmiotu	Sposób weryfikacji i oceny efektu
	[FPMU2_K06] Świadomie pełni i rozwija własne kompetencje zawodowe w zakresie literaturoznawstwa oraz językoznawstwa, stając się gotowym do zmieniającej się rzeczywistości.	K_K06 - student świadomie pełni i rozwija własne kompetencje zawodowe w zakresie literaturoznawstwa oraz językoznawstwa, stając się gotowym do zmieniającej się rzeczywistości	[SK1] oral statement/conversation/discussion [SK2] presentation/project/paper/report
	[FPMU2_W10] Ma uporządkowaną i pogłębioną wiedzę literaturoznawczą oraz językoznawczą z zakresu wybranej specjalności.	K_W10 - student ma uporządkowaną i pogłębioną wiedzę literaturoznawczą oraz językoznawczą z zakresu specjalności media i pr	[SW1] oral statement/conversation/discussion [SW2] presentation/project/paper/report
	[FPMU2_W09] Zna mechanizmy ekonomiczne, prawne i gospodarcze ujawniające się w polszczyźnie w języku, wpływające na rozwój różnych form przedsiębiorczości, zgodne z zasadami etyki.	K_W09 - student zna realia współczesnego świata i rozumie działające w nim mechanizmy ekonomiczne, prawne i gospodarcze oraz ich wpływ na najnowsze dyskursy medialne	[SW1] oral statement/conversation/discussion [SW2] presentation/project/paper/report
	[FPMU2_W07] Zna, rozumie i stosuje zaawansowane metody analizy językoznawczej w swoich badaniach.	K_W07 - student zna, rozumie i stosuje zaawansowane metody analizy językoznawczej w badaniach dyskursów medialnych	[SW1] oral statement/conversation/discussion [SW2] presentation/project/paper/report
	[FPMU2_U02] Posiada językowe oraz literackie kompetencje wystarczające do przygotowania specjalistycznych prac pisemnych oraz wystąpień w języku polskim o różnej formie, celu, objętości i stylu, z wykorzystaniem właściwych dla przedmiotu badań metodologii oraz źródeł i nowych zaawansowanych technologii.	K_U02 - student posiada językowe oraz literackie kompetencje wystarczające do przygotowania związanych z etyką mediów prac pisemnych oraz wystąpień w języku polskim o różnej formie, celu, objętości i stylu, z wykorzystaniem właściwych dla przedmiotu badań metodologii oraz źródeł i nowych zaawansowanych technologii	[SU1] oral statement/conversation/discussion [SU2] presentation/project/paper/report
	[FPMU2_K02] W sposób odpowiedzialny wykorzystuje wiedzę językoznawczą przy podejmowaniu różnorodnych zadań i projektów zgodnie z regułami, myślenia i działania w sposób przedsiębiorczy.	K_K02 - student jest gotowy, by weryfikować przyswajane treści językoznawczych oraz doceniać wartość posiadanej wiedzy w rozwiązywaniu różnorodnych problemów z zakresu etyki mediów	[SK1] oral statement/conversation/discussion [SK2] presentation/project/paper/report
	[FPMU2_U06] Rozwija własną kompetencję językową i dba o poziom polszczyzny współpracowników.	K_KU06 - student rozwija własną kompetencję językową i dba o poziom polszczyzny współpracowników	[SU1] oral statement/conversation/discussion [SU2] presentation/project/paper/report
	[FPMU2_U05] Posiada pogłębione umiejętności badawcze z zakresu językoznawstwa, obejmujące analizę różnorodnych tekstów, uogólnienie wyników badań, dobór metod i narzędzi badawczych, opracowanie i prezentację wyników, pozwalające na oryginalne rozwiązywanie złożonych problemów.	K_U05 - student posiada pogłębione umiejętności badawcze z zakresu językoznawstwa, obejmujące analizę różnorodnych tekstów, uogólnienie wyników badań, dobór metod i narzędzi badawczych, opracowanie i prezentację wyników, pozwalające na oryginalne rozwiązywanie złożonych problemów dotyczących zagadnień etyki mediów	[SU1] oral statement/conversation/discussion [SU2] presentation/project/paper/report
	[FPMU2_U08] Posiada pogłębione umiejętności literackie, językoznawcze oraz kompetencję językową umożliwiającą podjęcie pracy związanej z wybraną specjalnością.	K_U08 - student posiada pogłębione umiejętności literackie, językoznawcze oraz kompetencję językową umożliwiającą podjęcie pracy związanej ze specjalnością media i PR	[SU1] oral statement/conversation/discussion [SU2] presentation/project/paper/report
Treści przedmiotu	prawne, społeczne i antropologiczne aspekty etyki mediów; wartości i normy etyczne we współczesnym PR (prawda, obiektywizm, odpowiedzialności za formę i treść przekazu, szacunek i tolerancja); etyczne granice wolności wypowiedzi; dylematy politycznej poprawności; główne problemy współczesnego PR (od mowy nienawiści do "wojen kulturowych"; kryzysy medialne - fakenewsy, dezinformacja, postprawda; <i>junk sciences</i> i manipulacja wiedzą); etyczne komunikowanie w mediach społecznościowych		
Wymagania wstępne i dodatkowe			

Sposoby i kryteria oceniania osiągniętych efektów uczenia się	Sposób oceniania (składowe)	Próg zaliczeniowy	Składowa oceny końcowej
	czynny udział w ćwiczeniach audytoryjnych, systematyczne przygotowanie w formie ustnej zagadnień wskazanych przez prowadzącego	40.0%	40.0%
	wykonanie pracy zaliczeniowej z zakresu zagadnień wskazanych przez prowadzącego	60.0%	60.0%
Zalecana lista lektur	Podstawowa lista lektur	<ul style="list-style-type: none"> <li>E. Bendyk, Dyktatura kłamstwa. Polityka i postprawda. Polityka 10.09.2016. <a href="https://antymatrix.blog.polityka.pl/2016/09/10/">https://antymatrix.blog.polityka.pl/2016/09/10/</a></li> <li>A. Cegiela, Słowa i ludzie. Wprowadzenie do etyki słowa, Warszawa 2014</li> <li>W. Chudy, Kłamstwo jako korupcja antropologiczna, Ethos 1992 nr 1(17)</li> <li>P. Czarnecki, Etyka mediów, Warszawa, 2008</li> <li>T. Grabowski, M. Lakomy, K. Oświecimski, Bezpieczeństwo informacyjne w dobie postprawdy, Kraków 2018,</li> <li>M.W. Grabski, Uczciwość i wiarygodność nauki. Praktyka. Nauka, 2009, nr 2 [także w: <a href="http://www.portalwiedzy.pan.pl/images/stories/pliki/publikacje/nauka/2009/02/N_209_4_Grabski.pdf">http://www.portalwiedzy.pan.pl/images/stories/pliki/publikacje/nauka/2009/02/N_209_4_Grabski.pdf</a>]</li> <li>J. Hartman, Krytyka poprawności (Arystokracja ducha a poprawność polityczna), Przegląd Publiczny 2003, nr 60</li> <li>M.P.Markowski, Wojny nowoczesnych plemion. Spór o rzeczywistość w epoce populizmu, Kraków 2019</li> <li>J. Hołówka, Etyka w działaniu, Warszawa 2000</li> <li>E. Hope, Etyka w zawodzie specjalistów public relations, Warszawa 2013</li> <li>P. Michalak, D. Daszkiewicz Damian, A. Musz Anna, Marketing wirusowy w internecie, Gliwice 2009</li> <li>A. Miotk, Nowy PR : jak internet zmienił public relations, Lublin 2016</li> <li>A. Szahaj, E pluribus unum? Dylematy wielokulturowości i politycznej poprawności, Kraków 2004 lub A. Szahaj, Poprawność polityczna i jej praktyki, Przegląd Polityczny 2003, nr 60</li> <li>P. Levinson P., Miękkie ostrze, czyli historia i przyszłość rewolucji informacyjnej, Warszawa 1999</li> </ul>	
	Uzupełniająca lista lektur	<ul style="list-style-type: none"> <li>C.J. Bertrand, Deontologia mediów, tłum. T. Szymański, Warszawa 2007</li> <li>A. Bihl, Nowomowa neoliberalna. Retoryka kapitalistycznego fetyszyzmu. Przeł. A. Łukomska. Warszawa 2008</li> <li>P. Bourdieu, O telewizji. Panowanie dziennikarstwa, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2011</li> <li>W. Budzyński, Public relations. Wizerunek Reputacja Tożsamość, Warszawa 2018</li> <li>I. Hofman, D. Kępa-Figura (red.), Współczesne media : status, aksjologia, funkcjonowanie. T. 1, Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej, Lublin 2009</li> <li>A. MacIntyre, Krótka historia etyki: filozofia moralności od czasów Homera do XX wieku, przeł. A. Chmielewski, Warszawa 2012</li> <li>J. Olędzki (red), Public relations we współczesnym świecie: między służbą organizacji i społeczeństwu", Warszawa 2011</li> <li>J. Pleszczyński, Etyka dziennikarstwa i dziennikarska, Warszawa, 2015</li> <li>W. Rivers W., C. Mathews, Etyka środków przekazu, przekł. J. Zakrzewski, E. Krasnodębska, Warszawa 1995</li> <li>G. Sartori, "Homo videns. Telewizja i postmyślenie", Warszawa 2007</li> </ul>	
	Adresy eZasobów		
Przykładowe zagadnienia/ przykładowe pytania/ realizowane zadania	prawne, społeczne i antropologiczne aspekty etyki mediów; wartości i normy etyczne we współczesnym PR (prawda, obiektywizm, odpowiedzialności za formę i treść przekazu, szacunek i tolerancja); etyczne granice wolności wypowiedzi; dylematy politycznej poprawności; główne problemy współczesnego PR (od mowy nienawiści do "wojen kulturowych"; kryzysy medialne - fakenewsy, dezinformacja, postprawda; <i>junk sciences</i> i manipulacja wiedzą); etyczne komunikowanie w mediach społecznościowych		
Praktyki zawodowe w ramach przedmiotu	Nie dotyczy		

Dokument wygenerowany elektronicznie. Nie wymaga pieczęci ani podpisu.